



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
MESTRADO PROFISSIONAL EM JORNALISMO

**JORNALISMO DE PROXIMIDADE E HIPERLOCAL: *SMARTPHONES* NA
PRODUÇÃO DA NOTÍCIA NO TELEJORNALISMO**

Adriana Bagno Alves Pinto

JOÃO PESSOA
2020

ADRIANA BAGNO ALVES PINTO

**JORNALISMO DE PROXIMIDADE E HIPERLOCAL: *SMARTPHONES* NA
PRODUÇÃO DA NOTÍCIA NO TELEJORNALISMO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Jornalismo, área de concentração em “Produção Jornalística”, linha de pesquisa “Processos, Práticas e Produtos”

Orientador: Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva

JOÃO PESSOA
2020

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

P659j Pinto, Adriana Bagno Alves.

Jornalismo de proximidade e hiperlocal: smartphones na
produção de notícias no telejornalismo / Adriana Bagno
Alves Pinto. - João Pessoa, 2020.

113 f. : il.

Orientação: Fernando Firmino da Silva.

Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA.

1. Convergência. 2. Cultura Participativa. 3.
Jornalismo de Proximidade. 4. Jornalismo Hiperlocal. 5.
Telejornalismo. 6. TV Tambaú. I. da Silva, Fernando
Firmino. II. Título.

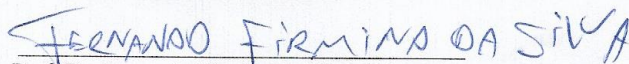
UFPB/BC

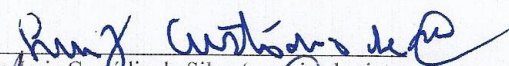
ADRIANA BAGNO ALVES PINTO

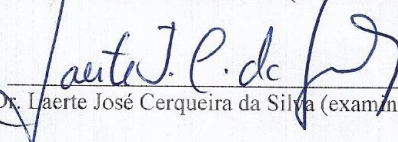
**JORNALISMO DE PROXIMIDADE E HIPERLOCAL: SMARTPHONES NA
PRODUÇÃO DA NOTÍCIA NO TELEJORNALISMO**

Aprovado em: 07 de Fevereiro de 2020

Banca examinadora:


Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva (orientador)


Prof. Dr. Luiz Custódio da Silva (examinador interno)


Prof. Dr. Laerte José Cerqueira da Silva (examinador externo)

JOÃO PESSOA
2020

Dedico esse trabalho aos meus pais, que viviam dizendo que a maior herança que podiam deixar para nós, seus filhos, seria a educação. Esse trabalho é a multiplicação de seu legado. Gratidão eterna.

Pai, quase consigo agora vê-lo sorrindo, me aquecendo com seu olhar...

Mãe, obrigada por me ensinar a ter os pés no chão, e a cabeça - não nas nuvens -, mas além das estrelas.

Albertino Alves Pinto (In memoriam)

Yara Themis Bagno Pinto (In memoriam)

AGRADECIMENTOS

À Deus, causa central primeira de todas as coisas.

Ao Mestre Jesus, o primeiro de todos os mestres, meu melhor amigo. Grata eternamente por seu amor, por seus ensinamentos, e por nunca me desamparar.

Aos meus amados pais, pela vida. Pelo amor. Pelo legado. Por tudo.

Ao meu marido, Gustavo Andrade Neves, pelo incentivo e por acreditar em mim mais do que eu mesma. Te amo muitíssimo!

À minha filha, Júlia, pela compreensão das vezes em que fiquei ausente, até mesmo em pensamento; e por seu interesse a cada passo meu nessa jornada. Te amo mais que o infinito!

À todos os mestres que passaram por minha vida e iluminaram meu caminho até aqui.

Meus agradecimentos ao meu orientador, Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva, um gigante da academia e um ser humano inigualável. Sua paciência, sua sapiência, sua generosidade e disponibilidade foram fundamentais.

Agradeço muito aos componentes da minha banca de qualificação, Prof. Dr. Luiz Custódio da Silva e Prof. Dr. Laerte Cerqueira, pelo contributo e pela luz.

Aos demais professores do PPJ, permanentes, colaboradores e convidados, verdadeiras fontes de inspiração, meu agradecimento pelos conhecimentos compartilhados, pela dedicação empenhada, pelo carinho:

- Prof^a. Dra. Sandra Regina Moura, ainda como coordenadora do programa, por me incentivar a fazer o processo seletivo;
- Prof. Dr. José Davi Campos Fernandes, meu primeiro professor nesse mestrado - e o primeiro professor a gente nunca esquece;
- Prof. Dr. Waldecyr Becker, pela sensibilidade, quando da perda da minha mãe ao cursar sua disciplina;
- Prof^a. Dra. Joana Belarmino de Sousa, pela doçura ao ser firme, e pelo encantamento;
- Prof. Dr. Cláudio Cardoso Paiva, pela genialidade e humor;
- Prof^a. Dra. Paula de Souza Paes, pela mineiridade e entusiasmo;
- Prof^a Dra. Zulmira Nóbrega Piva de Carvalho, coordenadora do curso, pela competência e pela afetuosidade quase maternal;

- Prof^a. Dra. Fabiana Cardoso de Siqueira, pela generosidade e acolhimento no meu estágio docente;

- Prof. Dr. Antônio Fausto Neto, pela gentileza em distribuir conhecimento;

- Prof^a. Dra. Ana Lúcia de Medeiros Batista e Prof^a Dra. Cremilda Medina, pelos ensinamentos ao longo da oficina de Dialogia Social;

- Prof^a. Dra. Glória de Lourdes Freire Rabay e Prof. Dr. Pedro Nunes Filho, pela valorosa convivência nas reuniões do PPJ.

À Mary, secretária do PPJ, pela presteza e carinho de sempre.

Agradeço também à todos da Rede Tambaú de Comunicação, TV Tambaú/SBT Paraíba, que viabilizaram minha pesquisa.

Ao meu amigo e parceiro do Programa RCVips, Ricardo Castro, pelo apoio.

Aos colegas das várias turmas com os quais convivi desde o início desse processo, obrigada pelo ensinamento de vida.

“Livro, quando te fecho, abro a vida”.

Pablo Neruda

RESUMO

A pesquisa propõe como objeto de estudo investigar a rotina de produção no jornalismo da Rede Tambaú de Comunicação em um contexto de convergência a partir dos conceitos de jornalismo de proximidade e hiperlocal. O trabalho teve o intuito de pesquisar as implicações advindas com as tecnologias digitais na redação e observar o impacto do uso de *smartphones* no processo produtivo do telejornalismo na Paraíba. O estudo tem como objeto empírico a Rede Tambaú de Comunicação e os conteúdos produzidos e distribuídos por *smartphones*, além do seu impacto na sua audiência. O trabalho delimitou como *corpus* o programa jornalístico da RTC, Tambaú da Gente. O programa foi analisado presencialmente no mês de setembro de 2019. A metodologia utilizada foi a pesquisa de campo com observação participante e diário de campo, com entrevistas semi-estruturadas, e análise e interpretação à luz da análise de conteúdo. Os principais conceitos trabalhados foram os de jornalismo de proximidade, convergência, cultura da participação e o conceito de jornalismo móvel digital. Os resultados obtidos foram no sentido de compreender a nova configuração do jornalista no ecossistema midiático com a introdução de ferramentas disponíveis hoje nos *smartphones* para produção e distribuição de conteúdo jornalístico e de entretenimento.

PALAVRAS-CHAVE

Convergência; Cultura Participativa; Jornalismo de Proximidade; Jornalismo Hiperlocal; Telejornalismo; TV Tambaú.

ABSTRACT

The research proposes as object of study to investigate the production routine in the journalism of the Tambaú Communication Network in a context of convergence from the concepts of proximity and hyperlocal journalism. The work aimed to research the implications arising from digital technologies in the newsroom and observe the impact of the use of smartphones in the production process of telejournalism in Paraíba. The study has as its empirical object the Rede Tambaú de Comunicação and the content produced and distributed by smartphones, in addition to its impact on its audience. The work delimited as corpus the journalistic program of RTC, Tambaú da Gente. The program was analyzed in person in September 2019. The methodology used was field research with participant observation and field diary, with semi-structured interviews, and analysis and interpretation in the light of content analysis. The main concepts worked on were proximity journalism, convergence, a culture of participation and the concept of digital mobile journalism. The results obtained were in the sense of understanding the new configuration of the journalist in the media ecosystem with the introduction of tools available today on smartphones for the production and distribution of journalistic and entertainment content.

KEYWORDS: Convergence; Participatory Culture; Proximity Journalism; Hyperlocal Journalism; Telejournalism; TV Tambaú.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Gráfico de dispositivos digitais em uso no Brasil	37
Figura 2	Apresentadora no estúdio do Tambaú da Gente antes de entrar no ar	59
Figura 3	Aba “Especiais” em destaque na cor laranja no Portal T5	60
Figura 4	Configuração da redação integrada da RTC	63
Figura 5	Vídeo- <i>selfie</i> da repórter feito sobre a matéria protesto dos ambulantes	64
Figura 6	Produtor 2 trabalhando na Rádio Jovem Pan	65
Figura 7	Gráfico <i>Google Forms</i> – Jornalismo multitarefa/Desvantagens	68
Figura 8	Gráfico <i>Google Forms</i> – Jornalismo multitarefa/Vantagens	69
Figura 9	Editora 4 alimentando redes sociais com <i>smartphone</i>	71
Figura 10	Detalhe do fone de ouvido do cinegrafista em campo	72
Figura 11	Detalhe do fone de ouvido da Repórter 1 em campo	72
Figura 12	Apresentadora do Tambaú da Gente e personagem Magally Mel	73
Figura 13	Gráfico divergência quanto a utilização do <i>live streaming</i>	74
Figura 14	Editor 1 fotografando espelho do programa com seu <i>smartphone</i>	77
Figura 15	Editores passando informações para a apresentadora	78
Figura 16	Editores na sala de exibição da RTC	79
Figura 17	Editores na redação após o término do programa	80
Figura 18	Editores na redação após o término do programa	80
Figura 19	Matéria da TV Borborema/SBT Campina Grande no Tambaú da Gente	86
Figura 20	Imagem enviada pela audiência – Nota coberta do quadro Hora de Esporte	88
Figura 21	Mensagem da audiência no momento em que foi ao ar	89
Figura 22	Mensagens e fotos enviadas por morador de Santa Rita/PB para o <i>WhatsApp</i>	90
Figura 23	Contato da mãe do Miguel contando sua história via <i>WhatsApp</i>	91
Figura 24	Foto do vídeo enviado pela mãe do Miguel via <i>WhatsApp</i>	92
Figura 25	Foto da matéria contando a história do Miguel	92

Figura 26	O Marcão do Povo (SBT Nacional) envia vídeo para Miguel	93
Figura 27	Audiência do interior participando do quadro Previdência Fácil	94
Figura 28	Audiência assistindo entrada ao vivo da repórter através do <i>smartphone</i>	95
Figura 29	Audiência assistindo entrada ao vivo da repórter através do <i>smartphone</i>	95
Quadro 1	Fotos e/ou imagens de <i>smartphones</i> no Programa Tambaú da Gente	96
Quadro 2	Matérias com fatos sobre o interior do Estado de 09 a 27/09	98

LISTAS DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
FGV-SP	Fundação Getúlio Vargas de São Paulo
GPS	Global Positioning System
MOJO	Mobile Journalism
PNAD	Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílios
RA	Realidade Aumentada
RTC	Rede Tambaú de Comunicação
SBT	Sistema Brasileiro de Televisão
SMS	Short Message Service
TI	Tecnologia da Informação
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
3G	Tecnologia de Terceira Geração
4G	Tecnologia de Quarta Geração
5G	Tecnologia de Quinta Geração
WI-FI	Wireless Fidelity
WIMAX	Worldwide Interoperability for Microwave Access

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
CAPÍTULO 1	26
1 Telejornalismo no hiperlocal e de proximidade	26
1.1 Jornalismo de Proximidade	31
1.1.1 Jornalismo Hiperlocal	34
1.1.2 Jornalismo de Proximidade e Hiperlocal na TV Paraibana	37
CAPÍTULO 2	42
2 Convergência e midiatização no jornalismo e seu impacto na profissão	42
2.1 Cultura participativa e o papel da audiência	49
2.1.1 <i>Smartphones</i> e seu papel na construção de notícias do telejornal	51
2.1.2 Jornalismo Móvel Digital	54
CAPÍTULO 3	59
3 Resultados da pesquisa	59
3.1 Conhecendo o Tambaú da Gente	59
3.1.1 Conceito de convergência e redação integrada na RTC	61
3.1.2 O uso de <i>smartphones</i> na redação e nas ruas	70
3.1.3 O papel do <i>smartphone</i> num dia atípico na redação da RTC	75
3.1.4 Prévia: Um dia nas ruas com a equipe de reportagem do Tambaú da Gente.....	81

3.1.5 O uso de <i>smartphones</i> no processo produtivo com foco na participação da audiência e no jornalismo de proximidade	84
3.2 Análise do programa Tambaú da Gente: Matérias com fotos e imagens de celular que foram ao ar na semana de 9 a 27 de setembro de 2019	95
3.2.1 Análise do programa Tambaú da Gente: Matérias sobre fatos ocorridos no interior do Estado que foram ao ar de 9 a 27 de setembro de 2019	97
3.3 Discussão dos resultados	99
4 CONCLUSÃO	102
REFERÊNCIAS	104
APÊNDICES	112

INTRODUÇÃO

O impacto causado pela *internet* e suas diversas plataformas digitais nas empresas de comunicação faz com que cada dia surjam novas formas de transmitir informações e, junto a elas, a necessidade da rápida adaptação dos profissionais da área às novas ferramentas e processos. Isso, sem contar que a nova audiência, conforme designação de Clay Shirky (2011) para este novo público consumidor de notícias pós-*internet*, longe de ter uma atitude passiva como antes, não apenas é mais rápida no que diz respeito à adaptação de plataformas emergentes, assim como também busca uma constante participação nos conteúdos midiáticos. Este processo está dentro do contexto da convergência e das condições multiplataforma de distribuição de conteúdos defendida por Jenkins (2009) como uma nova cultura.

A nossa pesquisa analisou o impacto das tecnologias móveis através de *smartphones* no processo produtivo do programa Tambaú da Gente, da Rede Tambaú de Comunicação - RTC, com foco na sua utilização com uma perspectiva do jornalismo hiperlocal e de proximidade, fazendo uma análise do programa, que é voltado para as comunidades de João Pessoa. A Rede Tambaú de Comunicação tem sua sede em João Pessoa, na Paraíba, e sua programação é transmitida para 132 municípios no Estado.

A escolha do produto para objeto de estudo se fez por ser o Tambaú da Gente um programa que promove o jornalismo de proximidade com as comunidades de João Pessoa. Pretendemos observar o quanto as inovações tecnológicas impactam no processo produtivo do Tambaú da Gente, e na rotina dos jornalistas envolvidos na sua produção diária. Do mesmo modo, acompanhamos como é seu processo produtivo, e de que forma os profissionais que nele atuam assimilam a linguagem digital.

Como questões de pesquisa elencamos: Em que medida o *smartphone* e seu ecossistema impactam o objeto empírico em termos de produção e distribuição, e como extrair do jornalismo digital o máximo de suas potencialidades, contribuindo na produção do jornalismo hiperlocal e de proximidade, numa perspectiva social, cívica e cultural? Como inovar, saindo de um modelo de comunicação *broadcast* na TV brasileira, um para muitos, ou seja, unidirecional, vislumbrando os modelos que surgiram no jornalismo pós-industrial? Esta foi uma das nossas questões.

A expressão “Jornalismo pós-industrial” nasceu com a publicação de um documento de 196 páginas editado pelo *Tow Center* para Jornalismo Digital, da Universidade Columbia, nos

Estados Unidos, no final do ano de 2012¹. De acordo com Anderson, Bell e Shirky (2012), é necessário substituir a forma de se fazer o jornalismo atual. Os autores ainda reforçam que a essência do jornalismo permanece, mas a é preciso modificar a antiga cultura de praticá-lo, pois a era digital nos leva a ter outros valores e desenvolver novas rotinas. Na nossa pesquisa buscamos verificar as condições do jornalismo pós-industrial no contexto local com foco no programa Tambaú da Gente.

Fazendo agora um recorte para o jornalismo hiperlocal e de proximidade, é pertinente observar que, apesar de estarmos num mundo globalizado, com a oportunidade de obtenção de notícias de todo o globo terrestre a tempo e a hora, o interesse da audiência por informações sobre sua região, sua comunidade, sua vizinhança, ganha força, por trazer uma “particularidade mais acentuada” (CAMPONEZ, 2002). Hall (1998) também vai de acordo com esse pensamento quando observa que “a globalização, na verdade, explora a diferenciação local. Assim, ao contrário de pensar no global como substituto do local”, torna-se mais relevante “pensar numa nova articulação entre global e local”. Privilegiar o jornalismo local pode ser uma alternativa a ser experimentada na sustentação de uma audiência segmentada nas TVs regionais.

Há estudos que constataam que a audiência das TVs abertas vem diminuindo. Pesquisa recente de Becker, Gambaro, Souza Filho (2015) revela: “...a televisão aberta tem enfrentado constantes quedas nos índices de audiência. A quantidade de TVs ligadas diminui ano após ano, e as emissoras já perderam 28% da audiência desde o ano 2000”. “[...] Os principais e mais tradicionais programas, como as novelas, os telejornais e os *reality shows*, estão com a audiência em declínio”. A partir de 2010 se observa um maior declínio da audiência das TVs abertas muito em função do surgimento das TVs pagas, e, claro, da *internet* (Becker et al, 2016).

O uso da *internet* vem crescendo: seja ela utilizada através de computadores; seja ela utilizada via aparelhos de telefones celulares. E com uma característica já nossa conhecida: a maioria dos usuários – ou internautas, é o público mais jovem, público esse que já nasceu sem nutrir interesse pela TV aberta, mas ávido pelo universo de possibilidades que o mundo digital

¹ Disponível em:

http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_5/files/assets/commo n/downloads/REVISTA_5.pdf. Acesso em 20 fev. 2019.

lhe oferece. Segundo a PNAD² contínua TIC 2017³ (Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílios), houve um aumento do percentual de domicílios que utilizavam a *internet* de 5,6 pontos percentuais, de 2016 para 2017. Nesse período, a utilização do celular aumentou pouco mais de meio por cento. Quase 70% das 181,1 milhões de pessoas com 10 anos de idade ou mais no país, acessaram a *internet* pelo menos uma vez nos três meses anteriores à pesquisa. Em números concretos, no mesmo período, passou de 116,1 milhões para 126,3 milhões. Tanto na área urbana quanto na rural, houve aumento desse percentual: a primeira cresceu 4,8%, e a segunda, 6,4%. A pesquisa mostra ainda que os jovens entre 20 a 24 anos são os que mais acessaram a *internet* no período: 88,4%, e que os idosos acima de 60 anos, foi o grupo que menos acessou a *internet*: 31,1%. E curiosamente, foi constatado que na atualidade, os jovens estão vendo menos TV que os mais velhos. Conforme observa Shirky (2011), “populações jovens com acesso à mídia rápida e interativa afastam-se da mídia que pressupõe puro consumo”.

É preciso verificar como essa queda de audiência impacta o profissional do jornalismo em tempos de convergência de mídias e o que, de fato, está sendo feito nos programas televisivos locais e regionais em sintonia com as inovações tecnológicas, tirando vantagem das várias telas disponíveis na atualidade, tais como TV, computador, *Ipads* e *smartphones*. O jornalismo pós-industrial impõe uma ruptura na antiga forma da produção de notícias, e exige uma nova maneira de se fazer jornalismo. Shirky et al. (2013) já previam a necessidade de uma mudança radical no processo jornalístico ao afirmar que “(...) incorporar um punhado de técnicas novas não será suficiente para a adaptação ao novo ecossistema”.

Pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2018)⁴ nos traz dados sobre as "Características gerais dos domicílios e dos moradores 2017": 70,5% dos lares brasileiros passaram a ter com acesso à *internet* em 2017, representando 49,2 milhões de domicílios conectados - um crescimento significativo em relação aos 44 milhões (63,6%) registrados em 2016 -. A pesquisa também comprova que o acesso à *internet* é feito preferencialmente por celular. Em 2017, 69% dos entrevistados afirmaram se conectar à rede

² Pesquisa do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) responsável por investigar o acesso à internet e à televisão, além da posse de telefone celular para uso pessoal.

³ Agência de Notícias do IBGE. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23445-pnad-continua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-do-pais> Acesso em 18 fev 2019.

⁴ Disponível em: Texto Revista Brasil Econômico. <https://tecnologia.ig.com.br/2018-04-27/acesso-a-internet.html>. Acesso em 24 set 2018.

via *smartphone*; em 2016 o índice registrado era de 60,3%. Ainda segundo a pesquisa: “O uso do telefone celular aumentou em todas as regiões, com uma penetração média de mais de 90% nos domicílios brasileiros. Os menores percentuais estão nas regiões Norte (88,8%) e Nordeste (89,1%); enquanto os maiores se encontram nas regiões Sudeste (93,9%), Sul (95,0%) e Centro-Oeste (96,9%)”.

Paralelo à esses dados, a 30ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas, realizada pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP) e divulgada em 25 de abril de 2019⁵, revela que o Brasil tem hoje dois dispositivos digitais por habitante, incluindo *smartphones*, computadores, *notebooks* e *tablets*, e que o país chegará à 420 milhões de aparelhos digitais ativos até o final de 2019.

Nesse cenário, não é difícil perceber que a constante evolução da era digital não traz apenas uma mudança tecnológica, mas, também, comportamental. Muda-se a lógica de quem produz a notícia e de quem a recebe (JENKINS, 2008). Sendo assim, a mudança de comportamento dos agentes emissor/transmissor/receptor nos processos de comunicação na era da *internet* deve ser observada. Nesse contexto, qual o contributo dos *smartphones* para promover uma melhor interatividade dos atores do processo no jornalismo?

Na busca por uma interatividade maior, precisamos entender a maneira de se fazer jornalismo e TV na era digital, inclusive sob uma perspectiva de hiperlocalidade. Há que se levar em conta que estamos vivendo a era da mobilidade ampliada, conforme Lemos (2008; 2009), quando ele sugere que “(...) a comunicação é uma forma de “mover” informação de um lugar para outro, produzindo sentido, subjetividade, espacialização”.

Essa ampliação no processo comunicacional é também compartilhada por Paulo Eduardo Cajazeira, no tocante ao telejornalismo. Segundo o autor, “(...) no contexto do telejornal, a presença e a copresença do público, sejam na *fanpage* ou na tevê convencional, equivale à nova realidade expandida e presente nas novas relações dos atores do telejornalismo” (CAJAZEIRA, 2014, p. 18).

A tendência é que a TV e seu conteúdo, conquanto a conhecemos, vá sofrer mudanças radicais, inclusive na esfera comercial: o valor dado à notícia será outro. A rotina produtiva exige uma rápida adaptação a cada novo rompante da tecnologia digital. Muitos são os desafios

⁵ Disponível em: https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesti2019fgvciappt_2019.pdf - Acesso em 23 out 2019.

do jornalismo pós-industrial, mas muitas também são as novas possibilidades que surgem.

Segundo Elihu Katz (2009), “a televisão que conhecemos nos anos 60 e 70 está morrendo. Uma outra “televisão”, integrada com a *internet* e com centenas de canais e que transmite para nichos está tomando o seu lugar”. Em contrapartida, autores como John Ellis (2004) e Toby Miller (2009) defendem que “a televisão não está morrendo, mas entrando em uma nova fase”.

Várias são as potencialidades na utilização de *smartphones* em se pensando em processos de produção e distribuição de notícias. Sobre o olhar atento dos jornalistas profissionais na qualidade técnica de imagem e som exigida para a veiculação de uma matéria e/ou chamada de TV, até que ponto os vídeos produzidos via *smartphones* atendem esse grau de exigibilidade?

Dentro dessa perspectiva, e fazendo um recorte para o jornalismo na TV, elaboramos as questões de pesquisa norteadoras: Como fazer um telejornalismo que atenda às expectativas de uma nova audiência e como os *smartphones* e seus aplicativos participam desse processo, principalmente no âmbito do jornalismo regional e de proximidade? Dependendo da situação, o que vale é o “furo de reportagem”, ou seja, colher um material exclusivo, na urgência que o fato exige, é a melhor das opções, mesmo tendo a qualidade técnica comprometida? Estaria o profissional de jornalismo da Rede Tambaú de Comunicação preparado para trabalhar seus programas de TV pensando na distribuição em várias telas e plataformas?

Sob a ótica da transformação do jornalismo com impacto sobre a televisão, buscamos como **objetivo geral** da pesquisa analisar os processos de produção a partir do uso de *smartphones* no programa Tambaú da Gente, da Rede Tambaú de Comunicação, e as suas implicações segundo o conceito de jornalismo de proximidade e hiperlocal. Na nossa observação desmembramos o entendimento sob essa ótica também com os **objetivos específicos**: **1.** examinar os processos de produção e distribuição (TV e Portal T5) com foco no programa Tambaú da Gente; **2.** identificar como os recursos dos *smartphones* são utilizados no programa e como eles atendem os anseios culturais e específicos da audiência hiperlocal e regional; **3.** observar a rotina dos profissionais da emissora nos processos de produção do programa Tambaú da Gente com o uso de *smartphone* e analisar em que medida o jornalismo hiperlocal e regional é trabalhado se utilizando das suas potencialidades.

A justificativa para esse trabalho foi pensada pela oportunidade em se trabalhar o telejornalismo com um único equipamento que incorpora aplicativos imprescindíveis para o trabalho de um repórter em campo, de fácil manejo e transporte, capaz de registrar e distribuir conteúdo em qualquer lugar, a qualquer tempo, facilitando sobremaneira o exercício do jornalismo de proximidade onde quer que seja: o *smartphone*. Vivenciamos a realidade de um novo sistema de comunicação e informação que é a *internet*, do advento das redes sociais e suas mais variadas formas de comunicação, do avanço constante da era digital e sua interferência no processo de produção jornalística, e essa realidade é foco de linhas de pesquisa de diversos autores nos dias de hoje.

Por se tratar de algo novo, transformador e que requer investigações constantes devido sua própria mutação, deve o profissional de comunicação inteirar-se desses processos, não apenas para compreendê-los mas, sobretudo, para ter consciência de que opera de forma dupla: como agente transformador, e que também sofre efeitos da transformação, semelhante ao sistema de *input* e *output*. É esta consciência que permitirá ao profissional a utilização das mídias digitais como ferramenta útil à consecução das suas atribuições com um olhar para o jornalismo hiperlocal e regional, valorizando a sociedade local no seu aspecto cívico e cultural.

