

# Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência  
e Saberes Multidisciplinares

## Jornalismo colaborativo: estudo de caso da participação dos telespectadores no Bom Dia Rio

Edilberto Venturelli<sup>1</sup>; [000-0002-0794-5424](tel:000-0002-0794-5424)  
Lucas Alves da Silva Temoteo<sup>2</sup>; [0000-0001-8603-046X](tel:0000-0001-8603-046X)

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[edilberto.venturelli@foa.org.br](mailto:edilberto.venturelli@foa.org.br)

2 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[lucast115@gmail.com](mailto:lucast115@gmail.com)

**Resumo:** Este trabalho está vinculado a uma monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) ainda em desenvolvimento que tem como tema o telejornalismo e como ele tem utilizado diferentes formas para se aproximar cada vez mais do seu telespectador. E para isso conta com um recurso que é a tecnologia, dentre as quais estão as redes sociais, a internet, as plataformas de comunicação e muitas outras. Nota-se também, que com todas essas particularidades, a participação e a interatividade são presentes na programação de muitos telejornais. Assim, para este artigo, analisa-se o telejornal Bom Dia Rio, da rede Globo, com o objetivo de compreender de que forma a contribuição do telespectador auxilia na formação/produção de um programa telejornalístico. Foram analisadas duas edições do programa, a dos dias 14 e 15 de março de 2022, e todas as participações vieram por meio do Whatsapp, o que confirma a hipótese inicial do trabalho sobre a sua predominância como plataforma de contato entre jornalistas e público para a elaboração de matérias. A participação dos telespectadores proporciona maior vínculo com aquilo que está sendo noticiado, e para isso cabe a esse profissional averiguar as fontes, ver se realmente aquilo que está sendo proposto é algo verídico e que possa ser levado a diante, como a produção e execução da matéria.

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

# Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência  
e Saberes Multidisciplinares

## INTRODUÇÃO

O telejornalismo tem se modernizado até mesmo em decorrência da tecnologia, tendo cada vez mais participação do público em sua programação. No entanto, essa participação não é tão recente, isso porque existiam pessoas colaborando com o trabalho dos jornalistas, até mesmo antes do surgimento da internet. Tal comunicação acontecia por meio de cartas e telefonemas, podendo assim encaminhar suas sugestões de reportagens, denúncias e reclamações. Atualmente, devido a participação e a interatividade, pessoas colaboram com registros feitos por elas que, por sua vez, podem contribuir para a produção jornalística, pois não é possível estar em todos os lugares ao mesmo tempo.

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

A proposta justifica-se porque a pesquisa traz alguma contribuição para os profissionais, por se tratar de comunicação entre público e produção. O jornalista não tem possibilidade de estar em todos os lugares ao mesmo. Todavia, cidadãos tendo simplesmente um aparelho celular, passam a contribuir na divulgação de informações, fotos e vídeos, do que acontece na sua região. O intuito de fazer o estudo está ligado à crescente colaboração do público com uma participação ativa. Além disso, outro ponto importante é o alcance de público, visto que muitas pessoas assistem essa programação diariamente, de segunda a sexta feira.

O objetivo geral consiste em compreender de que forma a contribuição do telespectador auxilia na formação/produção de um programa telejornalístico. Assim, foram estimados os seguintes objetivos específicos: entender o jornalismo colaborativo articulado a um processo em que as pessoas cooperam para produção jornalística; mostrar como o processo de produção jornalística se relaciona com o público, cada vez mais ativo e participativo; identificar quais são as principais redes

# Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência  
e Saberes Multidisciplinares

sociais utilizadas pelos telespectadores para o contato com os veículos de comunicação; explicar como acontece a participação dos telespectadores no telejornal Bom Dia Rio, sendo ela por meio de fotos, vídeos e sugestões de pautas.

## MÉTODOS

A metodologia deste trabalho é constituída primeiramente de uma pesquisa bibliográfica, onde acontece a apresentação dos autores de acordo com o tema. Além disso, contém uma abordagem qualitativa com foco no objeto escolhido para análise, o telejornal Bom Dia Rio, e, para dar sustentação a esse enfoque acadêmico, será feito um estudo de caso.

Desse modo, o trabalho busca compreender a participação dos telespectadores e a sua contribuição para esse jornal. Outro fator importante a ser mencionado é a linguagem abordada tanto por telespectador e jornalistas, além de identificar quais matérias geraram interação e por qual rede social. Serão analisadas duas edições do programa, sendo estas dos dias 14 e 15 de março de 2022. Tal escolha se deu por conta de envolver muitos questionamentos feitos pelo público e obtendo resposta para esses problemas em curto prazo, sendo este na mesma semana. Além disso, se pressupõe que a parte das matérias envolvidas tenham sido enviadas pela mesma plataforma, sendo esta o *WhatsApp*. O mapeamento se dará com uma descrição dos materiais escolhidos, assim como uma análise dos trechos onde houve a participação do público.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa traz contribuição para os profissionais, por se tratar de comunicação entre público, produção e até mesmo apresentadores. O jornalismo colaborativo faz com que as pessoas participem do processo de apuração e divulgação, uma vez que com um ou mais registros auxiliam no trabalho desse profissional, isso porque o assunto pode até se tornar uma pauta. O intuito de fazer o estudo está ligado à crescente colaboração do público, sendo que hoje tem uma participação ativa. Será analisado também, como acontece essa interação e quais são as principais redes sociais onde acontece a comunicação. Esta proposta de participação significativa torna o público não mais apenas um receptor, e sim colaboradores da produção.

# Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência  
e Saberes Multidisciplinares

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

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

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

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

**Indireta** – esse tipo de participação resulta da ação direta que publica, compartilha o conteúdo jornalístico que é veiculado pela televisão, como blogs, sites e redes sociais on-line. Assim, acontece a midiatização do conteúdo em outros espaços que pode

# Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência  
e Saberes Multidisciplinares

gerar audiência para o canal. Com isso, aumenta a visibilidade, propondo relações unilaterais, partilhando as vezes apenas de comentários ao invés da exposição na TV.

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

A primeira edição do Bom Dia Rio a ser analisada é a do dia 14 de março. A consulta e pesquisa do material escolhido foram realizadas pela internet, através do site Globoplay, onde foram vistas as edições desse jornal no período já mencionado. Diante disso, foram selecionados alguns trechos de cada edição para serem analisados nessa pesquisa. Como exemplo de participação, há o caso da moradora Patrícia, que fez uma denúncia que virou matéria. Seu questionamento era sobre um sinal de trânsito que estava apagado há três meses, temendo assim a ocorrência de acidentes.

Esse trecho foi escolhido devido à dinâmica que foi feita pela moradora. Quando a sugestão de matéria chega à redação, é preciso ser analisada para ver se realmente de fato isso acontece. E logo na edição seguinte, o problema foi exposto buscando uma solução por parte das autoridades. A participação dela se deu através do *WhatsApp*.

Já a edição do dia 15 de março tem outra situação a ser discutida. Para esta edição foram escolhidos três momentos do telejornal que exemplificassem qual o tipo de participação, sendo elas por meio de vídeos e fotos que retratam alguma reclamação ou questionamento. O enfoque aqui é destacar e analisar os materiais enviados pelos telespectadores e que foram ao ar. Como exemplos temos: telespectadores fazem reclamação de atrasos nos salários de quem trabalha no hospital de Saracuruna; e vídeos e imagens de pais que questionam a falta de transporte escolar em Japeri. Ambas as situações foram encaminhadas para o *Whatsapp* da emissora e estes materiais foram exibidos durante o telejornal.

Logo, muitas situações retratadas viram pautas de reportagens e até mesmo links que envolvem questionamentos feitos pelo público. E diante dos programas analisados,

# Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência  
e Saberes Multidisciplinares

observa-se que alguns dos problemas mencionados tiveram respostas para, na mesma semana, indagando em sua maioria o poder público. Assim, os fatos exclusivos muitas vezes podem chegar como uma contribuição de um cidadão. Portanto, os profissionais tiveram que se atentar ao interesse do público, bem como a validade do acontecimento para se tornar notícia. Além disso, eles ganham mais autonomia para decidirem o que é ou não relevante, lembrando que a disseminação dos conteúdos permite a possibilidade de tornar uma possível pauta.

## CONCLUSÕES

É notório que público tem contribuído com os veículos de comunicação, isso porque não tem como estar em todos os lugares ao mesmo tempo, e as emissoras sempre visam o furo jornalístico. E dar oportunidade ao telespectador é oferecer conteúdos que aproximem cada vez mais a realidade local/regional, se atentando nos critérios de noticiabilidade, fazendo com que o público de casa sinta interesse de participar, além de motivá-los ao acompanhamento da programação.

Dessa forma, entender as necessidades é importante para ver as preferências do público, mostrando que ele faz parte do conteúdo que está sendo produzido. E partindo do pressuposto que muitas pessoas têm confiança do que está sendo transmitido na TV é verdade, os jornalistas não podem sobressair na notícia, visto que ela é o foco principal, fazendo com que o receptor deposite relevância naquilo que eles transmitem.

Por fim, percebe-se que existem diferentes formas e ferramentas em que os telejornais utilizam para que o seu telespectador participe da sua programação. Concomitantemente, pelo fato de a televisão ser um meio de comunicação de massa, esses elementos vão de encontro ao interesse por quem assiste identificando a representatividade coletiva, as relações comunicacionais num espaço midiaticado. Logo, a responsabilidade por parte dos jornalistas é com informação, não se esquecendo de fato de que a população numa era digital quer ser ouvida e ganhar cada vez mais espaço na sociedade.

# Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência  
e Saberes Multidisciplinares

## REFERÊNCIAS

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

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. **O Jornalismo Colaborativo no telejornal com as novas mídias digitais**. Tese de Doutorado. São Paulo: PUCSP, 2011. Disponível em: [http://www.sapientia.pucsp.br//tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=13570](http://www.sapientia.pucsp.br//tde_busca/arquivo.php?codArquivo=13570). Acesso em 10 de junho de 2022.

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

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

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

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