Os programas da Rede Tambaú de Comunicação trabalham com o conceito de convergência de mídias. Eles são produzidos para a tela da TV, e se utilizam das redes sociais e do Portal T5 para fomentar a sua audiência. Mas o que pretendemos observar aqui é se os profissionais que produzem informações para a TV estão se preocupando em desmembrar seus conteúdos para as demais plataformas, com linguagens e narrativas diferenciadas, ou se continuam se utilizando delas apenas como mídia de suporte e replicação dos programas, além de analisar se estão tirando proveito desse novo ecossistema midiático, valorizando a sociedade local com matérias e coberturas de cunho cultural e social.

A pesquisa tem cunho exploratório e a escolha em observar o programa Tambaú da Gente da TV Tambaú é por ser ele um programa voltado para o público da Paraíba, exercendo, portanto, o jornalismo de proximidade regional, promovendo fatos do interior do Estado; local, na divulgação de fatos de João Pessoa e hiperlocal, dando voz às comunidades da capital paraibana. Por trabalhar num conceito multiplataforma, se apropriando da convergência midiática, torna-se um caso representativo do fenômeno da pesquisa em questão,

que procura compreender o impacto dos *smartphones* e seus mais diversos aplicativos na produção de notícias distribuídas em várias telas.

A TV Tambaú é a afiliada do SBT em João Pessoa e é subsidiária do Grupo Marquise. Inaugurada em 5 de agosto de 1991 como afiliada da extinta TV Manchete, teve como primeiro programa local o Tambaú Notícias, noticiário diário. Em 1º de julho de 1995, passou a transmitir a programação do SBT. Em 20 de março de 2017 o novo superintendente André Vajas assume a direção e promove um processo de convergência de mídias lançando, em 06 de novembro de 2017, a Rede Tambaú de Comunicação, formada pela TV Tambaú, Rádio Joven Pan João Pessoa e o Portal T5. Com pouco mais de um ano de implantação, o Portal T5 é hoje o quarto portal mais acessado do Estado da Paraíba, com vinte e quatro milhões, quatrocentas e dezesseis mil, setecentas e vinte e seis páginas de conteúdo visualizadas de até março de 2019.

Para a coleta dos dados optamos pela observação participante revelada - ou pesquisa participante. Conforme Peruzzo (2015), “a pesquisa participante consiste na inserção do pesquisador no ambiente natural de ocorrência do fenômeno de sua interação com a situação investigada.” Observando que vários autores indicavam um componente específico essencial à pesquisa participante, Cicilia Peruzzo (2015) resumiu as principais características do método. Segundo ela:

A pesquisa participante implica: a) a presença constante do observador no ambiente investigado, para que ele possa “ver coisas por dentro”; b) o compartilhamento, pelo investigador, das atividades do grupo ou do contexto que está sendo estudado, de modo consistente e sistematizado – ou seja, ele se envolve nas atividades, além de co-vivenciar “interesses e fatos”; c) a necessidade, segundo autores como Mead e Kluckhohn, de o pesquisador “assumir o papel do outro” para poder atingir “o sentido de suas ações (HAGUETE, 1990, p.63 apud PERUZZO, 2015, p.126).

Nessa perspectiva, a observação participante se fez de modo revelado⁶, ou seja, os profissionais da redação da RTC sabiam do motivo da presença da observadora. Para a coleta

⁶ Peruzzo (2015) esclarece, dentro dos conceitos de pesquisa participante, que o grupo pesquisado pode ter ou não conhecimento de que está sendo investigado, e que observador pode ser “encoberto” ou “revelado”. Na observação em questão, o grupo tinha ciência da presença da pesquisadora.

dos dados optamos pela pesquisa de campo e observação participante com intervenções pontuais, que se deram nos dias 09, 10, 11 e 27 de setembro de 2019. O intervalo se deu por motivos de saúde da pesquisadora no período. Na observação, o processo produtivo do programa foi acompanhado desde a apuração de notícias na redação à discussão das pautas, passando pela reportagem na rua à edição e exibição ao vivo do programa. O intuito era o de verificar, ainda, a postura dos profissionais envolvidos quanto ao impacto da convergência de mídias, linguagens utilizadas e o uso de *smartphones* em todo o processo: da produção de pautas às gravações de matérias e outros produtos de suporte de mídia para as redes sociais e para o Portal T5.

O estudo de caso do programa, da mesma forma, teve a pretensão de apontar como, quando e por que a utilização de *smartphones* no processo produtivo do mesmo, numa perspectiva de jornalismo regional, local e de proximidade, se mostra essencial em tempos de mudanças no fazer jornalismo. Como estudo de caso a autora Márcia Yukiko Matsuuchi Duarte (2015) considera como definição mais citada a de Yin (2001, p.32):

(...) o estudo de caso é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto de vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas”. Ele enfatiza ser a estratégia preferida quando é preciso responder a questões do tipo “como” e “por que” o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real. (DUARTE, M.Y.M, 2015, p. 216).

Foram realizadas, ainda, entrevistas semi-estruturadas com nove profissionais da redação da RTC: o editor multiplataforma, dois editores, o editor de esporte, dois produtores de conteúdo, o ator que interage ao vivo com a apresentadora, a apresentadora e um repórter. A ideia era identificar o grau de utilização de *smartphones* no processo produtivo do *corpus*: o programa Tambaú da Gente, por deter a característica do jornalismo de proximidade. A pesquisa buscou ainda retratar o quanto os profissionais sofrem o impacto do atual cenário no dia a dia da prática jornalística, e privilegiam o jornalismo regional e local. Segundo Duarte (2015, p.66), a entrevista semi-aberta é um “Modelo de entrevista que tem origem em uma matriz, um roteiro de questões-guia que dão cobertura ao interesse de pesquisa”. E o autor complementa citando Triviños:

(...) parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, frutos de novas hipóteses, que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante. (TRIVIÑOS, 1990, p.146).

Na impossibilidade de realizar a entrevista presencialmente com todos, viabilizou-se também, através do aplicativo *Google Forms*, entrevistas estruturadas ou fechadas. “É realizada a partir de questionários estruturados, com perguntas iguais para todos entrevistados, de modo que seja possível estabelecer uniformidade e comparação entre respostas”, conforme (JORGE DUARTE, 2015 p.67). Elas foram respondidas pela apresentadora, pelo editor multiplataforma, editor de política, e mais três editores; além de três produtores de conteúdo e dois repórteres.

De forma a identificar o impacto na utilização de *smartphones* no processo produtivo do programa Tambaú da Gente sob a perspectiva de convergência de mídias e jornalismo de proximidade, foi feita uma análise de conteúdo quantitativa, adotando a estratégia de acompanhar o programa através dos arquivos disponibilizados pelo Portal T5, dos dias 9 a 27 de setembro de 2019. Consultas ao arquivo do programa no Portal T5 para checagem de informações, também foram feitas nos meses de outubro e novembro de 2019. Segundo W.C. da Fonseca Júnior (2015):

Na análise de conteúdo, a inferência é considerada uma operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada. (...) O melhor exemplo dessa tendência é a definição de Krippendorff (1990, p. 29), para quem “a análise de conteúdo é uma técnica de investigação destinada a formular, a partir de certos dados, inferências reproduzíveis e válidas que podem se aplicar a seu contexto”. (W.C. DA FONSECA JÚNIOR, 2015, p.284)

Essa estratégia de estudo se utilizando de uma metodologia plural foi pensada de forma a levantar dados concretos para identificar o avanço da prática jornalística no Estado da Paraíba, fazendo um recorte para o *corpus* em questão na Rede Tambaú de Comunicação, e o quanto a utilização dos *smartphones* agrega e atua na produção de produtos jornalísticos para a TV, com foco no jornalismo hiperlocal e de proximidade.

A dissertação foi distribuída em quatro capítulos, além da introdução e das considerações finais. No capítulo 1 serão apresentados conceitos como jornalismo hiperlocal, local, regional e de proximidade, com foco no telejornalismo, chegando no grau de importância dos *smartphones* e da tecnologia digital móvel em seu processo produtivo. O trabalho será desenvolvido mediante reflexões sobre a relevância do jornalismo social e cívico nas comunidades locais e regionais, sob a perspectiva do novo ecossistema midiático num mundo globalizado: pretende-se observar os benefícios da convergência tecnológica.

O capítulo 2 traz reflexões sobre a transformação do telejornalismo na literatura atual com conceitos de jornalismo pós-industrial e de convergência: o impacto da convergência tecnológica para a rotina produtiva jornalista, e o estado de permanente de mudança do jornalismo e do telejornalismo com as inovações tecnológicas. Essa impermanência nos leva também a refletir sobre o papel dos *smartphones* no processo produtivo, e sua contribuição na prática do jornalismo móvel digital, assim como o impacto da convergência na audiência, com foco no jornalismo hiperlocal e de proximidade. Em que medida essa nova audiência impacta no processo de produção de notícias segundo o conceito de cultura participativa.

No capítulo 3 serão apresentados os resultados obtidos nos estudos de caso e na pesquisa do *corpus* do trabalho assim como a discussão sobre os resultados obtidos. Por fim, no quarto e último capítulo, será apresentada a conclusão do trabalho.

CAPÍTULO 1

TELEJORNALISMO NO HIPERLOCAL E DE PROXIMIDADE

O papel social do jornalismo para a sociedade é algo incontestável enquanto interesse público. Mas, conforme Gomes (2009), o jornalismo sempre encontra uma maneira de fazê-lo melhor. A história da comunicação nos aponta, tanto no nível teórico quanto no nível empírico, a credibilidade e a confiança que a prática do bom jornalismo conquistou perante a esfera pública. Afinal, a deontologia do jornalismo se baseia nos estudos das especificidades do jornalismo com sua dimensão prática e ética na perspectiva de servir ao cidadão por meio das práticas jornalísticas.

(...) o jornalista possui um papel social institucionalizado e legitimado na transmissão do saber cotidiano e age como tradutor do saber dos especialistas para o grande público. (ALSINA, 2009, p. 269).

Os critérios de noticiabilidade buscam trabalhar sempre a objetividade dos fatos, muito embora saibamos que seja algo que os profissionais do jornalismo aspiram, mas, em muitos casos, é algo difícil de se atingir por vários motivos. Segundo Marletti (1983, p. 220), o jornalismo orbita em torno de uma espécie de “idealismo jornalismo”, em que o discurso do objetivismo terá características singularmente pertinentes. Principalmente em se tratando de algum fato universal, quando do distanciamento entre o microambiente. Conforme observa Darde:

O edifício do Jornalismo foi erguido sobre os pilares da verdade, da objetividade, da imparcialidade, do equilíbrio e do pluralismo. Com o tempo, novas vigas foram apoiadas nessas bases, a exemplo da responsabilidade social, do interesse público, do compromisso com a coletividade, da democracia e da cidadania. (VWS DARDE, 2013, p.13)

E o autor conclui dando ênfase ao aspecto de conquista e manutenção da confiabilidade da audiência:

O Jornalismo passa a se redimensionar como conversação, diálogo com os públicos, e valores como a objetividade assume novos contornos, não mais como distanciamento dos objetos narráveis, mas como forma de satisfação da lealdade com o público. (VWS Darde, 2013, p.13)

A objetividade no jornalismo depende não apenas uma variação temporal, ou seja, nas diversas épocas, assim como também de uma noção espacial: depende da região, do local, do país, cada qual com sua cultura e hábitos estabelecidos. Sendo assim, a objetividade do jornalismo local e regional tem um peso genuíno, pois a responsabilidade em retratar fidedignamente a realidade e os anseios de uma determinada comunidade é significativa.

A comunicação local destaca-se por sua função comunitária, pois faz parte da vida da cidade ao mostrar problemas, acontecimentos, reivindicações e outras questões locais. [...] Por estar próxima do cidadão, ao tratar de temas diretamente relacionados ao público, permite que a população participe do desenvolvimento local: reclama dos direitos políticos e administrativos, fiscalizando o poder público. (VICENTE, 2010, p.76).

Esse capítulo da dissertação não pretende se aprofundar nos critérios de noticiabilidade adotados pela indústria da informação, nem mesmo na “teoria da construção do temário” (*agenda-setting*), até porque, vários são os estudos disponíveis nessa área. A intenção aqui é mostrar como a objetividade jornalística ganha corpo na prática do jornalismo local com a noção de proximidade. Logo, nessa perspectiva, e fazendo um recorte para a prática do jornalismo regional ou hiper local, a objetividade jornalística pode ser mais fácil de ser alcançada. Camponez (2002, 2011), reforça a pertinência do jornalismo de proximidade nas mídias regionais:

No caso dos media regionais e locais (...) a proximidade assume um significado próprio, marcante da sua especificidade e da sua identidade. Em Jornalismo de Proximidade, sustentámos que a imprensa regional se articulava em torno de conceitos como território, comunicação e comunidade. Defendemos uma definição de jornalismo regional a partir do conceito de pacto comunicacional realizado no contexto de comunidades de lugar – isto é, comunidades que se reconhecem com base em valores e interesses construídos e recriados localmente, a partir de uma vivência territorialmente situada – e onde intervêm critérios como o espaço geográfico de implantação do projecto editorial; o lugar de apreensão, recolha e produção dos acontecimentos noticiados; o espaço privilegiado de difusão da informação; o tipo de conteúdos partilhados e de informação disponibilizada; enfim, a definição dos públicos. (CORREIA apud CAMPONEZ, 2011, p.42).

O público de uma determinada comunidade, com suas características genuínas, desde o linguajar até seus hábitos alimentares, suas práticas religiosas, sua própria cultura local, se identifica imediatamente com um jornalismo pensado e produzido sobre seus costumes e seu estilo de vida. A recepção da mensagem é fluída, e por isso mesmo, identificável. A proximidade da notícia com a realidade local produz um vínculo de confiança extrema com o jornalismo apresentado, e traz uma interpretação hegemônica, ou seja, facilmente consensual. Em consonância com Camponez (2002), entende-se nesse trabalho o jornalismo de proximidade regional e local conforme o autor, seguido pelo ponto de vista de Peruzzo, (2009):

Entendemos por informação de proximidade aquela que expressa as especificidades de uma dada localidade, que retrate, portanto, os acontecimentos orgânicos a uma determinada região e seja capaz de ouvir e externar os diferentes pontos de vista, principalmente a partir dos cidadãos, das organizações e dos diferentes segmentos sociais. Enfim, a mídia de proximidade caracteriza-se por vínculos de pertença, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade e não apenas com as forças políticas e econômicas no exercício do poder. (PERUZZO, 2009, p. 81).

Um outro aspecto para ser debatido é que o avanço tecnológico instituiu a globalização. Recebemos notícias do mundo todo em tempo real. A *internet* nos coloca em contato direto com informações vindas de cantos e recantos jamais imaginados a tempo e a hora. Todo esse macro acesso de informações e essa instantaneidade, em certa medida, têm seu aspecto positivo, e abre também oportunidades para as notícias e informações sobre nosso próprio microambiente.

Na proposta de Kovach e Rosenstiel (2004), os leitores transformam-se em “prosumidores”, uma forma híbrida de produtor e consumidor. Em suma, altera-se a própria geografia situacional dos indivíduos. O local rapidamente passa a global e o global mais facilmente invade o local. (AMARAL, 2011, p.7).

Muito antes do ecossistema midiático se tornar como hoje o conhecemos, estudos sobre a relação entre o global e o local já impulsionava os pesquisadores desde a década de 90. Como observa Dominguez (1997), não faz sentido conhecer o que se passa no mundo e não estar a par

com o que é feito ao lado da sua casa: “A importância do mundo local já não pode ser dissociada das políticas gerais a nível espanhol e universal”.

E o autor complementa o raciocínio ao concluir: “O mesmo é dizer que o local e o global devem dar lugar a um novo conceito; uma forma nova de entender o mundo comunicativo a partir do mundo municipal”. Rodrigo Alsina (2009) cita um relatório sobre o estado da pesquisa da comunicação na Catalunha, com reflexões de Moragas (1997) sobre os desafios que o futuro apresentaria a respeito do global e do local:

A tensão entre globalização e localismo traz problemas universais que atingem a toda a comunidade internacional de pesquisadores. Como diz Kiviru (1998:10), “o mundo e as pessoas que nele vivem estão globalizados, essas pessoas são locais e globais, usam celulares, *internet*, televisão internacional, mas ainda moram em um lugar específico, se divertem com os amigos, comem batatas, compram roupas, exatamente como o fizeram”. (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 109)

Sua observação segue em consonância com López García (2007), conforme cita Izquierdo (2011, p. 91), quando este aborda o conceito de “glocal”, reforçando o termo num sentido de retroalimentação entre o local e o global, fazendo com que sejam conceitos interrelacionados. Mais que isso, o autor considera que a inovação tecnológica promove a multiplicação e reforça o local, pois gera curiosidade e interesse da audiência como um todo.

A globalização apenas vem reforçar que o jornalismo local contribui para todo um processo de identidade da sociedade em que atua, trabalhando seu horizonte espacial, cognitivo e emotivo, seja qual for o meio de comunicação nele inserido. Conforme Amaral (2011), fala-se mais sobre o local no jornalismo contemporâneo do que há uma década atrás, graças à *internet* e às ferramentas tecnológicas de hoje.

Entendemos aqui jornalismo de proximidade regional conquanto seu conceito geográfico, visando a valorização da cultura e da identidade do Estado da Paraíba como um todo, e jornalismo de proximidade local com um olhar mais focado na localidade, sendo ela a capital do Estado e ainda um município. Assim como entendemos neste trabalho como jornalismo hiperlocal, aquele feito nas comunidades e bairros de João Pessoa.

Nessa perspectiva de convergência de mídias, podemos deduzir que o uso de celulares de última geração no processo produtivo do jornalismo oferece uma gama de possibilidades para a produção de matérias e um contributo nunca visto antes para uma imediata interação com

a audiência. Assim sendo, compreendida a relevância da sociedade local, em seus mais variados aspectos, e se aproveitando ao máximo de toda a potencialidade oferecida pelo atual ecossistema digital, o conceito de jornalismo hiperlocal e regional ganha uma força extraordinária no processo. Conforme Lima Júnior; Jerónimo, (2017):

O termo Hiperlocal geralmente se refere a cobertura de notícias em um bairro ou até mesmo bloco a bloco de nível (Waldman, 2011). Para isso, Hiperlocal Jornalismo tem trabalhado por meio da contribuição de pessoas físicas ou jornalistas, permitindo acessibilidade para os mem-bros da comunidade, ativistas, estudantes, jovens e do público em geral para envolver a mídia local e internacional a: compartilhar os problemas, pontos fortes, preocupações e necessidades da comunidade; estratégias, organizar e fazer uma chamada para a ação; compartilhar pesquisas e resultados da comunidade envolvida de forma participativa; proporcionar o conhecimento geral sobre o trabalho da comunidade, conquistas e eventos. (LIMA JÚNIOR; JERÓNIMO, 2017, p. 222)

Com relação à dar voz às comunidades ou seus membros, o autor ainda enfatiza segundo Burns et al. (2012, p. 5):

Este tipo de ferramenta de comunicação permite expandir, compartilhar e usar a pesquisa para levantar questões e estratégias, abrindo a porta para a comunidade local compartilhar informações. (BURNS et al apud LIMA JÚNIOR; JERÓNIMO, 2017, p.222).

Nessa medida, podemos observar que o jornalista, ao adentrar numa localidade, seja bairro, comunidade, ou mesmo uma pequena cidade, assume um acréscimo de responsabilidade no exercício da profissão. É exatamente essa proximidade com o local que gera uma relação de intimidade e confiança com a população. Sob a perspectiva do trabalho de um repórter de TV, ao dispensar o uso de todo o aparato de equipamentos como câmera, microfone e iluminação, produzir uma matéria apenas com um celular nas mãos se torna menos ameaçador para a comunidade. Isso permite ao repórter quebrar a timidez genuína do indivíduo interiorano, normalmente um entrevistado que se sente desconfortável perante uma câmera de TV.

1.1 Jornalismo de Proximidade

Vários autores concordam na dificuldade em se definir um conceito de proximidade no campo jornalístico, devido à complexidade de sentidos, não o delimitando apenas geograficamente. Para Camponez (2012, p.35): “O conceito de proximidade é, a nosso ver, um dos mais complexos utilizados no campo jornalístico, tendo em conta a transversalidade a polissemia e, consequentemente, a opacidade com que é utilizado nos diferentes domínios de aplicação, nomeadamente empresarial, ético e socioprofissional”. Primeiro, é preciso destrinchar os conceitos de carácter de proximidade, de forma a entendermos toda a complexidade envolvida: Há a proximidade local, regional e hiperlocal. A questão geográfica não é a única a ser observada no jornalismo de proximidade, e precisa estar em consonância com o sentido de pertença. De acordo com Peruzzo (2005):

Dimensões como as de familiaridade no campo das identidades histórico-culturais (língua, tradições, valores, religião etc.) e de proximidade de interesses (ideológicos, políticos, de segurança, crenças etc.) são tão importantes quanto as de base física. São elementos propiciadores de elos culturais e laços comunitários que a simples delimitação geográfica pode não ser capaz de conter. (PERUZZO, 2005, p.74)

E essa linha de pensamento é seguida por outros autores, a exemplo de Camponez (2011), num enfoque de pertencimento cultural, de vida em coletividade, dando ênfase ao papel social do jornalista e na sua responsabilidade no exercício do jornalismo de proximidade em comunidades locais e regionais, essas, sim, sob o aspecto geográfico:

Manuel Fernández Areal, referindo-se à comunicação social regional e local, defende que, "nesses media dirigidos a públicos muito concretos, normalmente reduzidos, com nomes e apelidos, é onde o jornalismo é mais humano e mais verdadeiramente social, ao pôr em contato e ao relacionar os que informam ou opinam, escrevem editoriais e dão conselhos, com um público que não é apenas receptor, mas é também enormemente ativo, que por sua vez informa, recrimina, aceita, valora, aplaude ou censura de forma eficaz. (CAMPONEZ, 2011, p. 39).

O exercício da proximidade local nos leva a adquirir conhecimentos específicos e valorizar especificidades. Segundo Teun Van Dijk apud Camponez (2002, p. 116) “(...)

sabemos mais sobre a nossa própria aldeia, cidade, país, continente, em parte pela nossa experiência direta e pelas comunicações informais das experiências de outros que conhecemos”. Longe de ser uma novidade, o jornalismo de proximidade no processo de construção da notícia sempre é lembrado e ganha destaque no mercado e no universo científico, principalmente em momentos de crise, como a que o mercado midiático passa na atualidade devido às transformações impostas pela tecnologia (JERÓNIMO, 2017). A imprensa e o público consumidor de notícias muito têm a ganhar com a exposição de fatos pitorescos, e a mídia se beneficia ao explorar mais essas microestruturas com pautas diferenciadas e específicas. De fato o público consumidor de notícias poderá se surpreender com a existência de micro-notáveis.

O cotidiano das pequenas cidades, os problemas deflagrados e registrados nas várias localidades, os acontecimentos cívicos, as festas populares e religiosas dos municípios, a programação das igrejas católicas, evangélicas e de outras denominações, bem como os temas abordados nas missas e nas demais manifestações religiosas são algumas das muitas possibilidades de se romper com as fontes tradicionais comumente utilizadas no processo de apuração da informação pela denominada grande imprensa (SILVA, L., 2013, p. 93).

Mídias como o rádio e o jornal impresso resistem na imprensa do interior e são atores fundamentais no ecossistema jornalístico local e regional. Por se tratar de um modelo de negócio de alto custo, a televisão é uma mídia que ainda tem muito o que conquistar no contexto do jornalismo hiperlocal e de proximidade. Entretanto, conforme veremos adiante sobre o telejornalismo local e regional na Paraíba, os jornalistas conseguem extrair boas e genuínas matérias de cidades do interior do Estado, com boa vontade, método jornalístico e muito esforço pessoal.

Segundo recente pesquisa⁷ do *Pew Research Center*, apesar das novidades perante o novo ecossistema midiático que distribui notícias em várias telas, o americano permanece fiel, em frente à TV, para consumir notícias locais. A pesquisa foi feita com 34.897 adultos norte-americanos realizada entre 15 de outubro e 8 de novembro de 2018, e apresentada no Painel de Tendências Americanas do Centro e no *Knowledge Panel* da *Ipsos*. Seus dados revelam que

⁷Disponível em: <https://www.journalism.org/2019/03/26/for-local-news-americans-embrace-digital-but-still-want-strong-community-connection/>. Acesso em 22 Maio 2019

41% dos americanos preferem receber as notícias locais via TV e 37% afirmam que preferem receber as notícias *online*. E estes superam os que preferem um jornal impresso ou o rádio (13% e 8%, respectivamente). Apesar da preferência pela entrega digital em relação às notícias via TV, as emissoras de televisão locais americanas, ainda segundo a pesquisa, mantêm a liderança de uma lista de nove tipos de provedores de notícias locais: 38% dos adultos americanos confirmam receber notícias de um canal de televisão local. Essa preferência é seguida pelas rádios locais, com 20% e depois pelos jornais impressos locais, com 17%. E mais: apesar das várias telas, a pesquisa ainda revela que 76% dos norte-americanos se utilizam do aparelho de TV para esse consumo de notícias locais.

Pesquisa anterior da mesma instituição, realizada no ano de 2012⁸, já apontava o jornalismo local como uma das tendências para o futuro, ainda assim, com vários obstáculos a ser ultrapassados, nomeadamente ao nível da viabilidade econômica. Entre os dados apresentados na época, vale a pena destacar o crescimento da audiência dos canais televisivos locais nos Estados Unidos. E o telejornalismo brasileiro parece caminhar seguindo essa tendência, valorizando o noticiário local.

Partindo de conceitos como jornalismo pós-industrial (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2012), cultura da participação (SHIRKY, 2010), convergência (SALAVERRÍA, NEGREDO 2008); (JENKINS 2009; 2013), jornalismo móvel (PALÁCIOS, 2015; SILVA, F. 2013; 2014; 2015) e jornalismo de proximidade (CAMPONEZ, 2002; 2011; 2012) exploraremos o contexto de transformações e tendências no jornalismo. De certo que o processo de evolução tecnológica pela qual estamos passando nos trouxe à era da convergência e, com ela, um campo fértil para ser explorado numa perspectiva de jornalismo hiperlocal e de proximidade. De acordo com Camponez (2002), uma boa estratégia:

O papel estratégico da proximidade leva a que alguns considerem a Imprensa Regional como a Imprensa do século XXI. A ideia é sustentada na tese de estarmos hoje perante um campo da comunicação virado do avesso: quanto mais fácil é tomarmos conhecimento dos acontecimentos longínquos, mais nos distanciamos da realidade mais próxima. (CAMPONEZ, 2002, p. 113).

⁸Disponível

em:

<https://www.pewresearch.org/search/nona%20edi%C3%A7%C3%A3o%20de%20um%20relat%C3%B3rio%20anual%20sobre%20o%20estado%20do%20jornalismo%20americano%2C%20o%20the%20state%20of%20the%20news%20media%202012%2C%20apresentado%20pelo%20the%20pew%20research%20center%E2%80%99s%2020project%20for%20excellence%20in%20journalism>. Acesso em: 22 maio. 2019.

Fazendo um recorte para a produção de um programa de telejornalismo que cobre todo o Estado da Paraíba, em que medida a tecnologia digital contribui para o exercício de um jornalismo mais direcionado e local em termos de valores-notícia, e qual o potencial do jornalismo móvel digital nesse sentido, são questões a serem observadas nesta pesquisa.

1.1.1 Jornalismo Hiperlocal

O jornalismo hiperlocal é um conceito que atualiza a noção de proximidade. Logo, o jornalismo hiperlocal explora um conjunto de fatores para acontecer como as redes digitais, o aparato de tecnologias móveis, entre outros. Sendo assim, nos cabe definir o conceito de proximidade dentro jornalismo. Na nova configuração do jornalismo em era da convergência, os autores Carvalho e Carvalho (2014) pontuam o fato de que o jornalismo precisa se adaptar com urgência à nova realidade, não apenas visando a produção de uma informação mais ampla e globalizada em sua distribuição, mas, assim como também, a produção de conteúdos para os públicos locais:

Nasce, assim, o conceito de hiperlocal. De modo geral, o hiperlocal atua em duas frentes: uma editorial e outra comercial. Na primeira, com o surgimento da necessidade do leitor de encontrar aquilo que realmente interessa com facilidade, em uma navegação cada vez mais direcionada (favoritos, RSS, *Twitter*...), os veículos que destacam o trânsito, a segurança ou o time de uma cidade, bairro ou rua, têm maior sucesso. No quesito comercial, o oferecimento de produtos que tenham o foco definido, com potencialidades de criar um relacionamento estreito com o leitor, é um grande atrativo para o anunciante. (CARVALHO e CARVALHO, 2014, p. 73).

A verdade é que o conceito de jornalismo hiperlocal sofreu variações e adaptações com o tempo e com o novo ecossistema midiático. Camponez e Jerónimo (2017) fazem um breve histórico sobre o surgimento do conceito, quando Sônia Aguiar (2016: 72) o identifica num artigo publicado no jornal *Washington Post*, no ano de 1991. Segundo os autores, o conceito hiperlocal ganhou hoje nova dimensão segundo sua complexidade num novo ecossistema midiático.

Camponez (2017) reforça o impacto que a inovação tecnológica gerou no exercício do jornalismo de proximidade hiperlocal e considera que “hiperlocal assenta hoje num território esquadrihado pelas tecnologias da comunicação e da informação, em particular as digitais móveis, capazes de nos comunicar um território referenciado ao nível da rua, do bairro, num curto espaço de tempo”. Já Silva, F. (2013), sob uma perspectiva de jornalismo de mobilidade, assim define o jornalismo hiperlocal:

Utiliza tecnologias móveis digitais para produção de conteúdos e mapeamentos. Evidencia-se exatamente pela demarcação da geolocalização do lugar da publicação gerando uma camada nova de informação através da combinação do GPS, da tecnologia móvel com 3G e do uso de mapas digitais como *Google Maps*. Portanto, “o lugar” ou “o local” são proeminentes na apropriação em termos do uso dos dispositivos. Neste sentido, as comunidades, o hiperlocal evidenciam-se como valor de noticiabilidade. (SILVA, F. 2013, p. 107)

Como a inovação da tecnologia tem avanço de proporções geométricas, na atualidade já está sendo usada na China, em modelo de experimento, a tecnologia 5G. Adiante, no capítulo reservado ao Jornalismo Móvel Digital, será abrangido o conceito de hiperlocal sob essa perspectiva. Lemos (2011, p. 12) apud Magnoni (2018) observa que o “prossumidor” também pode se apropriar das características do hiperlocal para a produção e envio de notícias:

A dimensão hiperlocal no jornalismo (já que ele é sempre local) refere-se, em primeiro lugar, a informações que são oferecidas em função da localização do usuário (sobre o bairro, a rua, etc.), e em segundo lugar, pelas características pós-massivas desse novo jornalismo onde qualquer um pode ser produtor de informação. Essa é uma das tendências atuais do jornalismo: vinculação de notícias cruzando diversas fontes, oficiais, profissionais e cidadãos à geolocalização. (LE MOS apud MAGNONI, 2018, p.5)

Após citar Lemos (2011), Magnoni reforça o contributo de um novo agente que interfere positivamente em todo o processo produtivo jornalístico desde o surgimento das novas tecnologias: a audiência participativa, que na contemporaneidade assume papel de destaque na construção de notícias enquanto jornalista-cidadão. Segundo o autor esse novo agente se torna relevante na produção de notícias referentes à questões sociais, econômicas e ambientais na comunidade em que está inserido.

Nessa medida, as emissoras de TV regionais podem contar com o jornalismo participativo do jornalista-cidadão, criando ações que incentivem sua colaboração, no sentido de envio de conteúdo audiovisual produzidos por *smartphones* e exibidos nos telejornais e programas de entretenimento. Conforme observa Lima Júnior; Jerónimo, (2017), os *smartphones* ganham evidência na produção de conteúdo no novo ecossistema midiático:

(...) com introdução de inovações no campo das tecnologias digitais conectadas e a popularização de dispositivos móveis, tendo como carro-chefe os *smartphones*, outras formas de produção de informação jornalística local estão emergindo, principalmente com a ação direta dos atores sociais que pertencem à comunidade. (LIMA JÚNIOR.; JERÓNIMO, 2017, p. 230)

O autor se refere enquanto atores sociais a audiência, ou seja, moradores de uma comunidade específica, assim como também poderia se tratar de um jornalista exercendo sua atividade no âmbito da proximidade local e/ou regional. A criação de uma identidade local ganha reforço sob essa perspectiva participativa do cidadão no jornalismo contemporâneo, onde a audiência tem a oportunidade de valorizar aspectos genuínos de sua comunidade no processo de construção da notícia, de acordo com López et al (2016):

(...) ahora nuevos impulsos en todos los medios que actúan desde o en los escenarios locales en la medida en que resultan decisivos para conformar identidad. En la complejidad de ese espacio de comunicación existen iniciativas que buscan prácticas profesionales muy implicadas en la vida local, así como la participación de los usuarios en los procesos de producción de la información. (LÓPEZ et al, 2016, p.5)⁹

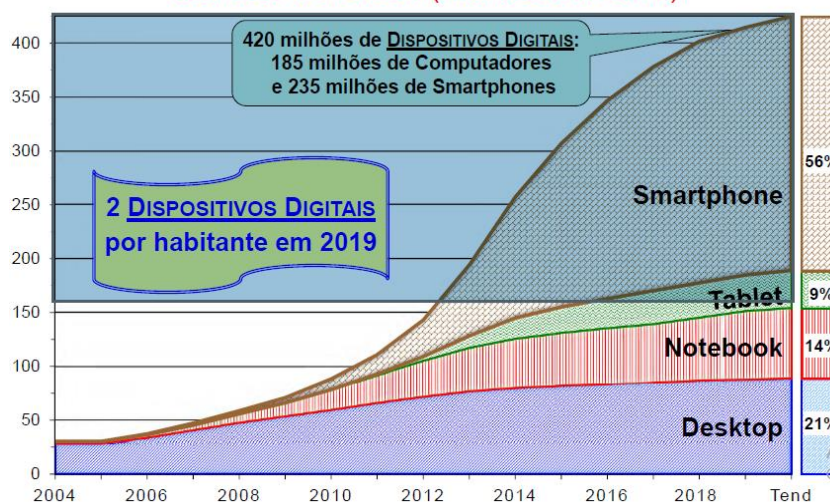
Não podemos ignorar o fato do papel assumido pela audiência enquanto colaboradora na construção da notícia, aliado ao acesso fácil e crescente à celulares de última geração e redes de transmissão de dados da *internet*, possibilitando assim uma maior agilidade no envio de fatos, imagens e fotos de qualquer parte para telejornais de grande repercussão.

Ainda segundo a 30ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP), existem

⁹ "(...) agora novos impulsos em todos os meios de comunicação que agem a partir ou nos cenários locais, na medida em que são decisivos na formação da identidade. No complexidade desse espaço de comunicação existem iniciativas que buscam práticas profissionais muito envolvidos na vida local, bem como a participação de os usuários nos processos de produção de informação." Tradução nossa.

atualmente no país 230 milhões de celulares ativos, sendo que houve um aumento de 10 milhões no número de *smartphones* ativos em relação a 2018 (Figura 1).

Figura 1: Gráfico de dispositivos digitais em uso no Brasil
DISPOSITIVOS DIGITAIS (Computadores e Smartphones)
em Uso no Brasil (milhões em 2019)



Fonte: Pesquisa Fundação Getúlio Vargas de São Paulo

A audiência, ou seja, esse novo ator participante do processo produtivo jornalístico, passa agora a contribuir de forma mais efetiva na construção da notícia. O conteúdo produzido pelos usuários, depois de analisados pelos jornalistas profissionais, pode ganhar espaço nos noticiários sempre que sua intervenção trazer algum fato novo e pertinente. A seguir, uma breve análise sobre o jornalismo de proximidade com um recorte para as TVs do Estado da Paraíba.

1.1.2 Jornalismo de Proximidade na TV Paraibana

Sem ter a pretensão de aprofundar no modelo de negócios televisivo, essa investigação propõe uma reflexão sobre a relevância do jornalismo de proximidade na TV, fazendo um recorte para o telejornalismo paraibano, e mediante a análise do depoimento de alguns profissionais atuantes no mercado de TV do Estado da Paraíba. Compreendemos aqui a prática de um jornalismo local delimitado pelo conceito geográfico, tratando regional enquanto a cobertura jornalística na região da Paraíba, e local sob uma perspectiva reducionista,

observando a localidade inserida, seja uma comunidade ou bairro da capital João Pessoa, seja um município em questão, retratando a realidade do cotidiano das comunidades em questão (PERUZZO, 2005).

Muitos profissionais com formação universitária nessa área estão se deslocando para as cidades do interior nordestino, em busca do exercício profissional em jornais e emissoras de rádio e TV. (...) Prevalece ainda o sentimento e o desejo de um bom desempenho na profissão escolhida”. (SILVA, L. 2013, p. 92 e 93)

Esse jornalismo de proximidade revela a característica mais humana do profissional, e se mostra na narrativa sensível de cada matéria que vai ao ar. Além do quê, coloca o profissional de jornalismo no centro daquilo que é um dos pilares da profissão: a credibilidade. A proximidade do jornalista junto à uma comunidade local específica, o reconhecimento de seu trabalho pela população de cada cidade, aldeia, vila, conforme Dornelles (2004), eleva o profissional de jornalismo à condição de líder comunitário. Silva, L. (2013) reforça a pertinência dessa proximidade, muito embora se referisse ao jornal impresso, a TV pode se apropriar da mesma reflexão: “(...) o jornal do interior necessariamente carece dessa relação e aproximação com os segmentos comunitários pela própria função política, social, cultural e educativa de um periódico na sociedade, no passado e na sociedade contemporânea”.

Paradoxalmente, é nesse mundo globalizado, que o jornalismo de proximidade ganha sustentação e relevância perante a audiência. Priorizar as notícias regionais e locais reforçam o compromisso cívico e social das empresas de comunicação e dos profissionais envolvidos, além de garantir uma identidade própria à comunidade, cidade ou bairro expostos nas reportagens e matérias. Conforme observa Fernandes (2014):

Nesse novo cenário, a imprensa das pequenas cidades do interior desempenha um papel fundamental e passou a ser objeto de estudo de muitos pesquisadores. De veículo de segunda categoria, mal produzido, criado muitas vezes apenas com objetivos políticos, passou a ser percebido como um canal de integração e fomentador da identidade das populações interioranas. A força integrativa e identitária desses veículos está na notícia de proximidade. (FERNANDES, 2014, p. 108)

A experiência profissional exposta por jornalistas convidados a palestrar no Curso de Mestrado Profissional de Jornalismo da UFPB, na disciplina proferida pelo Professor Luiz Custódio da Silva, denominada “A construção da notícia jornalística”, ao longo do primeiro semestre de 2018, dentre eles, Renata Câmara¹⁰, Sílvia Torres¹¹, Laerte Cerqueira¹² e Felipe Valentim¹³, reforça que o jornalismo de proximidade pode e deve acontecer inclusive nos telejornais, de forma a profissão cumprir seu valioso papel social e cívico. É possível e necessário realizar o jornalismo de proximidade na TV.

(...) o conceito de jornalismo cívico é um indicador para caminhos novos e necessários, visando a práticas efetivas da informação a serviço do debate, das denúncias e da defesa dos princípios éticos, solidários, fraternos e humanos, para uma vida melhor e com mais dignidade, para os vários segmentos da sociedade. (SILVA, L. 2013, p. 99).

Conforme observa Silva, L. (2013), todos os palestrantes, sem exceção, mencionaram ser a proximidade com a comunidade seu maior ganho, até mesmo pela crescente confiabilidade da sociedade com o trabalho jornalístico desenvolvido. Segundo eles, a possibilidade de fazer uma narrativa jornalística para a TV, sensível e humana, além de render boas matérias veiculadas inclusive em rede nacional, propicia a valorização de comunidades e histórias esquecidas nos rincões interioranos da Paraíba.

Os palestrantes demonstraram em seus depoimentos que o jornalista experiente, de fato, como se membro fosse, de todos os conflitos, festividades, realizações, tristeza, alegria e cultura daquele povo, pelos métodos jornalísticos utilizados no processo de produção de pautas e matérias.

O jornalismo, a ética, a objetividade e a verdade jornalística estão imbricadas no rigor do método jornalístico. Não entender isso é distanciar-se do que é Jornalismo, algo que é cada vez mais comum hoje. (...) o rigor do método é central para o Jornalismo. Ele garante a objetividade e a verdade que resultam numa postura ética. (VIZEU, 2014, p. 9)

¹⁰ Jornalista e radialista, pós-graduada pela Faculdade Cásper Líbero, apresentadora do programa “Bom Dia Gazeta”.

¹¹ Jornalista e repórter de TV da Rede Paraíba de Comunicação, afiliada da Rede Globo na Paraíba, correspondente no agreste paraibano.

¹² Jornalista formado pela UFPB. Doutor em Comunicação pela UFPE, com estágio doutoral na Universidade Pompeu Fabra, em Barcelona, Espanha. Pesquisador do Núcleo de Jornalismo e Contemporaneidade da UFPE. Mestre em Letras pela UFPB; especialista em Jornalismo Cultural pela FIP.

¹³ Formado em Comunicação Social na Universidade Federal de Campina Grande, foi correspondente no agreste paraibano da Rede Paraíba de Comunicação, afiliada da Rede Globo na Paraíba, cobrindo cerca de 50 cidades da região.

Grandes reportagens realizadas com aprofundamento apontam uma nova perspectiva do fazer jornalístico na TV. Se o tema assim o exigir, quando bem produzidas e editadas, com riqueza de informações, recursos gráficos, bom texto, e utilizando recursos de áudio como *sobesom* e BGs¹⁴, além da boa atuação do repórter, certamente chamará a atenção do telespectador.

Segundo depoimento dos profissionais, a Rede Paraíba de Comunicação cortou as já parcas verbas para a manutenção de correspondentes no interior do Estado. As matérias nas cidades do interior hoje são feitas pontualmente, sem a presença constante do jornalista nas cidades do agreste e do sertão. O presente capítulo sugere novos estudos acerca do jornalismo de proximidade, com foco no modelo de negócio nas emissoras e telejornais da Paraíba, no sentido de elucidar uma forma de não permitir que tal prática jornalística nas TVs do Estado sucumba. Necessário se faz sensibilizar os empresários das emissoras de TV, sobre a urgência em se retomar a prática do jornalismo no interior de forma mais eficaz, investindo, portanto, nas regiões mais carentes do Estado, onde um dia houve uma equipe de correspondentes e não há mais por falta de verba. Como sugestão para trabalhos futuros, fica a reflexão: na atualidade, no contexto de jornalismo móvel, o custo para a produção de matérias no interior do Estado se reduz à um profissional.

A pesquisa pretende observar o exercício do jornalismo hiperlocal e de proximidade no programa da Rede Tambaú de Comunicação, também sob a ótica do conceito “*Mojo*”. Silva, F. (2013, p.101), explica o surgimento do conceito: “Contração para “*mobile journalism*” na organização jornalística *Gannett Newspaper*, da Flórida, Estados Unidos, para designar a atividade emergente de alguns repórteres do *The News-Press*”.

As novas tecnologias permitem uma cobertura com jornalismo de mobilidade (SILVA, F. 2013), estando o repórter munido apenas de um *smartphone*, um tripé adaptado, e alguns acessórios para melhor captação de áudio e melhor iluminação na captação de imagens, juntamente com a tecnologia de transmissão de dados, que já é uma realidade atualmente, mas que ganhará outra dimensão em se tratando da tecnologia de conexão 5G, num futuro bem próximo, conforme veremos mais adiante. Com o custo de produção assim reduzido, pode-se

¹⁴ Abreviatura do inglês background (“fundo”). Música, voz ou efeito sonoro inserido simultaneamente à fala e que vai ao ar num volume mais baixo. Dá suporte à transmissão e não deve prejudicar a clareza da fala. Fonte: Secretaria de Comunicação do Senado Federal. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/manualdecomunicacao/glossario/bg-201cbege201d>. Acesso em: 06 dez 19.

pensar na possibilidade de privilegiar um conteúdo baseado em notícias retiradas do factual e do imaginário popular interiorano. O jornalismo regional enriquece, as comunidades se valorizam, ganham simpatia e oportunidade de produzir materiais inéditos as emissoras de TV, e os jornalistas se sentem compensados e realizados ao cumprir seu papel social e cívico.

CAPÍTULO 2

CONVERGÊNCIA E MEDIATIZAÇÃO NO JORNALISMO E SEU IMPACTO NA PROFISSÃO

O jornalismo pós-industrial nos leva à uma nova maneira de se fazer jornalismo, e a imaterialidade proveniente da era digital modificou completamente todo um processo baseado em materiais como papel, fitas magnéticas e celulóide. Exige do profissional uma ruptura com o que o jornalismo já foi, quebrando paradigmas e levando os jornalistas a uma reconstrução do seu papel no processo da produção e distribuição de notícias. Toda uma linearidade se desfaz. A era digital desbancou o processo analógico de produção e, no caso de programas jornalísticos e de entretenimento para a TV, há de se pensar na convergência de mídias: a exposição do programa não termina mais quando seu horário finda ao ser exibido na TV. Ele permanece *on line* na *internet* através de portais e *blogs*, e precisa ser atualizado constantemente por suas redes sociais. Em se tratando de telejornalismo, os fatos e notícias são uma constante, e acontecem 24h por dia. Fora isso, o telespectador tem hoje a opção *on demand*, ou seja: não é necessário mais que fique aguardando o horário de exibição do seu programa favorito para assisti-lo na TV. Pode assistir via *internet*, como e quando quiser.

A pesquisa envolve a compreensão das práticas jornalísticas e da forma de consumo por meio de multiplataformas através da perspectiva da convergência. E sob esse aspecto, não podemos deixar de considerar que o exercício do jornalismo de proximidade foi potencializado pelas tecnologias móveis. Nessa medida, a geolocalização e os novos canais abertos para participação da população, além da facilidade de condições para interação e envio de conteúdos em diferentes suportes, são fatores que impulsionam a colaboração da audiência no processo produtivo de notícias.

Se de um lado o “prossumidor” ganha espaço para dar seu contributo, por outro lado, sob a perspectiva do profissional de jornalismo, esse ganha novas atribuições, novas responsabilidades e novos desafios impostos constantemente pela mutação da prática jornalística perante a evolução tecnológica, numa ótica de impermanência, segundo Bauman (2007). Assim sendo, pretendemos explorar as dimensões da profissão diante das metamorfoses

e do horizonte de uma perspectiva funcionalista, conforme observa Neveu (2006):

Uma profissão supõe condições formais de acesso à atividade (diploma, certificado). Ela detém um monopólio da atividade que rege, como o ilustra a organização dos advogados ou dos médicos. Ela dispõe de uma cultura e de uma ética que pode fazer valer pelos meios contratuais que o Estado lhe outorga (é o caso das ordens profissionais). Ela forma, enfim, uma comunidade real: seus membros atribuem a ela o essencial de sua energia social, são conscientes de ter interesses comuns. (NEVEU 2006, p.36).

E conclui: “Basta aplicar essa definição ao jornalismo para ver as ambiguidades dessa profissionalização”. Segundo o ponto de vista do autor, o jornalismo está num estado permanente de mudança, e até mesmo se “desprofissionalizando”. Nessa medida, o trabalho pretende compreender através de pesquisa e observação participante o novo papel do jornalista, com foco no programa Tambaú da Gente da RTC escolhido como *corpus* da pesquisa como um recorte do telejornalismo paraibano, de forma a dimensionar o impacto da nova configuração do profissional de jornalismo no processo produtivo do programa televisivo em questão no Estado, além de perceber o quanto as ferramentas tecnológicas advindas com os *smartphones* contribuem, agregam e ou facilitam todo o processo.

O jornalismo está vivendo um período de condições permanentes de mudança e, nesse novo ecossistema midiático que se descortina, é necessária uma atualização constante da prática jornalística a cada nova mídia ou plataforma oriundas da tecnologia, que se renova a cada dia. De acordo com Neveu (2006): “Diferentemente do médico ou do universitário, o jornalista não deve o seu prestígio social a um curso longo ou seletivo, mas a outros recursos: qualidade de expressão, visibilidade social, proximidade dos poderosos, coragem do correspondente de guerra”. Nessa medida, as habilidades de um jornalista vão muito além da conquista de uma graduação na universidade, e muitos profissionais hoje nas redações, não dispõem do diploma de jornalismo. O autor reitera:

O fato de que a exigência de um diploma específico nunca tenha sido uma palavra de ordem dos profissionais do jornalismo se explica em parte pela dimensão mimética de certos aprendizados do jornalismo. (NEVEU, 2006, p.39)

Entretanto, atualmente, para o exercício da profissão, além dos quesitos básicos e das habilidades descritas pelo autor, o profissional de jornalismo precisa se renovar a cada novidade

tecnológica que surge, além de lidar com as várias atribuições dentro das redações. O jornalismo estaria mesmo se “desprofissionalizando”, conforme questiona Neveu (2006), ou, na verdade, estaria se transformando, se reinventando? Necessário aqui levar em consideração todas as novas atribuições ganhas com a evolução tecnológica, além das condições de trabalho nas redações e em campo, os constrangimentos próprios da profissão no âmbito da produção e também do processo mercadológico das empresas de comunicação.

Para compreendermos melhor o jornalismo na atualidade, é necessário revisitarmos o conceito de convergência a partir de Salaverría, Masip e García Avilés (2007), que definem a noção de “convergência jornalística”:

La convergencia periodística es un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una.¹⁵ (SALAVERRÍA; MASIP; GARCIA AVILÉS, 2007, p.20)

No contexto das atuais redações, o profissional de jornalismo precisa estar atento quanto ao conteúdo distribuído para o consumidor de notícias nas várias telas a que esse tem acesso, ajustando linguagens específicas e de acordo com cada plataforma utilizada, segundo o conceito *transmídia* (JENKINS, 2009).

A urgência do imediatismo na atividade jornalística, agravada agora com as redes sociais e portais, exige do profissional atenção, rapidez e destreza, muito em decorrência do *always on*, ou seja, o estar “sempre ligado”. Isso sem contar a busca pela qualidade de cada conteúdo a ser distribuído, que pode ficar comprometida se não houver, de fato, uma colaboração entre os membros da redação, conforme observa Silva, F. (2013):

“Barbosa (2009), em estudo dos processos de convergência nas redações, afirma que os modelos brasileiros ainda não estão bemdefinidos e os projetos estão mais vinculados à distribuição

¹⁵ "A convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitada pela implementação generalizada de tecnologias digitais de telecomunicações, afeta no âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente separadas, de forma que os jornalistas elaboram conteúdos que são distribuídos através múltiplas plataformas, mediante as linguagens específicas de cada uma." (SALAVERRÍA; MASIP; GARCIA AVILÉS, 2007, p.20, tradução livre).

multiplataforma que necessariamente ao trabalho cooperativo, que poderia favorecer a qualidade da notícia”. (SILVA, F. 2013, p.83).

O conceito de convergência nos leva, invariavelmente, ao conceito de redação integrada: o número de profissionais tem sido reduzido e exige do jornalista o domínio, a técnica e a atuação em mais de uma plataforma, tendo sempre em mente o compromisso com a verdade e a ética, além da convivência diária com o estresse que envolve todo o processo produtivo de notícias, agora visando várias telas.

La integración es la confluencia de dos o más unidades o corrientes en una sola. En el ámbito periodístico, hoy día alude sobre todo a la fusión de dos o más equipos redaccionales en uno solo, de modo que una vez completada la integración la redacción resultante trabaja reunida en un mismo entorno físico, bajo un mando editorial único y con una infraestructura tecnológica común. Desde un punto de vista teórico, por tanto, una redacción integrada es aquella capaz de nutrir de contenidos a dos o más medios mediante una única unidad de producción. (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.51).¹⁶

A fusão dos profissionais nas redações é a consequência prática e lógica da convergência, (SALAVERRÍA, 2008), mas há outras variáveis e atores a serem observados. Nessa medida, é preciso ainda um olhar atento para uma audiência flutuante, que hoje não hesita em buscar a informação onde melhor lhe convier: com um *click* na palma da mão, o consumidor de notícias da atualidade migra, não apenas de um canal de televisão ou de um portal, mas de uma rede social para outra, no intuito de encontrar o melhor conteúdo. É necessário compreender que o impacto das inovações tecnológicas gerou uma mudança comportamental na sociedade como um todo, e dentro dela, na audiência. A convergência na ecologia midiática não afetou apenas o processo de produção de notícias. Impactou também a forma de consumir notícias. Isso já havia sido previsto também por Jenkins (2009) há dez anos:

Meu argumento aqui será contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Em vez disso, a

¹⁶ "A integração é a confluência de duas ou mais unidades ou correntes em uma única. No âmbito jornalístico, atualmente refere-se à fusão de duas ou mais equipes redacionais em apenas uma, de modo que uma vez formalizada a integração, a redação resultante trabalha reunida em um mesmo ambiente físico, sob um mesmo gerenciamento editorial e com uma infraestrutura tecnológica comum. Do ponto de vista teórico, portanto, uma redação integrada é aquela com capacidade de alimentar de conteúdos dois ou mais meios a partir de uma única unidade de produção" (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.51, tradução nossa).

convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos (JENKINS, 2009, p.29-30).

Não é difícil ver na atualidade que a previsão de Jenkins estava correta. Basta observar a nova geração de *smartphones*, que traz inúmeras possibilidades de acesso a várias telas, e que em muito contribuiu para uma mudança de comportamento da audiência, inclusive – e principalmente – na maneira de assistir programas jornalísticos. Ao mesmo tempo em que assistimos um vídeo, podemos agregar mais informações de diversas maneiras: via *sites*, portais, jornais ou redes sociais. A audiência hoje pode, instantaneamente, interagir, comentar, compartilhar e distribuir o conteúdo gerado por profissionais de uma emissora de TV. Para Cannito (2010, p. 144), “o espectador tem a impressão de que também está no comando do “jogo”, algo que a televisão se empenhava em fazer e que só se efetivou no ambiente digital”.

Como partícipe no processo de produção de notícias, a audiência de hoje, ou público nômade, assim definido por Moraess (*apud* Tourinho, 2009): sai da passividade das mídias da grande massa e garante seu papel de agente no processo informacional. Deve-se observar que Avilés et.al (2007) já incluía a audiência no seu conceito de convergência jornalística:

O conceito de “convergência jornalística” refere-se a um processo de integração de formas de comunicação com atuação tradicionalmente separadas que afeta as empresas, tecnologias, profissionais e audiência em todas as fases da produção, da distribuição e do consumo de conteúdos de qualquer tipo. Este processo ocasiona profundas implicações para as estratégias empresariais, as mudanças tecnológicas, a elaboração e distribuição de conteúdos em distintas plataformas, no perfil profissional dos jornalistas e nas formas de acesso a conteúdos (AVILÉS et. al, 2007, p.2).

Com a prática da cultura participativa Clay Shirky (2011), o papel do jornalista ganha outra dimensão, assim como sua responsabilidade, pois sua audiência não se limita mais a uma tela apenas. A atuação do profissional de comunicação como um todo não está mais presa à uma única mídia, e a distribuição de seu trabalho ganhou o mundo na ecologia midiática atual. Se a nova geração de *smartphones* causa todo esse impacto na distribuição, certamente tem um papel não menos importante na produção e captação de conteúdo jornalístico dentro dos conceitos de convergência, redação integrada e cultura da participação.

A contribuição dos dispositivos móveis na produção de conteúdo de programas televisivos, conforme Finger (2013), pode agregar a informação a ser repassada e agradar audiência:

O diferencial reside na captação, que conta com a utilização dos dispositivos móveis, que mesmo possuindo características bem peculiares de uso, promovem imagens que talvez não fossem captadas pelas câmeras tradicionais, construindo assim um formato híbrido que tenta unir a linguagem do telejornalismo, o uso de novos equipamentos e atender a tendência sócio cultural de um público que não exige mais tanta qualidade, mas sim um mosaico de imagens e de informações que o faça sentir informado. (FINGER, 2013, p.75).

A transformação das práticas jornalísticas potencializada pela tecnologia, passa pelos conceitos de convergência, cultura participativa e redação integrada, levando o jornalista a se inteirar de novas posturas e de novas linguagens para o trabalho em multiplataforma. O imediatismo e a urgência da profissão nunca foram tão evidentes, associados agora ao domínio técnico da multimídia, onde o jornalista se metamorfoseia entre uma mídia e outra, no processo produtivo da notícia para as várias telas. Salaverría e Negredo (2008) denominam dimensão profissional da convergência toda essa polivalência exigida ao jornalista na atualidade.

Criado por Jenkins (2009), o termo “Narrativa Transmídia” refere-se a histórias desenvolvidas em múltiplas plataformas de mídia, sendo que cada uma delas contribui “de forma distinta para a nossa compreensão do universo” (JENKINS, 2009, p. 384). O que significa que o jornalista precisa desenvolver uma linguagem específica para contar a mesma história em cada diferente mídia.

Fazendo um recorte para os programas de TV, jornalísticos e de entretenimento, essa polivalência do jornalista na atualidade é uma constante. O repórter de TV em campo, que antes precisava se ocupar “apenas” com um bom texto para sua matéria, pensando numa logística de pré-edição de imagens intercaladas com textos em “*off*”¹⁷ e “passagens”¹⁸, hoje precisa se desdobrar para pensar em linguagens diversas que alimentem as redes sociais e os *sites* - ou portais - da empresa onde trabalha. Isso sem levar em conta que por vezes produz e grava ele próprio com seu *smartphone* matérias, entrevistas ou mesmo *stand ups*¹⁹, sem o auxílio de uma

¹⁷ Texto narrado pelo repórter e coberto por imagens. (Nota da autora)

¹⁸ Quando a imagem do repórter aparece no vídeo enquanto ele narra um texto. (Nota da autora)

¹⁹ Quando o repórter faz uma gravação no local do acontecimento para transmitir informações tão importantes que dispensa imagens da notícia propriamente dita. (Nota da autora)

equipe técnica à seu dispor, seja pela urgência do fato, seja para produzir conteúdo multimídia, algo já incorporado nas rotinas produtivas.

Outro ponto que deve ser observado: não raro, os jornalistas se apropriam dos celulares para produzirem mídias de suporte nas redes sociais, seja para chamar a atenção para determinadas matérias ou programas de TV visando a propagação (JENKINS, 2014) de seu trabalho, seja por vaidade pessoal no intuito de exposição de si mesmo. De qualquer forma, a ideia é motivar a conexão e a conectividade com os usuários, além de transpô-los do celular para a mídia televisiva em determinado momento. Essa prática traz ainda a ideia de maior intimidade: retira o repórter/apresentador do imaginário popular da inatingibilidade, trazendo o profissional da TV para “mais perto” do telespectador/usuário, criando uma proximidade maior com seus fãs e admiradores e, por consequência, mais credibilidade e fidedignidade.

Sob a perspectiva da participação da audiência no processo produtivo, onde a atuação do prosumidor por vezes parece ameaçar a prática profissional, longe do jornalista desaparecer ou se “desprofissionalizar”, Anderson, Bell e Shirky (2013) pontuam:

O jornalista não foi substituído - foi deslocado para um ponto mais acima na cadeia editorial. Já não produz observações iniciais, mas exerce uma função cuja ênfase é verificar, interpretar e dar sentido à enxurrada de texto, áudio, fotos e vídeos produzida pelo público (ANDERSON, BELL e SHIRKY, 2013, p. 43).

O atual ecossistema midiático nos traz esse novo ator no processo produtivo do jornalismo, e sua avidez em participar ativamente do processo, longe de ser desprezada, requer um desdobramento do profissional de jornalismo, sob uma ótica de supervisão apurada e técnica, à respeito da utilização ou não do material enviado por este *prosumidor*. A *internet* e as tecnologias móveis disponíveis em *smartphones*, aliados à transmissão de dados 3G e 4G ampliaram exponencialmente a cultura participativa conforme Clay Shirky (2011, p. 41), agregando valor diariamente, e cabe ao jornalista monitorar e realizar uma triagem dessa avalanche contínua de informações, na busca de um comprometimento com a veracidade de tudo o que for publicado, no intuito de salvaguardar a ética jornalística dentro dos preceitos de confiabilidade. Importante observar que a tecnologia de quinta geração em breve será implantada no Brasil, e, por sua característica inovadora e disruptiva, promete avanço no que hoje conhecemos em termos de conectividade.

2.1. Cultura participativa e o papel da audiência

Estamos vivendo uma era onde a comunicação e o jornalismo são produzidos e consumidos em várias telas, exigindo dos profissionais de comunicação um olhar mais atento para as inovações impostas pelas diversas plataformas. Nesse sentido, é inegável a praticidade de consumir notícias na palma da mão, via *smartphones*, 24 horas por dia. Nessa perspectiva, pretendemos compreender até que ponto o entretenimento e o telejornalismo do Estado da Paraíba está desenvolvendo novos métodos que vão de encontro ao que exige o novo sistema midiático: várias atribuições e habilidades do profissional de jornalismo; desenvolvimento de novas linguagens para várias plataformas e telas; utilização de *smartphones* nos processos de produção e distribuição de conteúdos; aproximação e interação com a audiência com uma característica local e regional, e etc. Não há como desprezar o novo comportamento da audiência no consumo de notícias e na interação com os programas televisivos via celulares, dentro da perspectiva de uma cultura participativa segundo Clay Shirky (2011).

Dados do IBGE em pesquisa realizada em 2017 apontam que o celular é o principal local de acesso à *internet* da maioria das pessoas que estão conectadas: 94,6%. Já dados da Anatel indicam que o Brasil terminou dezembro de 2018 com 229,2 milhões de celulares. Números esses nos faz repensar o modelo atual de distribuição de conteúdo das TVs, se levarmos em conta que o consumidor de notícias se utiliza dos celulares para se atualizar. O consumidor está perdendo o hábito de seguir uma programação imposta pelas emissoras: ele assiste o que quer, quando bem entende, e geralmente se utiliza do *smartphone* para consumir notícias e entretenimento. Seja para assistir os programas, seja através de portais de notícias, redes sociais ou *sites*.

A convergência sob a ótica da participação da audiência, se de um lado sobrecarrega o produtor de conteúdo e o repórter de campo, atribuindo-lhes várias funções nas rotinas produtivas, por outro lado traz um contributo para a produção de conteúdo nas diversas plataformas, conforme Cajazeira (2014):

A audiência, além de participar como personagem coparticipante das reportagens televisivas, retroalimenta os assuntos que serão discutidos, e, assim, redefinem-se as fronteiras do espaço midiático nas Redes Sociais. Com isso, a televisão faz dos ambientes online um local de extensão dos seus domínios midiáticos, que passou a ser visto na sua representação nas plataformas digitais. (CAJAZEIRA, 2014, p. 17).

Além do aspecto de multifuncionalidade atribuído ao fazer jornalístico, na outra ponta, a audiência também usufrui do *smartphone* para a participação de programas de TV no envio de conteúdo enquanto jornalista-cidadão. Cabe ao jornalista profissional compreender as potencialidades dessa cultura participativa (SHIRKY, 2011), e saber tirar proveito dessa relação onde emissor e receptor se fundem no processo produtivo de geração de conteúdos. Além da participação direta com a produção de narrativas televisivas, segundo Cajazeira (2014), o papel da audiência nas redes sociais é fundamental para retroalimentar e legitimar o conteúdo da TV e essa prática deve ser estimulada pelas emissoras.

Essas novas plataformas e interfaces estão disponíveis nos *smartphones*, que por sua mobilidade e ubiquidade, motivam a audiência a participar ativamente nas redes sociais, *blogs* e *sites* correspondentes aos programas televisivos de seu interesse. Ainda conforme Cajazeira (2014): “Hoje, a maioria dos telejornais possui um *site* na *Internet* ou página em alguma rede social. O telejornal é apenas um dos exemplos de formatos televisivos que aderiram à convergência midiática de conteúdos na Rede”. O autor reitera:

Isso gera um fluxo de informações contínuo na relação emissor-receptor, pois, em tese, o utilizador escolhe dentro dos conteúdos disponibilizados pela TV, em *sites* e redes sociais, o que prefere ver e assistir. Além disso, também faz o uso de aplicativos digitais, em dispositivos móveis, para acessar o conteúdo televisivo. Ou seja, o público interage de inúmeras formas e por meio de vários canais de comunicação com o telejornal. (CAJAZEIRA, 2014, p. 13)

Nessa medida, levando em consideração uma participação ativa do usuário nos programas jornalísticos de TV, seja enviando conteúdo para sua exibição, seja na sua interação com outras plataformas de distribuição de conteúdo relacionadas aos programas, a audiência assume um papel pertinente no processo produtivo jornalístico. De acordo com Clay Shirky (2011, p. 25), “(...)Participar é agir como se sua presença importasse, como se, quando você vê ou ouve algo, sua resposta fizesse parte do evento”.

Não podemos deixar de observar a contribuição do cidadão-jornalista²⁰- muitas vezes chamado de jornalista-cidadão, contestando vários pesquisadores a exemplo de Gillmor, (2004), - no envio de imagens desse ou daquele acontecimento, que por ventura ocorreu longe da presença de uma equipe de TV, e graças aos recursos disponíveis nos celulares de última geração. Qualquer pessoa munida de um *smartphone* está apta a registrar *in loco* algum fato importante que posteriormente vá ilustrar integral ou parcialmente uma matéria de TV, gerando, portanto, o que os pesquisadores chamam de jornalismo participativo.

Dessa forma, o telespectador, que na antiga lógica televisiva era um agente passivo da emissão, passa a ser um agente ativo da notícia. Além da interatividade espontânea, o jornalismo participativo muitas vezes acontece devido à um convite da produção dos programas televisivos, quando conclamam os telespectadores a participarem de um determinado quadro ou programa jornalístico, enviando conteúdo para tal. Essa prática valoriza a sociedade local e aproxima a audiência do profissional de jornalismo.

Qualquer que seja a ponta de interação desse *prosumer*²¹ - conforme define Toffler (1980) esse novo consumidor/produtor de notícias ou meramente sendo audiência -, é inegável o tanto que ele agrega e balança as estruturas desse novo ecossistema midiático atuando, não como jornalista, de certo, mas como produtor de conteúdo. Para tanto, é necessário se pensar seriamente nessas duas vertentes ao longo de todo o processo de produção jornalística: como utilizar de forma responsável o conteúdo gerado pelo consumidor/produtor de notícias; e como atrair essa audiência multimídia para a programação da TV.

2.1.1 Smartphones e seu papel na construção de notícias do telejornal

Não podemos nos esquecer que o aparelho celular, ao passar por todo um processo evolutivo para chegar na atual configuração, foi partícipe fundamental do nascimento do *mobile*

²⁰ "O jornalista cidadão é o jornalista que exerce seu papel de cidadão, ou que exerce um papel de agente civilizador – como no jornalismo público, conforme veremos mais adiante, mas, em verdade, como é compreendida a essência do próprio fazer jornalístico –, ao passo que o cidadão-jornalista é o cidadão que exerce seu papel de agente noticiador, fazendo as vezes de um repórter" (GILLMOR, 2004, tradução nossa).

²¹ "O termo "*prosumer*", de acordo com Alvin Toffler, deriva da união de duas palavras que em um primeiro momento são antagônicas, produtor e consumidor (Produtor – *Producer*; Consumidor – *Consumer*). Esses consumidores além de interferirem na forma de produção, também poderiam customizar seus produtos". (FREIRE, 2013).

journalism muito antes de se tornar um verdadeiro computador de bolso como hoje conhecemos como *smartphone*. De certo que a convergência digital, num período de dez anos, reconfigurou o que conhecíamos como mero telefone celular na década de 90. Na concepção de Satuf (2015), o jornalismo móvel já começava a se delinear no início dos anos 2000, e chegou ao seu ápice entre 2007 e 2010, com o surgimento da tecnologia 3G. A massificação dos aparelhos celulares da época e o surgimento do sistema de mensagens SMS, potencializaram a comunicação instantânea, fatores que já propiciavam aos repórteres a condição de mobilidade comunicacional.

A adoção massiva de telefones celulares teve impacto imediato no jornalismo. Num mundo em que quase todos carregam um aparelho pessoal de comunicação, as fontes de informação estão, obviamente, cada vez mais acessíveis. Igualmente aparelhados, os repórteres que cobriam os acontecimentos conseguiam se comunicar com mais facilidade com os colegas que também estavam nas ruas e com a redação (SATUF, 2015, p.447).

Hoje, os chamados *smartphones* não apenas são usados para transmissão e recepção da voz, como também através deles obtemos acesso à *internet*. Sistemas de transmissão de dados como *Wi-Fi*, 3G, 4G e muito em breve 5G, aliados à característica móvel desses celulares de última geração, promovem a ubiquidade, condição de onipresença. Significa estar digital e tecnologicamente presente em todos os lugares ao mesmo tempo, o que faz do *smartphone* um “equipamento” indispensável na rotina produtiva do jornalista na atualidade. Seja para utilizá-lo para o armazenamento de informações, seja para mantê-lo em contato direto com suas fontes via redes sociais como em grupos de *WhatsApp*, seja para enviar e receber *e-mails*, seja para assistir programas de TV ou ouvir o noticiário na rádio. Todas essas são atividades que permitem que o jornalista esteja sempre conectado, e se informe para informar. Para o profissional que atua em programas de TV, jornalísticos ou de entretenimento, essa se tornou uma ferramenta imprescindível também para a o repórter de campo. Com a câmera de um *smartphone* é possível fazer transmissões ao vivo via *live streaming*, gravar matérias, entrevistas e demais conteúdos para serem exibidos no telejornal ou simplesmente para alimentar as redes sociais referentes ao programa para o qual trabalha. Conforme observa Silva, F.; Rodrigues (2014):

O modelo de emissão de conteúdos do campo baseado no celular instaura narrativas diferenciadas, principalmente para televisão [...]. Indica novos elementos como a contextualização do lugar, a mobilidade expandida no processo e o sentido de presença “viva” direto da cena representada pela participação ativa do repórter como uma espécie de etnógrafo em tempo real (SILVA, F.; RODRIGUES, 2014, p. 40)

Em entrevista concedida ao *site* do Centro *Knight* para o Jornalismo nas Américas da Universidade do Texas²², o especialista em jornalismo digital Robert Hernandez²³, já dizia em 2012 que “a ferramenta mais importante que um jornalista pode ter hoje dia talvez seja seu *smartphone*”. E explica: “são câmeras fotográficas, vídeo, gravadores, máquinas de escrever e sistemas para administrar e publicar conteúdo – tudo dentro do seu bolso”. O especialista sugere, ainda na entrevista²⁴, cinco aplicativos cruciais para a prática jornalística em campo: um aplicativo para arquivar e acessar suas informações de qualquer lugar; um aplicativo para editar fotos; um aplicativo para administrar redes sociais; um aplicativo para acessar seu sistema de administração de conteúdos e um aplicativo para fazer transmissões ao vivo. Palácios et al (2015, p.22) também observam as potencialidades de dispositivos como os *smartphones* na reconfiguração do processo de produção e distribuição de notícias: “as especificidades dessas novas plataformas têm potencialmente uma alta capacidade de geração ou reconfiguração de modos de produção, publicação, circulação e recirculação, consumo e recepção de novos conteúdos e novos formatos/gêneros (...)”.

Esse novo modelo de emissão de conteúdos vem a reforçar o destaque dado por Lemos (2007) à nova geração de celulares no novo ecossistema midiático, e que promete se avolumar e ganhar uma nova dimensão quando da implantação da tecnologia de conexão de quinta geração que está por vir.

²² O Centro Knight se situa em Austin, Texas, EUA. Foi criado em agosto de 2002 como um programa de capacitação profissional e extensão para jornalistas da América Latina e do Caribe. Seu principal objetivo é capacitar jornalistas e ajudá-los a desenvolver programas próprios de treinamento que aumentem os níveis éticos e profissionais do jornalismo. Fonte: Centro Knight. Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/aboutus>. Acesso em 22 maio 2019

²³ Professor adjunto da Escola de Comunicação e Universidade de *Southern*, California.

²⁴ Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-11823-cinco-aplicativos-que-todo-jornalista-deve-ter-em-seu-smartphone>. Acesso em 22 maio 2019.

2.1.2 – Jornalismo Móvel Digital

Se é através dos *smartphones* que as notícias são propagadas e disseminadas, na outra ponta eles também cumprem o papel de ferramentas para a produção de notícias, tendo em vista a qualidade dos diversos aplicativos oferecidos para captação de áudio e vídeo, sem contar aqueles para a produção de textos e fotos digitais de alta definição. Tais recursos possibilitam e facilitam a agilidade dos jornalistas em campo e, porque não dizer, do cidadão comum que por vezes registra acontecimentos e fatos extraordinários por estar coincidentemente no local da “notícia”. Conforme observa Lemos (2007):

O que chamamos de telefone celular é um Dispositivo (um artefato, uma tecnologia de comunicação); Híbrido, já que congrega funções de telefone, computador, máquina fotográfica, câmera de vídeo, processador de texto, *GPS*, entre outras; Móvel, isto é, portátil e conectado em mobilidade funcionando por redes sem fio digitais, ou seja, de Conexão; e Multirredes, já que pode empregar diversas redes, como: *Bluetooth* e infravermelho, para conexões de curto alcance entre outros dispositivos; celular, para as diversas possibilidades de troca de informações; *internet (Wi-Fi ou WiMax)* e redes de satélites para uso como dispositivo *GPS*. (LEMOS, 2007, p.2).

Depois de introduzir os conceitos de proximidade e convergência, e tanto discorrer sobre como o uso de *smartphones* pode contribuir em todo o processo produtivo jornalístico, nesse ponto se faz necessário trazer o conceito de jornalismo móvel digital de forma a compreendermos essa prática que nos leva a muitas possibilidades no fazer jornalístico contemporâneo.

A história nos mostra que a mobilidade com o uso das tecnologias móveis faz parte da prática jornalista desde os primórdios, com equipamentos e características próprias de cada época. O deslocamento de um repórter até o local da produção da matéria, nas décadas de 70 e 80, munido de um gravador de voz, já ilustra esse conceito. O termo *Mojo*, abreviação da expressão *Mobile Journalism*, apareceu pela primeira vez em 2005, na Flórida, nos Estados Unidos, num projeto da companhia *Gannett*. Os repórteres utilizavam *notebooks*, câmeras e gravadores digitais e conexões de banda larga para produzir e publicar suas matérias de comunidade, de forma descentralizada (BARBOSA; SEIXAS, 2013).

Apenas mais tarde, com o surgimento da tecnologia digital que o conceito de jornalismo móvel digital se incorporou na literatura. Segundo Silva, F. (2013), “o jornalismo móvel trata-se da modalidade de atuação por meio de tecnologias portáteis que permitem fluidez nos

deslocamentos de natureza física ou informacional estendidos por redes digitais móveis”.

Esse conceito se torna pertinente no novo ecossistema midiático, onde, munido de todo o aparato tecnológico digital disponível num *smartphone*, associado com alguns acessórios para captação de áudio e vídeo, como tripé e microfone, e se utilizando de redes de dados como *bluetooth*, *Wi-fi*, 3G, 4G e 5G para distribuição imediata da informação, o jornalista consegue apurar, produzir, fazer a matéria *in loco* – utilizando o sistema *live streaming*, que é a transmissão ao vivo de dados via *smartphone*, usando plataformas como *Facebook* ou *Instagram*; ou pode fazer a matéria gravada no seu celular e enviá-la *just in time* para a redação, de forma a ser editada e entrar no ar numa rapidez inimaginável até uma década atrás.

Lemos (2007), já via as potencialidades do *smartphone* dentro do conceito de convergência. Anos mais tarde o autor confirmaria sua visão à respeito:

Com as novas mídias móveis digitais, ampliam-se as possibilidades de consumir, produzir e distribuir informação, fazendo com que esta se exerça e ganhe força a partir da mobilidade física. Por exemplo, o simples ato banal de enviar um SMS, uma foto, postar no *blog* ou alimentar redes sociais com um telefone celular, revela essa nova relação sinérgica entre as mobilidades, impossível com os mass media. Com estes era possível apenas o consumo em mobilidade (ouvir rádio no carro, ler um livro no avião ou revista e jornal no ônibus...), sendo a capacidade produtiva rara e a de distribuição imediata impossível. (LEMONS, 2009, p. 30).

Reconfigura-se o papel do profissional de jornalismo no processo de construção da notícias, visto que as novas tecnologias acarretaram mudanças significativas no fazer jornalístico. Aliado ao conceito de redação integrada, o jornalismo móvel traz ao repórter de campo atribuições que eram associadas à vários integrantes de uma equipe de reportagem: produção da matéria, captação de imagem estática para ilustrar *blogs* e redes sociais associados ao veículo onde trabalha, se fazendo de repórter fotográfico; captação de imagem e som, se fazendo de *cameraman*; desenvolvimento do texto e aí, sim, a execução da matéria propriamente dita.

Importante observar que a evolução tecnológica de transmissão de dados está chegando em sua quinta geração, e, por ser uma tecnologia inovadora e disruptiva, vai muito além de ser meramente uma evolução do 4G. A conexão 5G promete ser uma revolução na telefonia móvel

eliminando o sistema de *Wi-fi* e simplificando ainda mais a forma de transmissão de dados numa velocidade nunca vista. Essa realidade está prestes a chegar no Brasil, posto que a Anatel está em processo de desenvolvimento de regras para o leilão da frequência 5G no país, colocando em disputa de espectro eletromagnético²⁵ para a nova geração de serviços de telefonia e *internet* móvel. A previsão é que o leilão ocorra em 2020.

Fazendo agora um recorte os produtos televisivos, se com as tecnologias de conexão 3G e 4G, empresas de comunicação de todo o mundo já apostam na utilização de *smartphones* na prática do *mobile journalism* (SILVA, F. 2013), a revolução proposta pela tecnologia da conexão de quinta geração amplia ainda mais as possibilidades da utilização dos celulares na produção jornalística das TVs, seja pelo jornalista, seja pela audiência.

Responsável pelo “padrão Globo de qualidade” e um dos fundadores da TV Globo, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho,²⁶ em entrevista concedida ao programa de TV Mariana Godoy Entrevista, da Rede TV, exibido em 24 de junho de 2019²⁷, à respeito da implantação da tecnologia móvel 5G, declarou que agora “(...) o celular adquire um protagonismo fora de série. (...) você com um telefone, será repórter em qualquer lugar do mundo”, se referindo no contexto de geração de conteúdo e notícias para a TV. Ainda na entrevista, sobre o contributo dado pela audiência através dos *smartphones* para as TVs abertas, Boni discorre sobre a valorização desse conteúdo dada pela Rede Vanguarda²⁸, da qual é sócio-proprietário:

Na Vanguarda nós temos hoje 250 mil repórteres na rua. (...) O sujeito, ele é cadastrado, ele passa a trabalhar com o celular, e a contribuição desse pessoal que trabalha com o celular e que são cadastrados pela Vanguarda, é de quatro a cinco matérias em cada jornal. Uma média de oito matérias por dia.

²⁵ Ondas magnéticas compatíveis com a tecnologia 5G: frequências de 700 megahertz (MHz), 2,3 gigahertz (GHz), 3,5 GHz e 26 GHz. Nota da autora.

²⁶ “Diretor Geral da Rede Globo, assumiu vários postos estratégicos na emissora de 1967 à 1997 e idealizou o Jornal Nacional - primeiro programa em rede nacional do país, além de ser o mentor do padrão globo de qualidade. Responsável pela grade de programação da TV Globo como a conhecemos até hoje, foi consultor da emissora após sua saída até o ano de 2001. Desde 2003 é sócio-proprietário da Rede Vanguarda, afiliada da Rede Globo no Vale do Paraíba paulista”. Fonte: *Wikipedia*. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Boni>. Acesso em 02 dez 2019.

²⁷ Disponível em: <https://www.redetv.uol.com.br/jornalismo/marianagodoyentrevista/videos/programas-na-integra/mariana-godoy-entrevista-recebe-boni-integra>. Acesso em 05/12/2019

²⁸

Não podemos nos esquecer que o trabalho em questão é desenvolvido para a linha de pesquisa de um mestrado profissional. Nessa medida, o depoimento deste que é um dos profissionais mais respeitados na área enquanto partícipe da construção da história da televisão no Brasil, deve ser observado. Em resumo, sua fala atesta a valorização da cultura da participação proposta por Shirky (2011), elevando o grau da importância da audiência no processo produtivo de notícias da contemporaneidade. Sob essa ótica, não se pode desprezar a valia do jornalista-cidadão nos produtos jornalísticos televisivos. Assim sendo, a consequência advinda desse processo consiste no aumento da responsabilidade dos jornalistas profissionais perante a análise e apuração do conteúdo gerado por essa audiência.

Antes dessa revolução tecnológica prometida pela conexão de quinta geração, emissoras de todo o mundo já experimentam o uso de *smartphones* na transmissão de conteúdo ao vivo, através de plataformas *live streaming* do *Instagram* e *Facebook*, se utilizando da conexão 4G. A cobertura jornalística das Olimpíadas 2016 feita pelo canal esportivo SporTV via *smartphones* descrita no trabalho de dissertação de mestrado do colega Elvis Guimarães (2017)²⁹ é um exemplo da prática jornalística nesse sentido: o da experimentação.

O conceito de liquidez de Bauman (2001) traduz algo pertinente em todo esse processo de adaptação do jornalismo às novas tecnologias: o entendimento completo e a busca pelo domínio de cada novidade tecnológica são interrompidos pelo surgimento de algo ainda maior, e mais inovador. Em outras palavras, a apropriação dos *smartphones* no processo produtivo jornalístico ainda está sendo explorada. Palácios et al (2015) assim definem essa situação constante de exploração da inovação:

Para tal, consideramos a seguinte noção de inovação: um processo que prevê atualizações sucessivas que possam assegurar aperfeiçoamento crescente de um produto e dos modos de produção a ele associados, bem como o surgimento de novos procedimentos para conformar novos produtos, modos de distribuição, consumo e modelos de negócio (PALÁCIOS et al, 2015, p. 26).

Nessa medida, os profissionais ainda estão conhecendo as possibilidades ofertadas pela tecnologia de quarta geração, experimentando as várias maneiras de produzir e transmitir conteúdo. Em breve, nos será apresentada uma quinta geração tecnológica, já em fase de testes

²⁹Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/tede/9584/2/arquivototal.pdf>. Acesso em 07 dez 2019.

no Brasil pelas empresas de telecomunicação e com autorização da Anatel, trazendo novas implicações e possibilidades de produções e transmissões ainda inimagináveis, inclusive com o conceito já existente de RA, realidade aumentada, mas que ganha nova roupagem com a tecnologia 5G. Conforme Márcio C. Santos (2015, p.112), RA é a “possibilidade de associação de algum tipo de conteúdo multimídia adicional (fotos, vídeo, animações, objetos tridimensionais ou áudio) a uma imagem ou padrão visual previamente determinado, em alguns casos associado a informações de geolocalização”. Essa prática vai potencializar o exercício do jornalismo imersivo com novas nuances e inovações impactantes sob a ótica do telespectador, inclusive aguçando os sentidos, como que introduzindo o receptor para o local onde está sendo transmitida a matéria.

Torna-se possível agregar conteúdo adicional às matérias telejornalísticas de uma forma mais rápida, já que basta apontar para determinado elemento visual e obter com ele um caminho imediato, por exemplo, para a página na internet da emissora, onde mais informações sobre tal fato podem ser disponibilizadas. (MÁRCIO C. SANTOS, 2015, p.119):

Vários são os desafios a serem enfrentados na prática jornalística contemporânea muito em face a essa característica mutante do processo evolutivo tecnológico que a acompanha. Além da quebra de paradigmas, a pluralidade de opções no fazer jornalístico aponta novos e fascinantes caminhos a serem explorados e testados. Conforme observa Palácios et al (2015, p. 43), longe de termos padrões a seguir, estamos vivenciando a era da experimentação: “(...) não há um padrão definido, mas sim experimentações, à semelhança do que ocorreu no jornalismo para *web* no início dos anos 2000 até se chegar ao amadurecimento ou à infraestrutura que o impulsionasse como o caso das redes de alta velocidade”.

O trabalho pretende observar como os jornalistas e profissionais que atuam no programa Tambaú de Gente se comportam nessa reconfiguração da profissão, e na adaptação às inovações tecnológicas dentro dos conceitos de convergência de mídias, cultura da participação e *mobile journalism*.

CAPÍTULO 3

RESULTADO DA PESQUISA

3.1 – Conhecendo o programa Tambaú da Gente

O programa Tambaú da Gente estreou na TV Tambaú/SBT Paraíba no dia 16 de julho de 2018. Trata-se de um programa jornalístico diário, com duração de uma hora e meia, transmitido ao vivo, de segunda à sexta, para 132 municípios do Estado, das 11h45 às 13h15. A partir do dia 26 de março de 2019 ganhou mais 15 minutos no horário, passando a ser transmitido das 11h30 às 13h15. Segundo a apresentadora: “Isso fez com que a concorrência descesse o horário de seus telejornais, pois passamos a ser o primeiro telejornal à entrar no ar em todo o Estado e isso incomoda”.³⁰ (Figura 2).

Figura 2: Apresentadora no estúdio do Tambaú da Gente segundos antes de entrar no ar



Fonte: Registro fotográfico da pesquisadora (09/09/2019)

³⁰ Entrevista feita com a jornalista e apresentadora Karine Tenório no dia 09/09/2019

O programa tem como prioridade atender aos anseios da população, dando voz às comunidades de João Pessoa e também do interior da Paraíba. Segundo o editor multiplataforma³¹, são feitas medições mensais sobre as matérias que vão ao ar e aquelas que são de interesse da comunidade têm que ser superior a todas as demais exibidas. Não existe uma equipe de produção disponível para matérias no interior. A produção do programa conta com parcerias de emissoras locais para o envio de matérias, e, pontualmente, produz matérias especiais enviando equipe própria. As matérias especiais são exibidas no programa Tambaú da Gente e posteriormente armazenadas no Portal T5 na aba “Especiais” (Figura 3).

Pontualmente são feitas matérias especiais nas cidades do interior. É uma coisa que a gente planeja com antecedência pra fazer. Não temos estrutura de equipes de externa pra fazer sempre. Mas a gente faz... É o caso das matérias “Mulheres do campo”, por exemplo... em julho fizemos a matéria visitando várias localidades... Depois de exibidas no programa Tambaú da Gente, as matérias ficam disponíveis no Portal T5, na aba “Especiais”.³²

Figura 3: Aba “Especiais” em destaque na cor laranja no Portal T5



Fonte: Captura de tela do Portal T5 - Acesso em 14/10/2019

³¹ Exerce a função similar ao de um editor-chefe, além de gerenciar o conteúdo inserido em todas as plataformas da RTC.

³² Entrevista com o editor multiplataforma no dia 27/09/2019

O programa faz uso de *merchandising* ao vivo, além da publicidade veiculada no intervalo comercial. Fora à exibição de matérias factuais, o programa conta também com alguns quadros fixos: Hora de Esporte; Hora de Política - apresentado pelo mesmo profissional que faz o jornalismo na rádio Jovem Pan-; A Gente na Comunidade – criado para divulgar os problemas da população e acompanhar as soluções; Saúde da Gente; Oportunidades – voltado para vagas e orientações aos trabalhadores; Previdência Fácil – quadro semanal que esclarece as dúvidas sobre a previdência social com a presença de um especialista da área; e o quadro de entretenimento Hora da Maga – quadro diário com a participação da personagem Magally Mel, interpretada pelo ator Leonan William Menezes, falando sobre celebridades e dando dicas de shows.

A audiência nas cidades do interior também contribui com o envio de conteúdo para o programa. Outra participação relevante na produção de conteúdo para o programa Tambaú da Gente é o trabalho feito por um *paparazzo*³³, profissional autônomo terceirizado pela RTC. A figura do *paparazzo* é comum hoje em dia nas redações jornalísticas. Recebendo por cada matéria produzida, ele não tem formação como jornalista, e trabalha nas ruas sem horário fixo, produzindo imagens e fazendo sonoras, normalmente em horários onde não há equipes do programa trabalhando, seja nas madrugadas ou nos finais de semana. Os equipamentos utilizados por ele são: um *smartphone* com *internet* móvel, um tripé, uma câmera com microfone externo e uma moto.

Segundo a pesquisa revelou, todos os editores e produtores envolvidos no programa Tambaú da Gente têm curso superior com habilitação em jornalismo. À exceção de uma das repórteres, que é formada em Rádio e TV, todos os demais repórteres do programa também são jornalistas, e apenas o *paparazzo* não tem formação na área.

3.1.1 – Conceito de convergência e redação integrada na RTC

³³ Proveniente da palavra italiana *Paparazzi* ou *Paparazzo*, são os fotógrafos que tudo vêem e registram. No caso em questão, essa designação é dada ao profissional terceirizado incumbido de registrar através de vídeos e fotos os fatos ocorridos fora do expediente dos repórteres de campo (madrugada e/ou finais de semana). Sem formação na área, o conteúdo colhido por ele é supervisionado pelos jornalistas da redação da RTC. (Nota da autora).

A redação da Rede Tambaú de Comunicação trabalha com o conceito de redação integrada. Entretanto, a Rádio Jovem Pan funciona num espaço em separado, a poucos metros da sala central onde funciona a redação, embora no mesmo prédio. Já o setor de exibição funciona num outro prédio. Esse distanciamento da rádio e da exibição já comprova se tratar de uma integração parcial. Apesar disso, na pesquisa realizada com os profissionais do programa Tambaú da Gente através do aplicativo *Google forms*, 100% dos entrevistados responderam ser a redação integrada uma realidade na RTC e no processo de produção de notícias.

Os mesmos profissionais do programa Tambaú da Gente trabalham também para os demais programas jornalísticos da emissora, como o Tambaú Notícias, telejornal diário exibido à noite, assim como para o jornalismo da Rádio Jovem Pan e do Portal T5. Percebe-se que há uma intenção colaborativa entre os profissionais das várias plataformas, se ajudando mutuamente, principalmente em relação ao portal e à emissora de rádio.

O repórter entra por telefone na rádio, faz vídeo-*selfies* sobre as notícias para o portal, entra ao vivo para o Tambaú da Gente e ainda pode fechar um VT para outro programa da casa.³⁴

Durante a observação identificamos que a redação comporta na mesma sala o editor multiplataforma, demais editores, produtores de conteúdo – de todos os programas da casa, que revezam as mesas e computadores, cada qual no seu horário -, apresentadora e repórteres de campo. Os profissionais ainda dispõem de uma cabine de áudio no local para a gravação de *offs*. A configuração da sala (Figura 4) permite que os editores fiquem bem perto do acesso às ilhas de edição. Os produtores e editora de conteúdo do portal se posicionam no meio da sala, e os produtores de conteúdo trabalham lado a lado.

³⁴ Entrevista da Apresentadora via *Google Forms* dia 26/09/19

Figura 4: Configuração da redação integrada da RTC



Fonte: Registro fotográfico da pesquisadora (27/09/2019)

Os repórteres são instruídos a fazer vídeo-*selfies*³⁵ e fotos para alimentar o Portal T5 com as notícias factuais de campo. Entretanto, como a RTC ainda não disponibiliza para os funcionários um celular e dados da *internet* para essa função, os editores do portal se constroem de cobrar essa ação dos repórteres, que se dá de acordo com a boa vontade de cada um em utilizar seu próprio *smartphone* para atender a essa solicitação.

Eu não me importo de usar meu próprio celular prá fazer vídeo-*selfies* ou fotos para o portal... Sempre faço. Acho importante e não me custa nada. Já estou mesmo com ele na rua... Costumo também interagir com a audiência através de minhas redes sociais, postando sobre a minha rotina. Voltei de férias ontem e já postei que estava de volta!³⁶

Todos os repórteres são instruídos a fazer fotos e vídeo-*selfies* para o Portal. Infelizmente, a maioria não atende essa solicitação todos os dias, pois a empresa ainda não disponibiliza celulares e dados para os repórteres... daí eu não tenho como fazer disso uma obrigação. Não posso cobrar. Depende da boa vontade deles usarem seus próprios celulares e seus dados de *internet* prá isso. Mas a empresa já providenciou um celular exclusivo para os repórteres pra gente trabalhar nisso. Daí poderei cobrar.³⁷

³⁵ São vídeos feitos por eles mesmos sobre os fatos que estão cobrindo em campo, através do aplicativo de câmera inserido nos *smartphones*. (Nota da autora)

³⁶ Entrevista com a Repórter 1 no dia 11/09/2019.

³⁷ Entrevista com o editor multiplataforma no dia 27/09/2019.

A repórter de campo que sai diariamente com o *Teradek*³⁸ para entradas ao vivo sempre grava vídeo-*selfies* para o portal, e 90% do seu material, a gente aproveita. (Figura 5).³⁹

Figura 5: Vídeo-*selfie* da repórter feito sobre a matéria protesto dos ambulantes



Fonte: Captura de tela do celular no dia 11/09/19

³⁸ Equipamento de última geração que trabalha on-line para a transmissão de notícias via *internet* ao vivo da rua. Acoplado à câmera, o *teradek* se utiliza de *modems* de várias operadoras, para garantir que haja sinal de *internet* na rua. Ainda assim, a transmissão ao vivo pode ser comprometida em determinados pontos da cidade, quando em baixos locais, ou onde há a presença de prédios muito altos, fios de alta tensão, ou mesmo antenas da rede mal posicionadas no local, e ainda por problemas com a rede da RTC. O equipamento também tem a opção de armazenar matérias gravadas e soltá-las direto na exibição do programa. (Nota da autora)

³⁹ Entrevista com o Produtor 1, responsável pelo conteúdo do Portal T5 no dia 09/09/2019

Com relação ao jornalismo da rádio, os repórteres da TV eventualmente gravam áudios para o radiojornalismo, e as matérias feitas para a TV, comumente são aproveitadas para o programa de rádio. Segundo o Produtor 2, responsável pelo conteúdo da Rádio Jovem Pan, ele próprio edita as matérias de TV adaptando os áudios e entrevistas para o rádio (Figura 6).

O repórter que sai para a rua, ele tem isso de captar informação para a Rede Tambaú. Por exemplo, as matérias feitas para a TV, são usadas com outra linguagem no rádio.⁴⁰

Figura 6: Produtor 2 trabalhando na Rádio Jovem Pan



Fonte: Registro fotográfico da pesquisadora (27/09/2019)

⁴⁰ Entrevista com Editor de Política via Google Forms dia 11/10/19

Ainda conforme o Produtor 2, *smartphones* são usados em entrevistas gravadas por ele e que vão ao ar na rádio. Na outra ponta, por vezes a rádio disponibiliza áudio para notas cobertas que vão ao ar na TV. O Editor de política, apresentador do jornal da rádio que vai ao ar das 7h00 às 8h30, é o mesmo que atua no quadro Hora de Política no programa Tambaú da Gente. Essas ações observadas na pesquisa demonstram a interação entre os setores, no sentido de confirmar uma experiência com o conceito de jornalismo colaborativo e redação multiplataforma integrada: repórteres e produtores de diferentes mídias trabalhando em conjunto.

Dentro do conceito multiplataforma e seguindo a tendência dos grandes grupos de comunicação no mundo, a rádio Jovem Pan está trabalhando na gravação de um piloto para um *podcast*⁴¹. “A ideia da gente é produzir um *podcast* diário, de cerca de 15 minutos”, informa o Produtor 2. Com relação à linguagem utilizada nas diferentes plataformas de distribuição de conteúdo da RTC, muito embora não seja este o foco central do trabalho, o estudo mostrou que o conceito multiplataforma está presente e a linguagem utilizada é ajustada para cada mídia, dentro do conceito de narrativas transmídia, principalmente no tocante às matérias da TV que são aproveitadas no jornalismo da rádio. Com relação ao Portal T5 há, de fato, uma preocupação em proporcionar à mídia uma linguagem específica. Tanto no factual quanto nos artigos dos *blogs* co-relacionados aos quadros do programa, à exemplo do “*Blog* do Wallison Bezerra”⁴² (comentarista do quadro Hora de Política do Tambaú da Gente e apresentador da Rádio Jovem Pan); “Tambaú Esporte Clube”, *blog* do comentarista do quadro Hora de Esporte do programa; e o *blog* Previdência Fácil, do quadro homônimo do programa. O assunto comentado em uma mídia pode ser comentado na outra, porém com linguagens adaptadas.

Como somos uma redação multiplataforma, as notícias sempre coincidem. Claro que a forma de falar é diferente. Um texto pra portal é diferente de um texto pra TV. Mas o conteúdo acaba interagindo.⁴³

⁴¹ "Podcast é um **arquivo digital de áudio transmitido através da internet**, cujo conteúdo pode ser variado, normalmente com o propósito de transmitir informações. As publicações dos arquivos podcast são feitas através de **podcasting**, um sistema que segue um padrão de **feed RSS**, ou seja, permite que os internautas possam subscrever determinado post de seu interesse e acompanhar automaticamente todas as recentes atualizações deste." Fonte: www.significados.com.br. Acesso em 29/10/19.

⁴² O jornalista Wallison Bezerra se desligou da Rede Tambaú de Comunicação em novembro de 2019, logo após a realização da pesquisa deste trabalho, que se encerrou no mês de outubro do mesmo ano.

⁴³ Entrevista do Editor 1 via *Google Forms* dia 03/10/19.

Há uma troca de informações e também o portal permite trazer complementos do material exibido no programa.⁴⁴

A pesquisa observou que, no contexto acima da fala da apresentadora, vários são os momentos em que ela se utiliza de informações veiculadas no Portal T5 para comentários ao vivo no estúdio. Os comentaristas dos quadros Hora de Esporte, Hora de Política e Previdência Fácil e também o ator no quadro Hora da Maga, recorrem aos seus *blogs* e às notícias no portal para complementarem seus comentários no programa, ao vivo no estúdio.

O trabalho de campo comprovou a existência da cultura da participação (SHIRKY, 2011), que é visível no tocante à interação da audiência com o programa Tambaú da Gente através das diversas plataformas utilizadas por ele: Portal T5, *WhatsApp* e *YouTube*. O programa não tem um perfil próprio em redes sociais como *Facebook* e *Instagram*. Mas o usuário tem acesso às redes sociais da TV Tambaú, que divulga conteúdo de toda a programação da casa, e do Portal T5, com conteúdo factual. Durante o período de observação foi possível perceber que a audiência também interage diretamente nas redes sociais da apresentadora, dos comentaristas e dos repórteres, seja para comentários, sugestões ou mesmo denúncias. Além disso, o usuário pode acessar a íntegra do programa Tambaú da Gente a qualquer hora através do Portal T5, e se preferir, comentar cada matéria exibida diariamente no programa.

No portal T5 ficam armazenadas as matérias do programa e a audiência pode acessar sempre o conteúdo lá, além de interagir com comentários e sugestões.⁴⁵

Vários autores questionam a prática jornalística dentro do conceito de redação integrada no sentido de sobrecarregar o jornalista com várias tarefas. Essa polivalência no jornalismo contemporâneo é denominada por Salaverría e Negredo (2008) de dimensão profissional da convergência. A pesquisa feita no *Google forms* e dirigida aos produtores e repórteres da redação da RTC e respondida por cinco deles - um dos profissionais se absteve de responder -, aferiu vantagens e desvantagens no modelo. Como desvantagens, a maioria se sente

⁴⁴ Entrevista da Apresentadora via *Google Forms* dia 26/09/19.

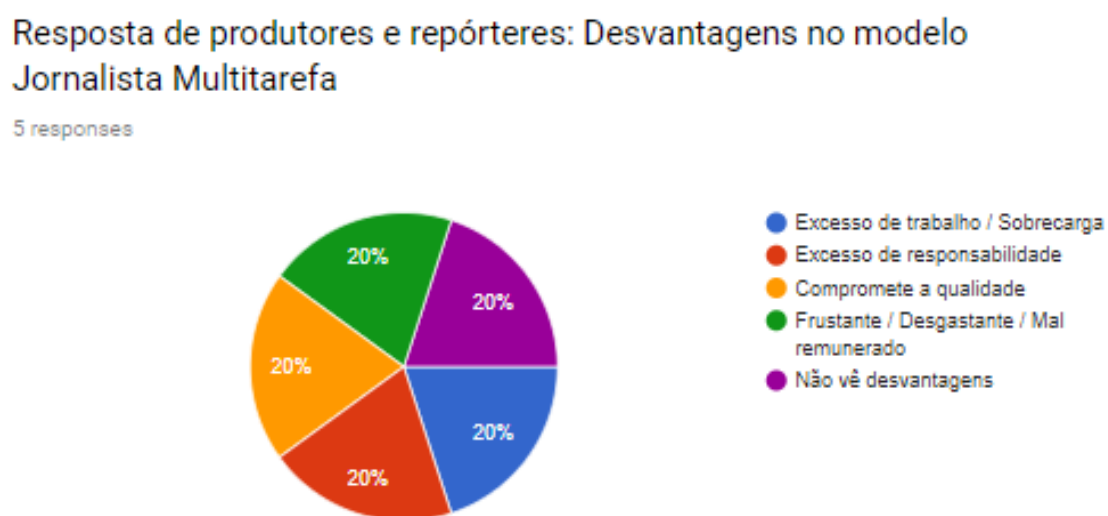
⁴⁵ Entrevista com o Editor Multiplataforma dia 27/09/19

sobrecarregado, frustrado e preocupado com a qualidade do trabalho como jornalista multitarefa (Figura 7).

Como vantagem, a apuração da notícia é mais rápida e como desvantagem, vejo o fato de pensar na mesma notícia para todos os formatos.⁴⁶

O positivo, é você saber trabalhar em todas as mídias. O negativo é o excesso de trabalho e responsabilidade, além da remuneração não ser compatível.⁴⁷

Figura 7: Gráfico da pesquisa com produtores e repórteres - Desvantagens



Fonte: Elaboração própria

⁴⁶ Entrevista do Produtor 3 via *Google Forms* dia 18/09/19

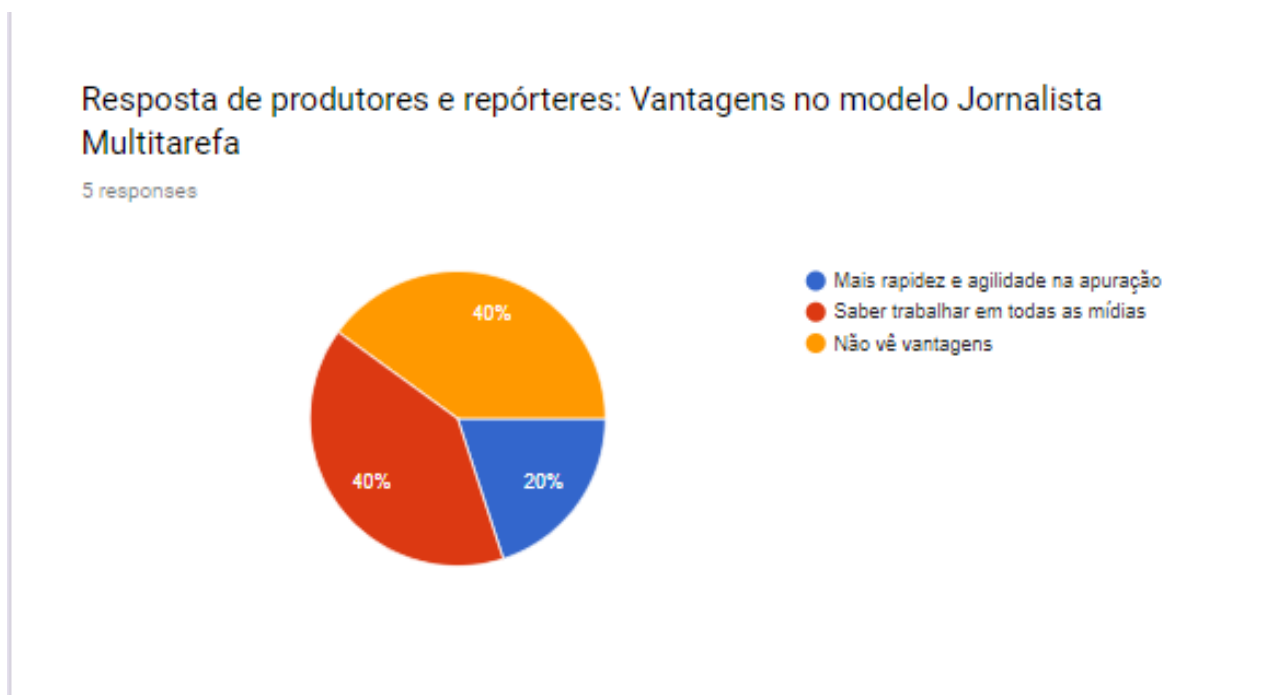
⁴⁷ Entrevista do Repórter 1 via *Google Forms* dia 26/09/19

Como vantagens, trabalhar em todas as plataformas e a agilidade no processo de apuração foi a resposta de 3 dos que colaboraram com a pesquisa. Dois deles não viram vantagens ou não quiseram responder (Figura 8).

Procuro fazer o possível - e muitas vezes o impossível para atender a essa realidade. Às vezes isso é desgastante. E se espera reconhecimento, o que pode ser um tanto frustrante.⁴⁸

Pra quem quer crescer profissionalmente isso só tem a somar em vantagens. Hoje em dia o jornalista não deve se focar apenas em um meio. Eu, por exemplo, atuo na rádio, na TV e no Portal.⁴⁹

Figura 8: Gráfico da entrevista com produtores e repórteres - Vantagens



Fonte: Elaboração própria

⁴⁸ Entrevista com Repórter 3 via *Google Forms* dia 27/09/19.

⁴⁹ Entrevista com Editor de política via *Google Forms* dia 11/10/19.

3.1.2 – O uso de *smartphones* na redação e nas ruas

A tecnologia *mobile* inerente aos *smartphones* permite o acesso a aplicativos de mensagens a exemplo do *WhatsApp Messenger*⁵⁰, uma das ferramentas de interação mais usadas pelos profissionais que atuam no programa Tambaú da Gente. É principalmente através de um grupo de *WhatsApp* que os envolvidos no programa interagem entre si. Dessa forma, o editor multiplataforma do programa, mesmo não se encontrando na redação, tem ciência de tudo o que acontece por lá, e pode tomar decisões a respeito do programa Tambaú da Gente e dos demais programas em diversas plataformas, de onde estiver.

“Já chego na redação sabendo de tudo o que está acontecendo. Nosso grupo de *WhatsApp* me mantém informado de tudo. Temos gente na redação desde às cinco da manhã, ou seja, a gente se comunica o tempo todo”⁵¹.

É também através de redes sociais do *WhatsApp* que os produtores de conteúdo se mantêm informados via participação em grupos criados no aplicativo para a interação com vários segmentos da sociedade, isso sem contar o acesso direto à suas fontes, visto o aplicativo ser uma ferramenta multiplataforma, possibilitando de interatividade instantânea através do envio de textos, imagens e áudio.

A Editora 4, e também produtora de conteúdo do Portal T5, além do contato com suas fontes via *WhatsApp* e ligações telefônicas, faz as atualizações das redes sociais do Portal T5 via *smartphone* (Figura 9).

⁵⁰ “*WhatsApp* é um *software* para *smartphones* utilizado para troca de mensagens de texto instantaneamente, além de vídeos, fotos e áudios através de uma conexão a *internet*. Considerado um aplicativo para celulares multiplataforma, o *WhatsApp* é atualmente compatível com todas as principais marcas e sistemas operacionais de *smartphones* do mundo, como o *iPhone (iOS)*, *Android*, *Windows Phone*, *BlackBerry* e *Nokia*.” Fonte: <https://www.significados.com.br/whatsapp/>. Acesso em 23 de outubro de 2019.

⁵¹ Entrevista com o editor multiplataforma no dia 27/09/2019.

Figura 9: Editora 4 alimentando redes sociais com *smartphone*



Fonte: Registro fotográfico da pesquisadora (27/09/2019)

O uso dos *smartphones* para a comunicação entre a redação e os repórteres de campo e cinegrafistas, também se faz via *WhatsApp*, onde são enviadas informações complementares da pauta, novas pautas, e demais orientações. A equipe de rua que sai com o equipamento *Teradek* mantém contato direto com os editores via ligação de celular no momento da entrada ao vivo. Tanto a Repórter 1 quanto o cinegrafista se utilizam de um fone de ouvido plugado em seus *smartphones* (Figuras 10 e 11), e recebem comando dos editores diretamente da sala de exibição sobre o posicionamento de suas entradas.

Quando estamos na rua prestes à entrar no ar ao vivo, ficamos em comunicação o tempo todo com os editores através de nossos *smartphones* agrupando conversas entre a gente (câmera, repórter e exibição). Sem as facilidades dessa comunicação com nossos celulares, não seria possível esse trabalho.⁵²

São feitas fotos e vídeo-*selfies* do local das matérias via aplicativos de imagens do *smartphone* e enviadas instantaneamente, através do *WhatsApp* para a divulgação da notícia no Portal T5.

⁵² Testemunho do *Cameraman* que opera o *Teradek* para entradas ao vivo no programa, no dia 27/09/2019 - fala captada informalmente durante a observação -.

Figuras 10 e 11: Detalhe do fone de ouvido do cinegrafista e da Repórter 1 em campo



Fonte: Registro fotográfico da pesquisadora em campo, no dia 11/09/2019

Além das equipes de redação e de externas, a redação da RTC conta ainda com o conteúdo produzido por um *paparazzo*, profissional terceirizado, sem formação na área de comunicação. Ele é responsável por muitas matérias produzidas nas madrugadas e finais de semana. É através de seu *smartphone* que ele envia, via *WhatsApp*, imagens de vídeo e sonoras para o programa, além de fotos para o Portal T5.

O *paparazzo* é uma peça fundamental pra gente. Ele nos alimenta de conteúdo que seria impossível obtermos, visto que não temos equipe de plantão nas madrugadas, por exemplo. O material que ele produz chega pra gente via *WhatsApp*, e aproveitamos a grande maioria de tudo o que ele faz. Muita coisa é feita pelo celular. Ele não tem vínculo com a empresa. Ele ganha por matéria. Em geral, está sempre disponível. Na semana que ele não pode trabalhar pra gente por algum motivo, ele avisa. Ter um *paparazzo* é uma prática comum nas redações hoje em dia.⁵³

⁵³ Entrevista com o editor multiplataforma no dia 27/09/2019.

O quadro de entretenimento “Hora da Maga”, exibido diariamente no Programa Tambaú da Gente, frequentemente utiliza dos recursos do *smartphone* na sua produção, seja para veicular notícias de se utilizando de captura de tela das redes sociais das celebridades que são notícias no dia, seja para a produção de matérias. O quadro é comandado pela personagem Magally Mel. O ator também não dispensa o celular no estúdio, ao vivo, de onde busca as informações a serem passadas no dia. Além disso, tanto ele quanto a apresentadora divulgam diariamente o número de *WhatsApp* da emissora para a participação da audiência. (Figura 12)

O celular é imprescindível para o meu trabalho aqui. Sempre que preciso, gravo matérias com ele que vão ao ar no programa – o que não é o caso hoje -. Como não tenho equipe à minha disposição, uso meu celular com frequência. Fora isso, é dele que tiro meu conteúdo diário, das redes sociais das celebridades, e é através dele que eu me informo.⁵⁴

Figura 12: Apresentadora do Tambaú da Gente e personagem Magally Mel



Fonte: Captura de Tela do Portal T5 dia 08/10/2019

Ao longo da observação e através das entrevistas ficou claro que os repórteres da Rede Tambaú de Comunicação não fazem matérias com seus *smartphones*. Na história do programa, houve apenas um registro pontual de captação de imagens:

Nós podemos contar com a equipe externa, daí não há necessidade em fazermos matérias com celulares.⁵⁵

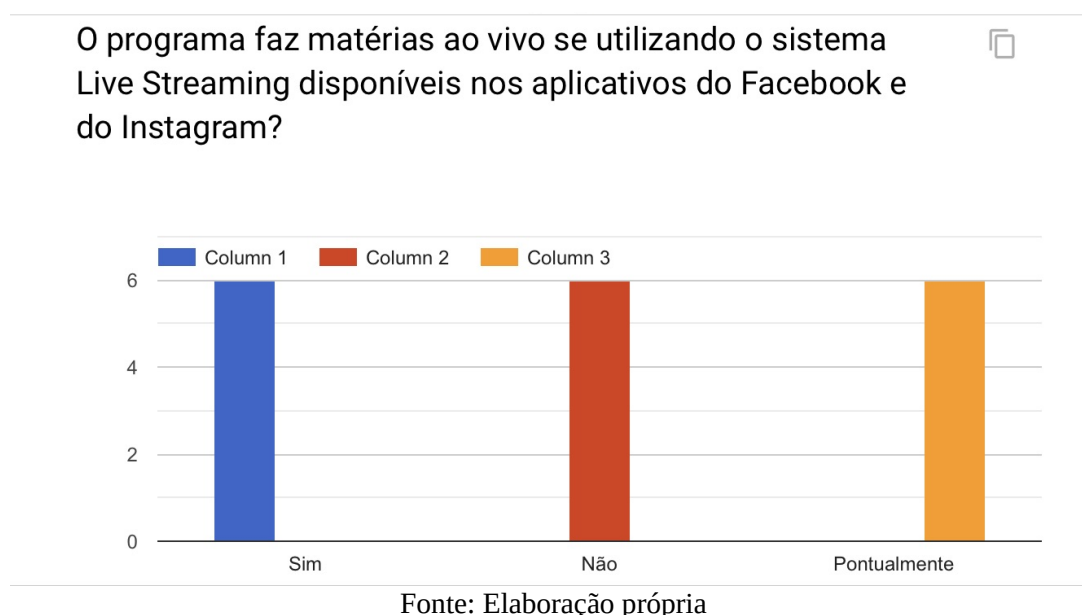
⁵⁴ Entrevista com o ator que faz a personagem Magally Mel, do quadro Hora da Maga, dia 27/10/2019

⁵⁵ Entrevista com repórter 2, no dia 27/09/19

Já aconteceu do *link* da repórter 3 cair numa matéria no mercado municipal. Então eu pedi que ela captasse imagens do local com seu celular e salvamos a matéria.⁵⁶

No trabalho de observação e nas pesquisas, detectamos que os repórteres da RTC também não se utilizam do sistema *live streaming*⁵⁷ disponível nos aplicativos do *Instagram* e do *Facebook* para matérias ao vivo, via *smartphones*. Inclusive houve uma divergência nas respostas à essa pergunta através de pesquisa enviada pelo *Google forms*: das seis pessoas, entre produtores e repórteres que responderam à essa pergunta, duas responderam sim; duas responderam não; e duas responderam pontualmente (Figura 13):

Figura 13 - Gráfico demonstrando a divergência quanto a utilização do *live streaming*



As duas respostas afirmando a utilização pontual do sistema *live streaming* via *smartphones* para matérias ao vivo foram complementadas pelos comentários: “Já fiz. Fazemos pontualmente, em eventos e fatos especiais” e “Quando necessário e possível”. Entretanto, não foi constatada essa prática no período de observação na redação, nem mesmo ao longo da análise do programa através do Portal T5 ao longo dos meses de setembro, outubro e novembro de 2019.

⁵⁶ Entrevista com editora 3, no dia 27/09/19

⁵⁷ Aplicativo do *Facebook* e *Instagram* que permite a transmissão ao vivo de vídeos - Nota da autora

Ainda na pesquisa feita através do *google forms*, tanto produtores como comentaristas dos quadros fixos, repórteres, editores, além da apresentadora, todos foram unânimes ao afirmar que a contribuição dos *smartphones* para a produção do conteúdo do programa Tambaú da Gente tem caráter relevante.

Elemento fundamental na apuração de situações e possíveis ocorrências policiais ou factuais jornalísticas.⁵⁸

Essencial atualmente, principalmente devido ao acesso às redes sociais e facilidade de compartilhamento de informações e mídias.⁵⁹

Hoje essa ferramenta é imprescindível. Eu, como editor, faço parte de vários grupos de jornalistas no *WhatsApp*. E toda a produção também. Ou seja, a notícia chega de forma mais rápida tanto a nós quanto aos telespectadores.⁶⁰

Total. Principalmente pra mim, que faço o contato direto com os políticos, então preciso trocar mensagens com eles a todo momento. Já teve caso de eu estar no ar e ir recebendo informações.⁶¹

No caso do editor de política, foi observado que ele não dispensa o uso do celular quando está no ar, ao vivo, durante sua participação no Tambaú da Gente no quadro Hora de Política. Essa prática foi notada também nas entradas ao vivo do comentarista esportivo no quadro Hora de Esporte, e na participação do ator que faz a personagem no quadro Hora da Maga.

3.1.3 – O papel do *smartphone* num dia atípico na redação da RTC

Durante o período de observação na Rede Tambaú de Comunicação, dois dias fugiram totalmente da rotina produtiva usual na redação da emissora por conta da avaria em um equipamento que ocasionou a perda da comunicação com a *internet* e, por consequência, a queda do sistema multiplataforma *Anews*⁶², que integra todos os profissionais da redação. A falta de comunicação na rede foi detectada desde as 5 da manhã, horário em que o Produtor 1,

⁵⁸ Entrevista com Produtor 3 via *Google Forms* dia 18/09/19.

⁵⁹ Entrevista com Repórter 1 via *Google Forms* dia 26/09/19.

⁶⁰ Entrevista com Editor 1 via *Google Forms* dia 03/10/19.

⁶¹ Entrevista com Editor de política via *Google Forms* dia 11/10/19.

⁶² *Anews* é o sistema multiplataforma utilizado na redação da RTC. Trata-se de um *Software* que integra todos os profissionais da redação, cada qual em sua função, na produção do programa e do telejornal, da produção à exibição. O sistema alimenta o espelho dos programas jornalísticos em tempo real, e é alinhado também diretamente ao *teleprompter* dos apresentadores. O *Anews* também integra com outros sistemas da emissora através dos protocolos *MOS*, *Intelligent Interface* e *Web Service*. Nota da autora.

responsável pelo conteúdo do Portal T5, o Produtor 2, da rádio, e a Produtora 3, da TV, chegam à redação.

Sem acesso à rede, sem *internet*, sem o sistema *Anews*, e até mesmo sem impressora, os produtores tentavam realizar seu trabalho com o que tinham, literalmente, à mão: através do telefone fixo da redação e dos seus celulares, faziam as apurações por ligações ou conversas via *WhatsApp*. Apenas um computador da edição está conectado a uma rede externa de *internet*. Nele que o Produtor 1 fazia o trabalho de atualização do Portal T5.

Desde às cinco e meia da manhã nada funciona aqui. Já tentamos de tudo, mas nem o sistema abre. Tá uma loucura isso aqui. Se não voltar logo, nem sei se terá programa hoje.⁶³

Desde que cheguei aqui, às cinco da manhã, nada de *internet*, nem sistema. Ninguém sabe o que houve. Já avisei a gerente de conteúdo. Tivemos que fazer entrevistas ao vivo do celular para o programa da rádio.⁶⁴

Os repórteres 2 e 4 retornam da rua por volta das 9 horas da manhã. Eles saíram bem cedo para reportagens externas e seu trabalho não foi prejudicado pelo grave problema instaurado na redação. Suas pautas, produzidas no dia anterior, já estavam impressas. “Agora vou ficar aqui e ajudar no que puder: gravando *stand ups*, de forma a contribuir com mais conteúdo para o programa”, diz o Repórter 4.

Também por volta desse horário, aos poucos os editores vão chegando à redação já cientes do problema, pois foram alertados através do grupo de *WhatsApp* pelos produtores. “Estou já sabendo do caos que está aqui hoje”, revela o editor multiplataforma ao adentrar a redação às pressas, com o celular nas mãos, se referindo à comunicação prévia no grupo de *WhatsApp*.

O gerente de operações avisa que o profissional de TI está na RTC investigando as causas, juntamente com um técnico da operadora de *internet*. Não há previsão de retorno do sistema, nem da *internet*. O Editor 2 constata, através do espelho do programa iniciado na noite anterior, que existem seis matérias para serem editadas. Com seu *smartphone*, o Editor 1

⁶³ Testemunho da Produtora 3 - fala captada informalmente durante a observação -, às 8h do dia 10/09/19.

⁶⁴ Testemunho do Produtor 2 - fala captada informalmente durante a observação -, às 8h20 do dia 01/09/19

fotografa o espelho incompleto do programa digitado na noite passada para terem um norte (Figura 14) na configuração do programa no dia e hoje.

Figura 14: Editor 1 fotografando espelho do programa com seu *smartphone*



Fonte: Registro fotográfico da pesquisadora no dia 10/09/2019

E a partir de então, na nossa observação, vimos que os celulares assumem um papel imprescindível no processo produtivo do programa. O *paparazzo* garantiu uma matéria sobre um tiroteio na orla de Cabo Branco, totalmente produzida por *smartphone*, e enviada para o grupo de *WhatsApp* da redação. A produtora 3 escreve à mão o texto de algumas notas a serem lidas pela apresentadora no estúdio, ao vivo, durante o programa, e confidencia: “Hoje teremos mais notas cobertas que o normal...”. A Editora 4 foi instruída a ficar alimentando o Portal T5 de casa. Até as 10h30 não há a certeza de que o programa vá ao ar.

Além da comunicação rotineira entre a equipe da redação através do grupo de *WhatsApp*, os produtores, munidos de seus *smartphones*, fotografam as pautas produzidas para os repórteres que estão chegando pra trabalhar, e as enviam, também por *WhatsApp*. Às 10h58 a Editora 3, após ir conferir na exibição se estaria tudo certo para as entradas ao vivo das repórteres 1 e 3, adentra a redação e anuncia: “Teremos programa!”. Os repórteres em campo enviam mensagens de *WhatsApp* dando informações sobre o conteúdo já produzido, como tempo e assunto, para que os editores possam organizar o espelho do programa. A

apresentadora, que estará sem *teleprompter*⁶⁵ ao longo do programa, anota informações passadas pelo Editor 1 (Figura 15)

Figura 15: Editores passando informações para a apresentadora do Tambaú da Gente



Fonte: Registro fotográfico da pesquisadora no dia 10/09/2019

Em comum acordo, os editores decidem que não haverá escalada no programa. Às 11h25 não se tem a certeza da hora que o programa vai ao ar. Apenas que ele vai atrasar. Às 11h42 a apresentadora entra no ar, ao vivo, para fazer a chamada do programa, e avisa que, excepcionalmente hoje, o Tambaú da Gente vai começar às 12h.

A observação passa a ser agora direto da sala de exibição. Logo após a chamada do programa, o Gerente de Conteúdo da RTC, entra na exibição e avisa: “Não dá mais para estender a exibição do programa. 12h o programa vai começar”. Todos os editores vão chegando um a um (Figura 16).

⁶⁵ Aparelho acoplado à câmera no estúdio sobre o qual desfilam sincronizadamente numa tela, os textos que são lidos pelo(a) apresentador(a). (Nota da autora).

Figura 16: Editores na sala de exibição da RTC



Fonte: Registro fotográfico da pesquisadora no dia 10/09/2019

A Editora 3, em contato direto com os celulares das repórteres que estão em campo. O Editor 2 se desloca do setor de edição para o de exibição com as matérias prontas e editadas num HD externo; O Editor 1 organiza, junto com os exibidores, a ordem das matérias; Às 11h45 o Gerente de Conteúdo entra novamente na exibição e avisa: “8 minutos pra entrar no ar o programa”. O Editor Multiplataforma, chega na exibição 3 minutos antes do programa entrar, para ajudar nos créditos e tarjas das matérias. Faltando 2 minutos, os editores decidem, em conjunto, que vai, sim, entrar a escalada. Às 12h02, o programa Tambaú da Gente entra ao vivo no ar.

Na exibição, a operadora de caracteres está o tempo todo recebendo informações diretamente dos editores para inserção de créditos e tarjas. O normal é que apenas dois editores fiquem na sala na hora da exibição. Mas hoje é um dia atípico para o processo produtivo do Tambaú da Gente: o programa entrou ao vivo, mesmo sem os recursos já usuais da rede via sistema *Anews*, e também sem acesso à *internet*. Às 12h43 os editores alertam que os comentaristas de esporte e de política estão à disposição já no estúdio, no caso de “um buraco” no programa, ser necessário sua entrada ao vivo. Repórter 1 já está à postos, diretamente do Hospital Universitário, para uma matéria ao vivo sobre malária. Nesse vivo também não há

imagens de celulares. Às 12h46, o Editor Multiplataforma orienta a Repórter 1 a se encaminhar para a Central de Polícia para mais um *link* ao vivo.

O último quadro do programa é o “Hora da Maga”, quando a personagem Magally Mel comenta notícias de celebridades. Ela já entra com o celular nas mãos, de onde extrai as informações programadas para sua participação.. Usualmente, entram no ar fotos e vídeos extraídos das redes sociais dos artistas. Não foi o caso hoje. Ao final do quadro, a apresentadora convida a audiência a visitar o Portal T5, onde constam, não apenas todas as fofocas da Magally Mel, assim como também todas as matérias exibidas hoje no programa Tambaú da Gente.

Assim que o programa termina, os editores saem da exibição e se encaminham para a redação com a sensação de dever cumprido. Na redação, todos estão comemorando o resultado final de um dia de trabalho difícil (Figuras 17 e 18), que iniciou em meio ao caos da falta de *internet*, da falta do sistema *Anews*, da falta de computadores para edição de matérias, falta de *teleprompter* para a apresentadora, enfim: da ausência total da tecnologia com a qual já estão acostumados no dia a dia. Ao final, os comentaristas de esporte e de política não precisaram entrar, e ainda havia matérias que ficaram de fora.

Figuras 17 e 18: Editores na redação após o término do programa



Fonte: Registro fotográfico da pesquisadora no dia 10/09/2019

O programa entrou no ar com um atraso de meia hora. Foram exatas uma hora e quinze minutos de programa. Um dos produtores questiona: “Como nossos colegas jornalistas faziam para trabalhar há anos atrás, sem *internet*, sem sistema, sem nada?” A Gerente de Conteúdo informa o real problema da falta da rede e da *internet*: o motivo da queda foi a queima de um

*switch*⁶⁶ de rede do próprio sistema de TI do setor de informática da RTC. Segundo ela, que está na Rede Tambaú há quase 10 anos, “nunca havia visto algo igual. A previsão de volta à normalidade é ainda para hoje. A troca do equipamento já foi providenciada para o mais rápido possível”.

3.1.4 - Um dia nas ruas com a equipe de reportagem do Tambaú da Gente

De forma a compreendermos o impacto do uso dos *smartphones* e seus aplicativos na rotina produtiva do programa Tambaú da Gente, foi desenvolvida uma narrativa sobre uma das experiências vividas no estudo de caso, ao acompanhar o dia de uma repórter e sua equipe nas ruas, transmitindo matérias ao vivo para o programa.

Essa narrativa prévia pretende demonstrar um fractal do que será aprofundado ao longo do trabalho sobre as mais variadas formas observadas do comportamento dos jornalistas na atualidade em posse de *smartphones* e suas potencialidades na construção da notícia do programa Tambaú da Gente ao exercer o jornalismo de proximidade, no processo de integração e convergência de mídias e ainda na cultura participativa de sua audiência.

Tambaú da Gente - (Quarta-feira - 11/09/2019)

Minha ideia para realizar a observação participante no programa Tambaú da Gente era passar um dia em cada setor. No primeiro dia, redação e estúdio. No segundo dia, redação e exibição. Hoje já havia planejado acompanhar a repórter 1, que sai para fazer suas reportagens ao vivo, se utilizando do equipamento *Teradek* que, além de gravar e enviar matérias da rua, também possibilita as entradas ao vivo. E assim foi feito.

Cheguei à redação pouco antes das 8h. Me deparo com a produtora 3, semblante em desespero, que dispara: “Mais um dia de caos. Estamos como ontem! Nada de sistema ou *internet*”. E empunhando seu *smartphone* nas mãos, revela: “Se não fosse isso aqui, não

⁶⁶ “O *switch* é um importante equipamento que possibilita a conexão de **redes de computadores**. Ou seja, realiza a conexão entre várias máquinas. Este equipamento tem a capacidade de aumentar o desempenho da **rede wireless** e manter a comunicação sempre disponível. Isto é possível pois o *switch* evita a colisão de dados da rede, sobretudo quando as mesmas estão congestionadas. Além da vantagem considerável no desempenho das **redes de computadores** congestionadas, o *switch* também permite a comunicação em redes que tenham máquinas com placas com velocidades diferentes, sem que a velocidade seja prejudicada. Fonte: Consultoria em TI da empresa IN8.” Disponível em: <https://in8.com.br/consultoria-em-ti-o-que-e-switch-e-para-que-serve/>. Acesso em 04 nov 2019.

teríamos como trabalhar”. Correndo para um outro setor na tentativa de imprimir as pautas da manhã, ela me diz que o produtor 1, responsável pelo Portal T5 e que também chega às 5h30 à RTC, ficou em casa para trabalhar de lá. Às 8h chega à redação o repórter 2. Ele recebe suas pautas das mãos da produtora 3, que sai correndo em seguida. De posse das pautas do dia o repórter 2 se encaminha para o carro de reportagem para cumprir seu dia de trabalho. O repórter 4, o primeiro a chegar na redação por volta das 5h45, já estava nas ruas. Às 8h20 chega a repórter 3, que normalmente sai com a unidade móvel da RTC para fazer vivos. “Cadê o povo?”, pergunta ela, estranhando a redação vazia. Sou eu a dar a notícia de que a redação continua sem sistema e sem *internet*, e informo o motivo da ausência dos produtores 1 e 3. Pouco depois chega a produtora 4, que já no caminho veio produzindo uma entrevista prá entrar ao vivo, com o celular nas mãos, e interagindo com editor multiplataforma. Enquanto aguardo a repórter 1 com quem vou sair, observo que a produtora 4 recebe a ligação de uma telespectadora, fazendo uma denúncia de maus tratos à sua filha numa clínica. Diz ter imagens de agressões e gostaria de divulgar no programa. A produtora 4 orienta que ela envie as imagens e um texto do ocorrido para o *e-mail* do programa, para que o caso fosse analisado pela produção.

Pouco antes das 9h o repórter 4 retorna à redação. Ele voltava do centro de João Pessoa, onde está acontecendo uma manifestação de ambulantes. A repórter 1, que vou acompanhar nas ruas, também chega à redação em seguida. Recebe duas pautas pelo *WhatsApp*. A primeira pauta é exatamente voltar ao Parque da Lagoa para acompanhar a manifestação. O repórter 4 adverte: “A coisa lá tá feia. Fecharam o trânsito, estão queimando pneus...”. A primeira coisa que penso foi na sorte de ter tido a ideia de ir de tênis para acompanhar os vivos da repórter 1. Percebi que a manhã ia ser longa.

Saímos da redação ao encontro do carro de reportagem. Antes de entrarmos, a repórter 1 já grava um vídeo-*selfie* do seu celular para seu *instagram* pessoal falando da manifestação. Entramos no carro às 9h45 rumo à primeira pauta. Assim que chegamos ao Parque da Lagoa, a repórter 1 grava outro vídeo-*selfie* com seu *smartphone*, dessa vez para o Portal T5, além de fotos da manifestação e dos pneus queimando, também para o portal. Segundo ela, é praxe alimentar o portal com informações da rua, através do seu celular. A editora 4 e o produtor 1 do Portal T5 me confirmaram que todos os repórteres de rua são instruídos a fazer vídeo-*selfies* para o portal. Nem todos o fazem. A repórter 1 revela que faz todos os dias, e a editora 4 me diz que 90% de seu material é aproveitado e postado no portal.

Não pude deixar de observar o impacto de uma equipe de reportagem num protesto desse tipo. Assim que viram a equipe de reportagem, os ambulantes já a identificaram como sendo da TV Tambaú, pela canopla do microfone e pelo uniforme dos profissionais. O carro de reportagem teve que ficar estacionado bem longe da manifestação, por conta da falta de acesso. De pronto, os manifestantes externaram a satisfação por estarmos ali. O que não ocorreu com uma equipe de outra emissora, considerada pelos manifestantes inimiga de sua causa e, por isso mesmo, expulsa do local e impedida de realizar a matéria.

Às 10h25 a repórter 1 conclui a matéria de atualização da manifestação e avisa à redação. A matéria era para ser exibida no programa direto da câmera que estava com a equipe na rua, via *Teradek*. Nesse momento, o câmera e o assistente me confidenciam que já perderam matéria por não ter como enviar pelo equipamento. Isso acontece quando ele perde o sinal da *internet*. Não foi esse o caso na manhã de hoje, apesar dos vídeos gravados e ao vivo terem travado um pouco ao serem exibidos no programa, conforme averigui mais tarde, ao chegar na redação.

Às 10h30 a repórter 1 grava mais um vídeo-*selfie* do seu celular, dessa vez uma chamada da matéria para seu *instagram* pessoal. Nesse momento sabemos que a segunda pauta dela caiu, e que vamos seguir atualizando a manifestação no centro da cidade. A comunicação com a redação e a exibição é constante, e triangulada entre o câmera, a repórter, e os editores, via celular e fones de ouvidos.

Às 10h45 a repórter 1 faz mais uma matéria para a TV entrevistando um vereador, que talvez também entre no ar no programa via *Teradek*. O programa atrasou hoje de novo. Entrou no ar, ao vivo, às 11h40, ou seja, com 10 minutos de atraso. Às 12h01 a repórter 1 entra ao vivo no programa para atualização da manifestação dos ambulantes. Manifestantes assistem sua entrada ao vivo, *in loco*, através de celulares, diretamente do local, *just in time* com a entrada no programa.

Às 12h30, uma vez mais, a repórter 1 entra no ar, ao vivo, via *Teradek*, para mostrar a situação do trânsito no entorno da manifestação, à pedido da redação. Às 12h39 mais uma entrada ao vivo do Parque da Lagoa, mostrando o fim da manifestação e o fim do bloqueio do trânsito pelos manifestantes, além de uma entrevista com o tenente responsável pela área. Nas três entradas ao vivo, e também nas matérias gravadas, houve uma “travadinha” na exibição, mas nada que comprometesse o trabalho. Missão cumprida. Às 12h45 retornamos à redação. Ao chegarmos na entrada da RTC, sou surpreendida com a repórter 1 gravando de seu *smartphone* um vídeo-*selfie* para o *stories* do seu *instagram* pessoal, falando sobre minha presença hoje com ela nas ruas.

Nesta quarta-feira, muito em função das entradas ao vivo direto da manifestação, e também pelo problema técnico que deixou a redação sem sistema e sem *internet* pelo segundo dia consecutivo, não houve nenhuma matéria com imagens disponibilizadas por celulares. Entre gravadas, notas cobertas e entradas ao vivo, foram ao ar um total de 12 matérias. Além disso, entraram no ar os quadros Hora de Esporte e Hora de Política. Nesse segundo, o jornalista 2 não desgruda do seu *smartphone* no estúdio, ao vivo, para ler informações.

O quadro Hora da Maga também entra ao vivo. Do início ao fim, a personagem Magally Mel, com seu *smartphone* em mãos, faz seus comentários lendo informações através dele. Fora isso, seus comentários são cobertos com imagens (fotos e vídeos) via celular, retiradas das redes sociais das celebridades citadas hoje, e exibidas ao longo de sua fala.

Logo após o término do programa, decidi ir embora. Não antes, porém, de observar que tanto o sistema *Anews*, quanto a *internet*, ainda não haviam se estabelecido. Ouvi dos editores e dos produtores: “Ontem fomos pegos de surpresa. Hoje, nem tanto. Deu pra colocar o programa no ar mais cedo que ontem, e com mais tranquilidade, pois já sabíamos o que e como fazer”. Por razões que fugiram à minha vontade e necessidade, não pude estar observando a redação na quinta e na sexta. Mas tive notícias de que tudo tinha voltado ao normal na redação da RCT a partir de quinta, dia 12 de setembro.

3.1.5 – O uso de *smartphones* no processo produtivo com foco na participação da audiência e no jornalismo de proximidade

O estudo confirmou que uma das principais características do programa Tambaú da Gente é a prática do jornalismo de proximidade num conceito geográfico, no sentido local, se referindo à cobertura de fatos em João Pessoa, e regional, com foco nos fatos e notícias do Estado. A prioridade do programa, entendida aqui como conceito hiperlocal, não necessariamente sob o aspecto tecnológico e de *mobile journalism* conforme sugere Silva, F. (2013), dá ênfase a fatos e notícias dos bairros e comunidades de João Pessoa.

A gente se propõe a ser um jornal com comunicação direta com a comunidade. Fazemos um relatório mensal, mapeando as matérias que foram ao ar a cada mês. Nossa meta é exibir um maior número de matérias de interesse das comunidades locais e regionais, e sempre conseguimos cumprir isso.⁶⁷

⁶⁷ Entrevista com o editor multiplataforma no dia 27/09/2019

As pessoas acreditam na força da imprensa no sentido de cobrar a resolução de um problema, seja ele das mais diversas naturezas.⁶⁸

A gente tem um impacto muito grande nas comunidades, dando voz a elas.⁶⁹

A RTC não dispõe de uma sucursal no interior do Estado que possa gerar conteúdo diário para sua programação. Sob o ponto de vista da produção diária, as equipes externas conseguem cobrir fatos ocorridos em na Grande João Pessoa. Eventualmente são planejadas pautas para matérias especiais que deslocam uma equipe para o interior do Estado. De forma a suprir essa deficiência na a produção diária do programa Tambaú da Gente, a equipe conta com a parceria da TV Borborema, afiliada do SBT em Campina Grande (Figura 19), além da parceria com *Blogs* de diferentes municípios paraibanos. Um ponto a ser destacado aqui é a relevância da participação da audiência com o envio de conteúdo do interior do Estado.

Conseguimos a cobertura de Campina Grande e região com as equipes da TV Borborema, que também é afiliada SBT. Mas nosso sinal chega até o sertão. Então, também precisamos pensar em conteúdos que gerem interesse para todos os paraibanos. Recebemos muito material do interior pelas redes sociais, usamos também entradas por telefone, etc.⁷⁰

⁶⁸ Entrevista com Produtor 3 via *Google Forms* - 27/09/19

⁶⁹ Entrevista com Repórter 3 via *Google Forms* - 27/09/19

⁷⁰ Entrevista com a apresentadora no dia 09/09/19

Figura 19: Matéria da TV Borborema/SBT Campina Grande exibida no Tambaú da Gente dia 12/09/19



Fonte: *Print* de tela do Portal T5 - Acesso em 08/11/19

Sempre que há algo relevante e é possível, enviamos uma equipe para cidades do interior. Essa semana mesmo tivemos uma pauta em Mamanguape. Fora isso, como já disse, produzimos matérias especiais que ficam armazenadas no portal.⁷¹

Como a TV Tambaú transmite para toda a Paraíba, é importante termos todas as cidades do interior do Estado. Em Campina Grande, tem a TV Borborema... nos falamos e trocamos mensagens diariamente. Além das cidades do interior que, quando as notícias estão nos portais locais, são checadas por nós e veiculadas.⁷²

Moradores da cidade de João Pessoa e também do interior do Estado são agentes relevantes no processo produtivo do jornalismo do programa Tambaú da Gente. Se em todo o processo produtivo a interação via *WhatsApp* pelos profissionais do programa é uma prática rotineira, para essa audiência, além da agilidade no processo de contato com a produção do

⁷¹ Entrevista com o Editor Multiplataforma no dia 27/09/19

⁷² Entrevista com Editor 1 via *Google Forms* dia 03/10/19

programa, traz um sentido mais amplo de pertencimento. E a produção do programa valoriza e se aproveita do contributo da audiência para a elaboração de pautas.

Tem espaço aberto para a audiência. Recebemos tudo no nosso dia a dia via telefone, *WhatsApp*, enfim. Apuramos tudo e selecionamos o conteúdo. O jornalista é um curador da informação. A audiência tem hoje um papel importante na produção das pautas.⁷³

Através de um número exclusivo disponibilizado pela produção do programa para o público, a audiência envia, via *WhatsApp*, conteúdo para o programa através de mensagens, fotos, vídeos e áudios, inclusive se fazendo, às vezes, de repórter-cidadão.

A audiência é muito ativa enquanto jornalistas-cidadão, principalmente em dias de chuva, com alagamentos e etc. Eles nos enviam registros de tudo, e usamos muito esse conteúdo enviado por eles. Com certeza a audiência interfere na seleção de pautas para o programa.⁷⁴

Denúncias de todo o tipo são feitas via *WhatsApp* e essas podem render pautas para matérias depois de devidamente apuradas pelos produtores de conteúdo da RTC. A produção também recebe ligações telefônicas e *e-mails* com denúncias e sugestões de pauta, mas o estudo observou que o aplicativo *WhatsApp* é o principal elo de contato entre o público e o programa.

Eles enviam vídeos e mensagens pelo *WhatsApp*, além de vir na TV para fazer denúncia ou informar eventos realizados na comunidade.⁷⁵

Temos vários canais de interação. Dentre eles os telefones da produção do programa que aparecem diariamente. Além do *WhatsApp* específico do programa que é o mais usual atualmente. Tem também as redes sociais (*facebook* e *instagram*) da TV Tambaú e da própria apresentadora, que muita gente fala com ela por lá, sugerindo pauta, etc.⁷⁶

Perguntas e comentários enviados pela audiência através do *WhatsApp* sobre assuntos específicos são exibidos ao longo do programa, seja nos quadros A Gente na Comunidade; Saúde da Gente; Previdência Fácil e Hora da Maga, ou seja apenas para prestigiar quem enviou mensagens de saudações e/ou elogios ao programa.

É na audiência que medimos nosso público-alvo, e como podemos produzir conteúdos que sejam voltados para ele.⁷⁷

⁷³ Entrevista com o editor multiplataforma no dia 27/09/19

⁷⁴ Entrevista com o editor multiplataforma no dia 27/09/19

⁷⁵ Entrevista com editor 3 via Google Forms - 27/09/19

⁷⁶ Entrevista com Editor 1 via *Google Forms* - 03/10/19

⁷⁷ Entrevista com Editor 1 via *Google Forms* - 03/10/19

Através do *WhatsApp* e do *Instagram* recebemos as sugestões de reportagem, mensagens de quem está nos assistindo (selecionadas e exibidas no programa), participação nos quadros e interatividade.⁷⁸

A participação da audiência traz a possibilidade de qualquer um ser produtor de conteúdo, que contribua com a nossa entrega através de fotos, vídeos e denúncias via *WhatsApp*.⁷⁹

Não raro o quadro Hora de Esporte exibe imagens de algum jogo capturadas por celulares e enviadas pelo público do interior (Figura 20). Entretanto, o jornalista e comentarista esportivo responsável pelo quadro revelou em entrevista⁸⁰ que ainda não aposta em fazer matérias se utilizando do *smartphone* “pois a qualidade de áudio e vídeo fica a desejar”. Jornalista responsável também pelo *blog* Tambaú Esporte Clube no Portal T5⁸¹, ele confessa: “uso muito os *stories* do meu *instagram* para divulgar fotos de jogos do estádio”.

Figura 20: Imagens enviada pela audiência – Nota coberta do quadro “Hora de Esporte” exibida no Tambaú da Gente no dia 09/09/19



Fonte: Captura de tela do Portal T5. Acesso em 21/10/2019

⁷⁸ Entrevista com a Apresentadora no dia 09/09/19

⁷⁹ Entrevista com o editor multiplataforma no dia 27/09/19

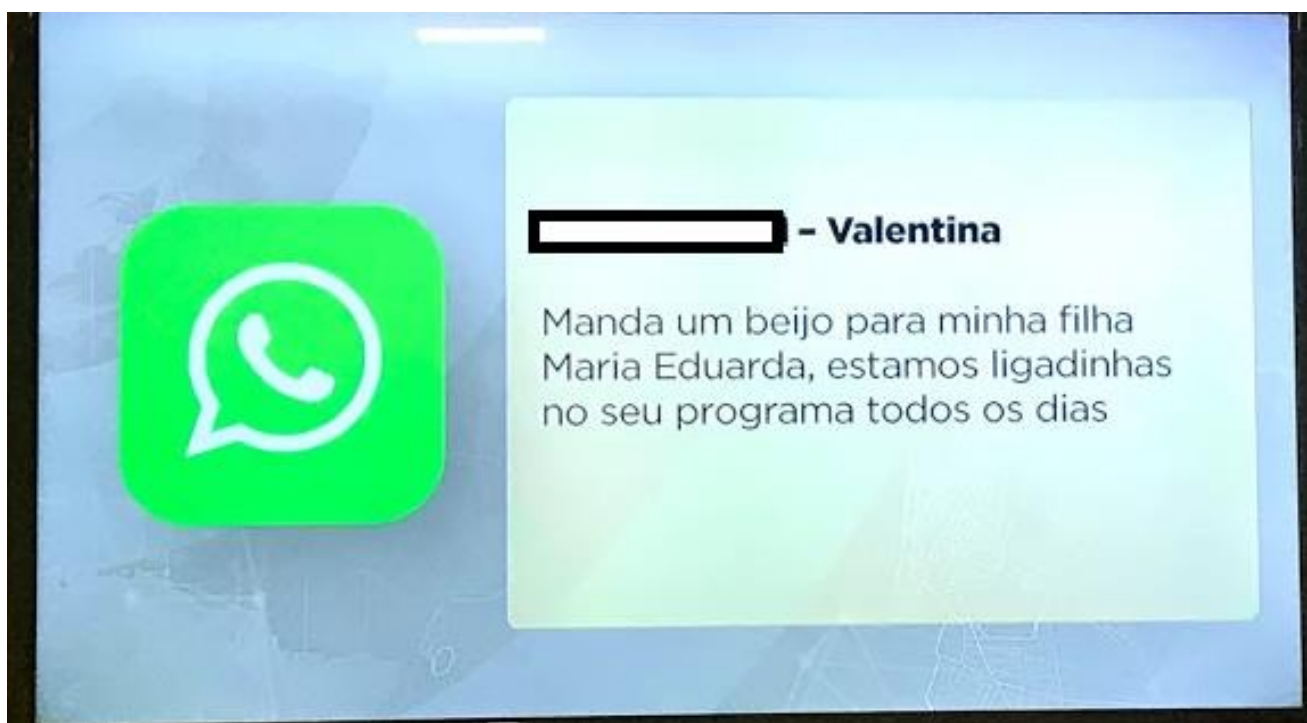
⁸⁰ Entrevista com o comentarista esportivo no dia 10/10/19

⁸¹ <https://blog.portalt5.com.br/tambauesportecolube/> - Acesso em 29/10/19

A responsabilidade de ler e fazer uma triagem das mensagens enviadas diariamente pela audiência para o *WhatsApp* do programa fica a cargo da Produtora 5, uma jornalista que trabalha como produtora de conteúdo do Tambaú da Gente. À partir as 11h da manhã ela abre o *WhatsApp Web*⁸² na tela do computador, lê, checa as informações, separa aquelas mensagens com potencialidade para se tornarem pautas para repassar aos editores, e seleciona as perguntas e comentários que irão ao ar no dia (Figura 21).

Recebemos dezenas de mensagens das pessoas todos os dias pelo *WhatsApp*. Depois que eu faço a triagem, seleciono cerca de seis mensagens para ir ao ar no programa. Hoje foram ao ar três mensagens (Figura 9). Todos os dias vão ao ar mensagens dos telespectadores. A não ser que haja algum problema, como naquele dia que ficamos sem sistema... mas, em geral, todos os dias de três a seis mensagens vão ao ar. Isso incluindo as perguntas da audiência para os quadros fixos do programa.⁸³

Figura 21: Mensagem da audiência no momento em que foi ao ar



Fonte: Registro fotográfico da pesquisadora (27/09/2019)

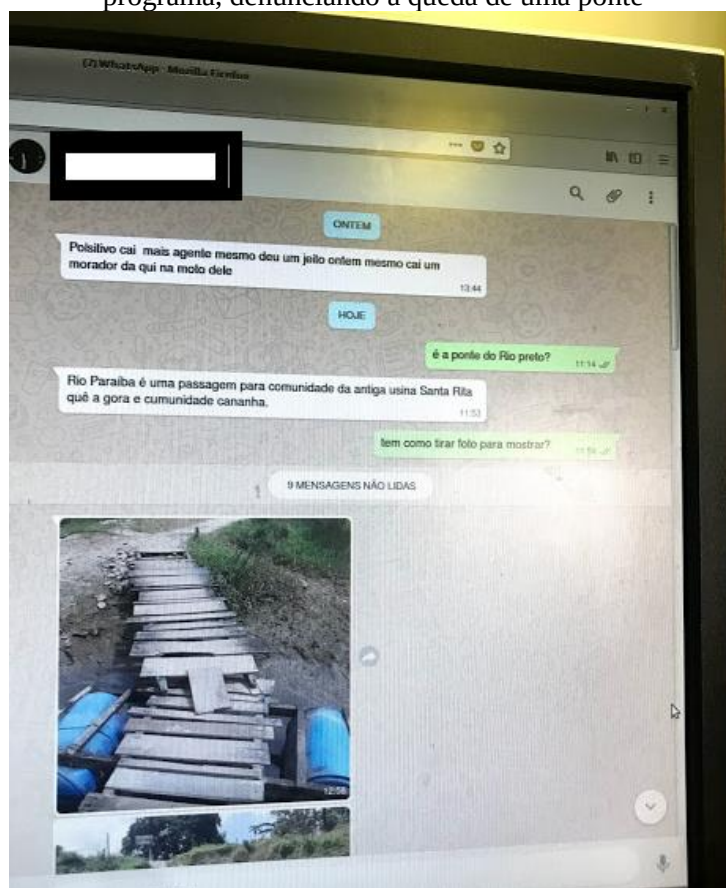
⁸² *WhatsApp Web* é a forma de utilizar o aplicativo de *WhatsApp* no computador ou *Ipad*, na plataforma *Google Crome*. Nota da autora

⁸³ Entrevista com a produtora 5, responsável pelas mensagens de *WhatsApp*, dia 27/09/2019

Cabe também à Produtora 5 fazer o controle do retorno da equipe de reportagem às comunidades, no caso de matérias do quadro “A Gente na Comunidade” que constatam problemas a serem resolvidos em determinado bairro ou cidade, e que demandam um prazo para sua conclusão. Ex: pavimentação de ruas, esgotos a céu aberto, ou mesmo a queda de uma ponte conforme denúncia de audiência. (Figura 22).

Eu faço uma planilha com as datas que precisamos averiguar se esse ou outro problema da comunidade foi resolvido. Precisamos enviar a equipe ao local pra mostrar, né? Muitas vezes, os próprios moradores da comunidade mandam notícias pelo *WhatsApp* dizendo que o problema já foi solucionado e que a gente já pode ir lá gravar a matéria.⁸⁴

Figura 22: Detalhe de mensagens e fotos enviadas por morador de Santa Rita/PB para o *WhatsApp* do programa, denunciando a queda de uma ponte



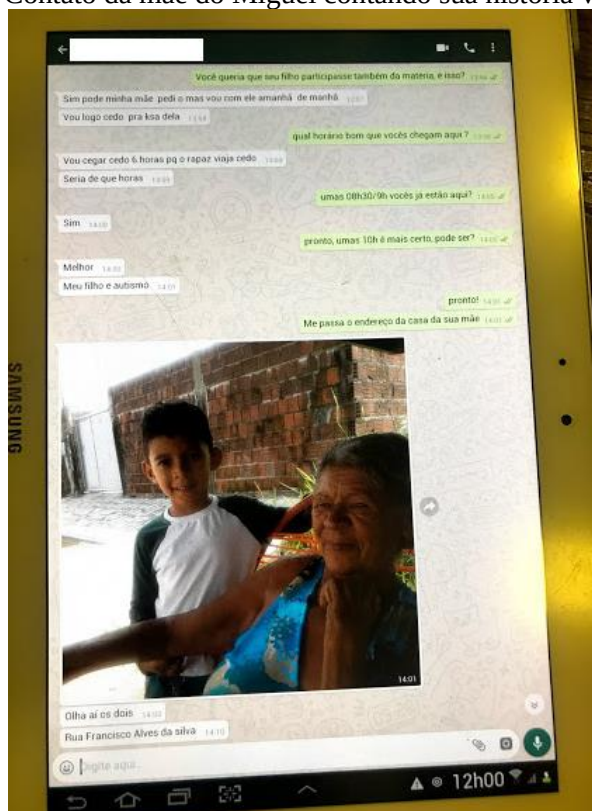
Fonte: Registro fotográfico da pesquisadora do *WhatsApp Web* da redação, no dia 27/09/2019

⁸⁴ Entrevista feita com a produtora 5, responsável pela triagem de mensagens enviadas pela audiência via *WhatsApp*, dia 27/10/2019

Quando estamos nas comunidades fazendo uma matéria, é incrível a receptividade das pessoas... Ontem mesmo fui fazer uma matéria sobre o aumento do gás, e foi muito bacana como as pessoas nos receberam em suas casas...⁸⁵

Uma boa história enviada via *WhatsApp* pela audiência pode render boas matérias (Figura 23), como foi o caso do menino Miguel sobre ajudar sua avó a comprar uma cadeira de rodas (Figura 24). A produtora 5 me mostra no *Ipad* da redação o primeiro contato da mãe via *WhatsApp*, inclusive com o envio de um vídeo da criança. A produção do Tambaú da Gente investigou a situação e realizou a matéria, que foi ao ar no dia 01/10/19 (Figura 25). No dia 02/10/19, a matéria também foi ao ar no programa Primeiro Impacto, do SBT São Paulo com o apresentador Marcão do Povo, e ganhou destaque nacional. O apresentador ainda gravou um vídeo para o Miguel falando sobre a matéria, que foi apresentado no programa Tambaú da Gente no mesmo dia, quando Miguel e sua família foram recebidos ao vivo no programa (Figura 26).

Figura 23: Contato da mãe do Miguel contando sua história via *WhatsApp*



Fonte: Registro fotográfico da pesquisadora do *WhatsApp Web* no *Ipad* da redação no dia 27/09/2019

⁸⁵ Testemunho do Repórter 2 - fala captada informalmente durante a observação -, no dia 10/09/19

Figura 24: Foto do vídeo enviado pela mãe do Miguel via *WhatsApp* e exibido na matéria dia 01/10/19



Fonte: Captura de tela do Portal T5 - Acesso 29/10/19

Figura 25: Foto da matéria contando a história do Miguel que foi ao ar em 01/10/19



Fonte: Captura de tela do Portal T5 - Acesso 29/10/19

Figura 26: O apresentador Marcão do Povo (SBT Nacional) envia vídeo para Miguel no estúdio do programa Tambaú da Gente

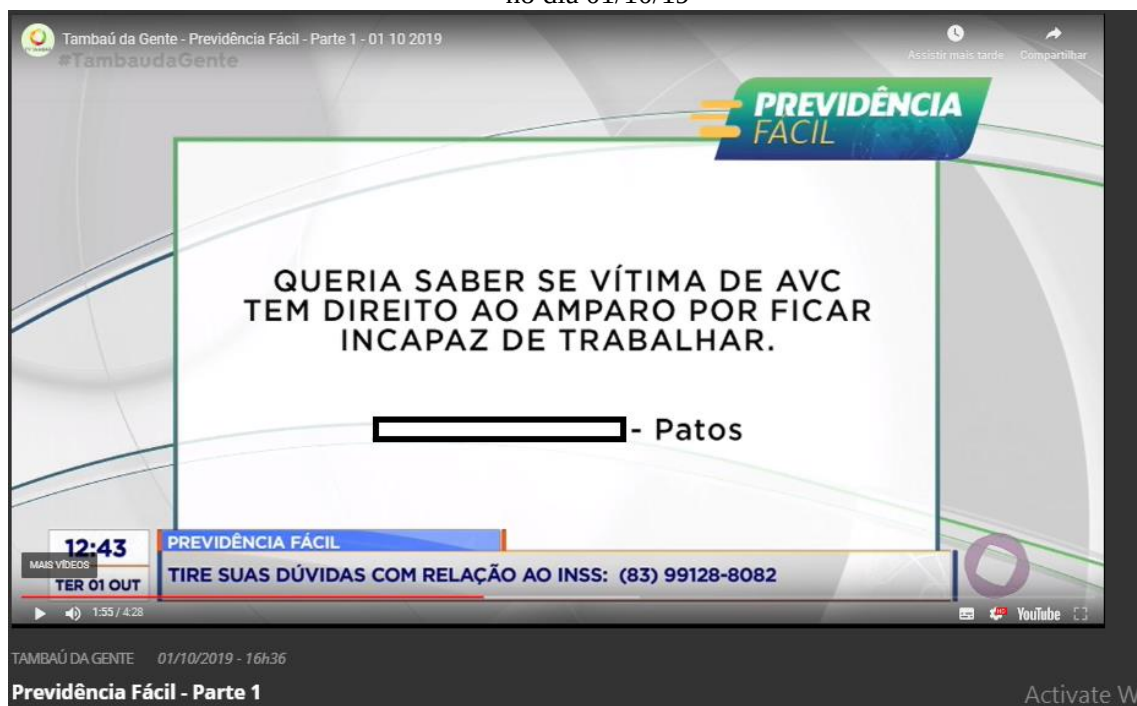


Fonte: Captura de tela do Portal T5 - Acesso 29/10/19

O “Previdência Fácil” é um quadro semanal no programa Tambaú da Gente. Vai ao ar, todas as terças-feiras, quando um especialista responde as dúvidas da audiência relativas à previdência social. As questões são enviadas pelo telespectador via *WhatsApp* (Figura 27), e a Produtora 5 também é a responsável pela triagem e seleção das perguntas da audiência que vão ao ar para serem esclarecidas. No dia 01/10/19 foram ao ar cinco perguntas. Três vindas de cidades do interior do Estado (Patos, Santa Rita e Caaporã), e duas de bairros de João Pessoa (Bairro da Indústrias e Funcionários IV). O quadro “Previdência Fácil” também tem um *blog* no Portal T5⁸⁶, onde são respondidas as demais perguntas que não foram ao ar na semana, e é também um canal aberto e direto com a audiência, caracterizando trabalhar dentro de um conceito de convergência multiplataforma.

⁸⁶ Disponível em: <https://blog.portalt5.com.br/previdenciafacil/> - Acesso em: 29 out. 2019

Figura 27: Audiência da cidade de Patos/PB participando do quadro “Previdência Fácil” no dia 01/10/19



Fonte: Captura de tela do Portal T5 - Acesso 29/10/19

Durante a observação, além do contributo da audiência enviando conteúdo para o programa Tambaú da Gente, detectamos um outro dado relevante do uso de *smartphones* pelo público telespectador, agora sob o ponto de vista de consumo de informações. No dia 11/09/19, ao acompanhar a equipe externa nos *links* ao vivo para o programa sobre o protesto dos ambulantes, percebemos que as entradas da repórter 1 eram assistidas *in loco*, na tela dos celulares, pelos manifestantes. O rapaz da foto apenas se certificou com os populares antes de acessar o programa do seu *smartphone*: “É na TV Tambaú, né?” (Figuras 28 e 29). A mobilidade, através de um celular aliado à tecnologia móvel de dados 3G e 4G, garante esse imediatismo. Assim, o manifestante comprovou, na hora, que a transmissão era mesmo ao vivo no programa Tambaú da Gente.

Figuras 28 e 29: Audiência assistindo entrada ao vivo da repórter através do *smartphone* no momento da transmissão



Fonte: Registro fotográfico da pesquisadora no dia 11/09/2019 - Manifestação de ambulantes na Praça da Lagoa - Centro de João Pessoa

3.2- Análise do programa Tambaú da Gente: Matérias com fotos e imagens de celular que foram ao ar na semana de 9 a 27 de setembro de 2019

Para a obtenção de dados mais concretos sobre a intervenção de *smartphones* na construção das notícias veiculadas no programa Tambaú da Gente, durante a observação foi adotada a estratégia de contabilizar o conteúdo que por vezes se utilizou de imagens e fotos em matérias, notas cobertas, entradas ao vivo e nos quadros fixos do programa. Nessa medida, o programa foi assistido e mapeado ao longo de três semanas, de 09 a 27 de setembro de 2019, conforme seus conteúdos diários. No sentido de confirmar o que foi ao ar ao vivo nestes dias, ao longo da pesquisa a observação recorreu também ao arquivo disponibilizado no Portal T5, conforme o Quadro 1:

Quadro 1: Fotos e/ou imagens de *smartphones* no Programa Tambaú da Gente

Data	Total de conteúdos exibidos	Matérias com celular	Vivo com celular	Nota Coberta com celular	Quadros Fixos com celular	Total de conteúdo com celular
09/09/19	23	1 Imagens e fotos 1 Foto	1 Imagens 1 Imagens 1 Imagens	1 Imagens 1 Imagens 1 Foto e Imagens	1 Imagens	9
10/09/19	12	1 Imagens	1 Imagens		1 Mensagens de <i>WhatsApp</i>	3
11/09/19	15				1 Imagens	1
12/09/19	19	<i>Print</i> de tela de <i>WhatsApp</i> 2 Fotos			1 Imagens	3
13/09/19	18	1 Foto		1 Foto		2
16/09/19	22	1 Fotos 1 Foto 1 Foto		1 Fotos 1 Foto		5
17/09/19	16	1 Fotos 1 Fotos		1 Imagens		3
18/09/19	22	1 Fotos 1 Foto 1 Fotos	1 Fotos	1 Foto 1 Fotos 1 Imagens 1 Imagens	1 Foto 1 Imagens	
19/09/19	17			1 Foto 1 Foto 1 Foto e Imagens	1 <i>Video-selfie</i> 1 <i>Video-selfie</i> Fotos	5
20/09/19	20	1 Imagens 1 Fotos	1 Fotos	1 Fotos 1 Imagens		
23/09/19	18	1 Imagens	1 Imagens	1 Imagens 1 Fotos e Imagens 1 <i>Video-selfie</i>		5
24/09/19	23	1 Foto		1 Foto e Imagens 1 Imagens 1 Fotos e Imagens	5 mensagens <i>WhatsApp</i> 1 Fotos	10
25/09/19	18	1 Fotos e <i>print</i> de tela 1 Fotos e Imagens 1 Imagens		1 Fotos e Imagens 1 Foto 1 Imagens 1 Fotos		7
26/09/19	23	1 Fotos e Imagens 1 Foto e Imagens		1 Imagens 1 Fotos		4
27/09/19	19	1 Foto		1 Foto 1 Imagens	1 Fotos	4

Fonte: Elaboração própria

Foram 285 conteúdos exibidos em 15 dias de programa analisados, entre Matérias, entradas ao Vivo, Notas Cobertas e Quadros Fixos, uma média de 19 conteúdos/dia, lembrando que os dias 10 e 11 foram atípicos para o programa devido à falta do sistema e da *Internet* na redação da RTC, fazendo com que o programa entrasse no ar com atraso e, por conseguinte, com conteúdo noticioso abaixo do normal. Não houve nenhum dia com exibição de conteúdo

sem a incidência de *prints*, mensagens via *WhatsApp*, fotos e/ou imagens ilustrando os fatos noticiados. Destaque para o programa do dia 9 de setembro de 2019, que teve o maior número de notícias ilustradas com fotos e/ou imagens produzidas por *smartphones*, somando um total de 9, entre Matérias, entradas ao Vivo, Notas Cobertas e Quadros Fixos.

3.2.1- Análise do programa Tambaú da Gente: Matérias sobre fatos ocorridos no interior do Estado que foram ao ar de 9 a 27 de setembro de 2019

Para a verificação de dados comprovando o exercício do jornalismo de proximidade na construção das notícias advindas do interior do Estado e veiculadas no programa Tambaú da Gente, a pesquisa também adotou a estratégia de aferir o número desse conteúdo específico nas matérias e notas cobertas do programa. Nessa medida, o Tambaú da Gente também foi analisado e mapeado de 9 a 27 de setembro de 2019. De forma a compreender no processo produtivo do jornalismo empregado no programa na veiculação dos fatos noticiosos com referência ou mesmo advindos do interior do Estado, a observação recorreu também ao arquivo disponibilizado no Portal T5. Abaixo, no Quadro 2, a análise do Tambaú da Gente sobre matérias exibidas com foco no jornalismo de proximidade regional no período. De 285 conteúdos jornalísticos exibidos nesses 15 dias de programa, 71 foram sobre fatos ocorridos no interior do Estado e veiculados no Tambaú da Gente em formato de matéria, nota, nota coberta ou entrada ao vivo.

Quadro 2: Matérias com fatos sobre o interior do Estado de 09 a 27/09

Data	Fato Noticiado	Matéria	Vivo	Nota e/ou Nota Coberta	Total de notícias do interior da PB	Total no dia
09/09/19	1-Acidente de ônibus em Lagoa de Dentro	1	3	1	4	9
	2-Morte de um policial em Campina Grande	1	-	1	2	
	3-Tentativa de assalto na UFCG em Campina Grande	-	-	1	1	
	4-Acidente em Bayeux	1	-	-	1	
	5-Vítima de facada em Borborema	1	-	-	1	
10/09/19	1- Acidente de ônibus em Lagoa de Dentro	1	-	-	1	1
11/09/19	1- Suspeito de estupro em Alagoa Grande	-	-	1	1	2
	2- Suspeitos do crime contra vereador em Natuba	-	-	1	1	
12/09/19	1- Plano de ataque de terroristas em Cajazeiras	-	-	1	1	8
	2- Operação cumpre mandados no Brejo do Estado	1	-	-	1	
	3- Homem baleado na cidade do Conde	1	-	-	1	
	4- Morte de criança em Ingá por água quente	-	-	1	1	
	5- Acidente de motociclista em Santa Rita	1	-	-	1	
	6- Casa onde comerciante foi morto em CG é incendiada	1	-	-	1	
	7- STF: aeroporto Castro Pinto pertence à Santa Rita	1	-	-	1	
13/09/19	1- Enterro da criança morta por água quente em Ingá	1	-	-	1	2
	2- Homem morto próximo à Areal, no agreste paraibano	-	-	1	1	
16/09/19	1-Homem assassinado com foice em Bananeiras	-	-	1	1	5
	2-Homem preso c/ 345 quilates pedras preciosas em Bayeux	-	-	1	1	
	3-Homem preso suspeito de tentar matar a ex em Santa Rita	1	-	-	1	
	4-Navio mais antigo da marinha aberto à visitação em Cabedelo	1	-	-	1	
	5-Dono de espetinho é esfaqueado em Campina Grande	1	-	-	1	
17/09/19	1-Idoso fica ferido em acidente em Bayeux	1	-	-	1	7
	2-Adolescente atropela um homem e 2 crianças em Cajazeiras	-	-	1	1	
	3-Família é assaltada em Campina Grande	-	-	1	1	
	4-Priso acusado de arrombamentos a estabelecimentos em CG	-	-	1	1	
	5-Protesto de alunos em Santa Rita	1	-	-	1	
	6-Estado de saúde de idoso atropelado em Bayeux	-	-	1	1	
	7-A gente na comunidade: vacina contra sarampo em Bayeux	1	-	-	1	
18/09/19	1-Homem assassinado e mulher fenda por bala perdida em Cajazeiras	-	-	1	1	8
	2-Polícia prende suspeito de matar vizinho em Campina Grande	1	-	-	1	
	3-Dois homens morrem em acidente de moto com carreta em Bayeux	1	-	-	1	
	4-Homem preso quando tentava matar a esposa em Guarabira	-	-	1	1	
	5-Grupo realiza "rolezinho" e 39 veículos são apreendidos em CG	-	-	1	1	
	6-Flagrados em moto de forma irregular na PB073, entre Belém e Tacina	-	-	1	1	
	7-Sec. Estadual fará manutenção no grupo escolar João Urso em Sta. Rita	1	-	-	1	
	8-Donos do amanhã faz entrega da 1ª casa em Alhandra	1	-	-	1	
19/09/19	1-Enterrado em Souza corpo de empresário assassinado em JP	-	-	1	1	4
	2-Priso um dos acusados de assalto à UEPB em Campina Grande	-	-	1	1	
	3-Jovem é detido ao tentar jogar drogas e celulares em presídio em CG	1	-	-	1	
	4- Polícia recupera carro roubado em Campina Grande	1	-	-	1	
20/09/19	1- Dupla é presa acusada de homicídio em Cajazeiras	-	-	1	1	3
	2-Adolescente atira por acidente na cabeça do irmão em Catolé do Rocha	1	-	-	1	
	3-Mutirão em Cabedelo: evento facilita o pg de débitos com a Energisa	1	-	1	1	
23/09/19	1-Duas pessoas morreram e 3 ficaram feridas após carro invadir casa em Areia	-	-	1	1	1
24/09/19	1-Homem morre atropelado na BR-230 em Santa Rita	1	-	-	1	7
	2-Três pessoas desaparecidas após canoa virar no açude em Monteiro	-	-	1	1	
	3-Suspeito de acidente que matou 2 pessoas em Areia deve se apresentar hoje	1	-	-	1	
	4-Jovem é assassinada em Bayeux	-	-	1	1	
	5-Dois corpos foram encontrados após caírem de canoa em Monteiro	-	-	1	1	
	6-Câmeras de segurança flagram furtos em loja de shopping em CG	-	-	1	1	
	7-Mulher é presa e um adolescente é apreendido em Campina Grande	-	-	-	-	
25/09/19	1-Mulher tem casa invadida e é estuprada em Cajazeiras	-	-	1	1	5
	2-Homem é preso com 10 plantas de maconha em Cabedelo	-	-	1	1	
	3-Ônibus c/42 passageiros atropela cavalo e cai em ribanceira em CG	1	-	-	1	
	4-Lei proíbe sacolas e copos plásticos que não sejam biodegradáveis em Cabedelo	1	-	-	1	
	5-Corpo de bombeiros continua busca de jovem que caiu em açude em Monteiro	-	-	1	1	
26/09/19	1-Idosa morre ao engasgar com banana em Santa Rita	1	-	-	1	5
	2-3ª fase operação "Famintos" é deflagrada em Campina Grande	-	-	-	1	
	3-Homem é preso suspeito de mostrar partes íntimas à adolescente em Borborema	1	-	-	1	
	4- PF realiza 2 operações em JP e interior do Estado	-	-	1	1	
	5-Casa pega fogo após vazamento de gás do botijão em Mari	-	-	1	1	
27/09/19	1-Priso por estupro em Pombal	-	-	1	1	4
	2-Morre criança atropelada em Areia	-	-	1	1	
	3-Agente do Lar do Garoto em Lagoa Seca é preso	1	-	-	1	
	4-Sec. Estado de Saúde registra 3 novos casos no E stado	1	-	-	1	

Fonte: Elaboração própria

Muito embora não seja objetivo deste trabalho analisar os critérios de noticiabilidade do programa Tambaú da Gente, a presente análise comprova que a maioria dos fatos noticiados sobre o interior da Paraíba denotam ser factuais, com mero aspecto sensacionalista. O fato da RTC não dispor de uma sucursal no interior do Estado pode ser um fator preponderante para tal. Não há a preocupação eminente de dar ênfase aos aspectos culturais e genuínos do interior do Estado, valorizando sua identidade e linguagem típicas, segundo a ótica de Camponez (2002; 2012) e de demais autores que prezam o jornalismo de proximidade interiorano.

3.3 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta discussão estabelecemos o contraponto entre os resultados e o referencial teórico com o intuito de compreender o impacto do uso dos *smartphones* no processo produtivo do programa e o seu contributo na prática do jornalismo de proximidade, hiperlocal na Paraíba em contexto multiplataforma.

A evolução tecnológica impõe à sociedade contemporânea um sentido de alerta perante a impermanência dos processos, dada a sua constância, instigando inclusive mudanças comportamentais. Isso afeta também todo o ecossistema midiático, que vem se transformando e se adequando às inovações que surgem na era digital, instigando o profissional de jornalismo a se metamorfosear e mesmo reinventar sua atuação numa realidade de convergência de mídias, cultura participativa e redações integradas (SALAVERRÍA; NEGREDO 2008), ainda que não totalmente definida, conforme (SILVA, F. 2013).

A pesquisa demonstra que os profissionais da redação da RTC, responsáveis pela produção do programa Tambaú da Gente, vivenciam esse momento de transformação no jornalismo televisivo, na medida em que atuam nas diversas mídias disponibilizadas para o programa (TV, rádio, portal e redes sociais), e se esforçam no trato da linguagem adequada para cada uma delas, dentro do conceito narrativa transmídia (JENKINS, 2009). A busca da prática jornalística dentro dos conceitos de convergência de mídia e redação integrada é uma realidade na produção do programa, e, como tal (CHADA; WELLS, 2016) gera tensão pelo acúmulo de funções no conceito de jornalismo multitarefa, dando insegurança aos jornalistas no que diz

respeito à qualidade do conteúdo e, segundo o relato dos profissionais, não compatível com a remuneração.

A pesquisa observou ser ainda muito tímida a prática do *mobile journalism* na produção do programa. Foi comprovada apenas a produção de vídeo-*selfies* pelos repórteres para alimentar suas redes sociais pessoais e o Portal T5, além das redes sociais da TV Tambaú. Através do depoimento dos profissionais, pontualmente um jornalista de utilizou do *smartphone* na produção de uma matéria - o que não foi comprovado no período da observação nem nas análises do programa feitas posteriormente através do Portal T5.

Ao acompanhar a equipe externa que cobre a cidade com notícias ao vivo, foi observada a prática jornalística distanciada de todo o aparato da redação, quando a repórter produz noticiário ao vivo de acordo com o surgimento dos fatos, conforme o conceito de jornalismo pós-industrial proposto por Anderson, Bell e Shirky (2013). Constatamos ainda a contribuição do *paparazzo* por sua conta e risco, na produção de imagens obtidas ora por câmera, ora por *smartphone*, além da gravação de sonoras. Por não ter formação na área, o material produzido pelo *paparazzo* é editado pelos jornalistas da casa em forma de nota coberta. Em ambos os casos, entendemos ser o primeiro passo na tentativa de exercer o jornalismo no conceito de *mobile journalism*.

A tecnologia digital traz também a mudança comportamental da audiência, que sai da passividade do antigo modelo *broadcast* de distribuição um para um, para incorporar o papel de *prosumer* como denominou Toffler (1980): a audiência que consome e produz notícias, interagindo nas diversas plataformas (CAJAZEIRA, 2014) e contribuindo no processo produtivo dos produtos televisivos. Dentro dos conceitos de cultura participativa (SHIRKY, 2010), convergência (SALAVERRÍA e NEGREDO, 2008); (JENKINS, 2008) e jornalismo de proximidade (CAMPONEZ, 2002; 2011), (PERUZZO, 2005), a pesquisa comprovou que o programa Tambaú da Gente trabalha segundo tais conceitos, dando ênfase para a participação da audiência local e regional no programa e tratando de assuntos referentes às comunidades locais. Foi observado ainda o contributo da audiência no envio de conteúdo para o programa se utilizando de celulares de última geração (LE MOS, 2009) aliados às redes de transmissão de dados. A característica de multimídia dos *smartphones* permite à audiência o envio de mensagens e áudios via *WhatsApp*, além de imagens e fotos.

O estudo detectou uma falha estrutural na prática do jornalismo nas cidades do interior do Estado. A produção do programa não dispõe de uma equipe que cubra os fatos nos municípios paraibanos, se limitando a cobrir fatos nas cidades que englobam a grande João Pessoa. O programa depende de matérias produzidas por empresas parceiras no interior para a

divulgação de fatos e notícias, à exemplo da TV Borborema, afiliada do SBT em Campina Grande. Quando não, são produzidas apenas notas e/ou notas cobertas com conteúdo enviado pela audiência e/ou por *Blogs* parceiros dos municípios do Estado. O interior da Paraíba não tem representatividade genuína ou valorização de sua identidade no programa, que se limita a exhibir o jornalismo factual e sensacionalista. Nessa medida, perdem-se as dimensões como as de familiaridade no campo das identidades histórico-culturais (PERUZZO, 2005), os acontecimentos orgânicos, fatos pitorescos, e desenvolvimentistas, característicos de cada região do Estado são desprestigiados ou quase inexistentes no processo produtivo jornalístico no conceito de proximidade. Pontualmente são programadas matérias especiais produzidas no interior do Estado pelos profissionais da RTC e exibidas no Programa Tambaú da Gente e armazenadas no Portal T5. Entretanto, essa prática não reproduz a realidade do interior em sua complexidade até mesmo por não haver uma constância nesse tipo de produção. A pesquisa observou que a última matéria especial nesse sentido havia sido feita há três meses do período da análise.

Por outro lado, sob a ótica da cultura participativa, o programa está aberto à contribuição da audiência das cidades interioranas que envia conteúdo produzido por *smartphones* para serem noticiados, como imagens e fotos. Com relação ao conceito hiperlocal, sob a perspectiva do trabalho realizado com as comunidades de João Pessoa o programa cumpre seu papel realizando o jornalismo social, privilegiando os micro-notáveis (JÉRONIMO, 2017). Entretanto não foi observada a prática do jornalismo hiperlocal no conceito de *mojo*, se utilizando de mapeamento e geolocalização das tecnologias móveis via *smartphones* sob a ótica de Silva, F. (2013), assim como também não se constatou a atividade jornalística com *smartphones* na veiculação de notícias ao vivo, através de *live streaming*, inovação tecnológica de transmissão nas redes sociais do *Instagram* e do *Facebook*.

CONCLUSÃO

No decorrer dessa pesquisa buscamos responder qual o contributo dos *smartphones* e seus aplicativos no processo produtivo do programa Tambaú da Gente, da RTC, na prática do jornalismo de proximidade, numa perspectiva do atual ecossistema midiático que coloca a audiência como novo partícipe nas rotinas produtivas dos telejornais e programas de entretenimento.

No caso deste estudo, detectamos que o aparelho celular de última geração, no uso de seus vários aplicativos, se mostrou uma ferramenta fundamental no processo de produção de notícias do programa. Verificou-se ser constante a utilização do aplicativo *WhatsApp* via *smartphones* entre os profissionais de jornalismo para a interação com a audiência, além da comunicação entre si e com suas fontes. A pesquisa observou que os recursos disponibilizados nos *smartphones* (LEMOS, 2007) - como câmera fotográfica, bloco de notas e o aplicativo de *WhatsApp* aliados à tecnologia de transmissão de dados -, foram imprescindíveis para o programa Tambaú da Gente ir ao ar nos dois dias em que a redação ficou sem *internet* e sem sistema operacional.

Entretanto, de acordo com as questões centrais e objetivos da pesquisa, os resultados da análise revelam que os jornalistas não se utilizam do *smartphone* numa perspectiva de tecnologia móvel digital, em todas as suas dimensões e potencialidades. A mobilidade ampliada, aliada aos recursos de áudio e vídeo proporcionados pelos *smartphones*, não é praticada pelos repórteres do programa na produção de matérias, dentro do conceito de *mobile journalism*, segundo Lemos (2007) e Silva F. (2013; 2014; 2015). O conteúdo produzido pelo *paparazzo* via *smartphone* também não pode ser caracterizado como *mojo* na sua complexidade, principalmente por se tratar de um material produzido por alguém que não tem formação na área. Verificou-se que os profissionais também não se apropriam dos celulares para a transmissão ao vivo através de *live streaming*. Foi observada a utilização do *smartphone* pelos repórteres na produção de vídeo-*selfies* para alimentar o Portal T5, mídias de suporte de divulgação em suas próprias redes sociais ou nas redes sociais da TV Tambaú. Ainda assim, essa prática voltada para a promoção da convergência de mídias existe de forma pontual e incipiente.

Os resultados da pesquisa apontam que, sob a ótica da cultura participativa e do conceito de jornalismo de proximidade, se de um lado não foi detectada a produção de notícias via *smartphones* pelos jornalistas, por outro, os celulares de última geração são indispensáveis

para a audiência na produção de conteúdo e na interatividade com o programa. Essa se utiliza do aplicativo de *WhatsApp* para o envio de mensagens ao programa e participação em seus quadros fixos. Denúncias são feitas, encaminhadas via *WhatsApp* pela audiência, inclusive com o poder de interferência na produção de pautas, impactando diretamente a rotina produtiva do programa. Mas, sobretudo, a audiência contribui com o envio de conteúdo através de imagens e fotos produzidas por *smartphones*. A participação da audiência nesse sentido, eleva a responsabilidade dos jornalistas à outro patamar, quanto à triagem, apuração dos fatos e edição desse conteúdo. A análise mostra que o exercício do jornalismo de proximidade regional, local e hiperlocal, é alavancado muito à partir da demanda provocada por essa audiência, que vem da capital paraibana através das comunidades locais, e também do interior do Estado, além do que, o programa privilegia fatos e notícias de interesse da comunidade paraibana como um todo. Apesar disso, no que diz respeito à identidade cultural em geral e linguagem típicas interioranas, o programa Tambaú da Gente peca por não aprofundar na prática de um jornalismo que revele as várias facetas existentes nas diversas regiões do Estado, se limitando a noticiar apenas fatos de cunho sensacionalista.

Em tempos *on demand*, quando a audiência tem a possibilidade de assistir a programação das TVs de acordo com sua conveniência, inclusive em mobilidade, através da tela de um *smartphone*, os resultados da análise mostram que a RTC, através do Portal T5, atende esse novo comportamento da audiência, pois nele são disponibilizados todos os programas da casa assim que vão ao ar. O público do programa Tambaú da Gente pode optar em assistí-lo quando quiser, e não apenas no seu horário de transmissão ao vivo. Inclusive a estratégia desta pesquisa em observar aspectos do programa que acaso não foram vistos no período de quatro dias de observação, só foi possível através do arquivo diário do programa disponibilizado no Portal T5.

Apesar do curto tempo de observação, a pesquisa registrou que a experiência de redação integrada da RTC gera um certo tensionamento nos jornalistas pelo acúmulo de suas funções perante a qualidade do conteúdo gerado para as várias telas, no conceito de convergência e multimídia. Como o jornalismo está em estado permanente de mudanças, exigindo cada vez mais atribuições desse profissional multitarefas, esse é um aspecto que demanda pesquisas futuras.

Praticar o *mojo* com foco no jornalismo de proximidade nos municípios do Estado com jornalistas se apropriando de *smartphones*, poderia ser uma alternativa para o programa no sentido de enriquecer o conteúdo na cobertura de fatos e notícias nas cidades da Paraíba, inclusive preenchendo a lacuna da falta de uma sucursal da RTC no interior do Estado. De certo

que, nesse caso, a realidade de cada município no sentido de acesso às redes de conexão disponíveis deve ser observada, assim como todo um modelo de negócios voltado para tal.

Na era do jornalismo pós-industrial, com o surgimento da *internet*, das redes sociais, da potencialidade de expansão da mobilidade através de um *smartphone* e do acesso às redes de transmissão de dados e tecnologias de terceira, quarta e, muito em breve, de quinta geração, o profissional de jornalismo tem a seu dispor ferramentas até então inimagináveis em tempos de tecnologia analógica para a prática do jornalismo móvel. Nessa medida, é preciso repensar as estratégias dos jornalistas no sentido de se apropriar das inovações tecnológicas móveis inclusive para a ampliação do exercício do jornalismo de proximidade nas cidades interioranas, muitas vezes desprestigiadas no processo de construção de notícias do telejornalismo regional.

A utilização de um *smartphone* na construção de notícias em produtos jornalísticos para a TV é algo inovador, e vem sendo testada por várias empresas de comunicação nesse momento de transformação pelo qual passa o jornalismo. Por se tratar de um processo da inovação tecnológica, requer dos profissionais da área a sua utilização em forma de experimentos, através de tentativas de novos formatos e linguagens. A pesquisa em questão necessita de novas investidas, tendo em vista o curto tempo em que foi realizada, e por ser esse um processo de construção e, portanto, contínuo.

Nesse sentido, se faz necessária uma dedicação dos estudiosos da área em pesquisas futuras. Os questionamentos apresentados nesse trabalho podem servir de estímulo para novos estudos de forma a contribuir para a quebra de paradigmas no fazer jornalístico, visando o investimento e, portanto, o avanço da prática do jornalismo de proximidade no telejornalismo na Paraíba com a apropriação de tecnologias móveis digitais.

REFERÊNCIAS

- ACS de Castro, 2014: **Jornalismo e Inovação Digital: *The New York Times* e *The First Look***. Disponível em: <http://www2.faac.unesp.br/ojs/index.php/leiturasdojornalismo/article/view/29>. Acesso em: 19 julho 2017.
- ALVES, Kellyanne Carvalho; BECKER V.; Gambaro, D.; Souza Filho, G.L. **O impacto das mídias digitais na televisão brasileira: queda da audiência e aumento do faturamento**. Junho de 2015. Disponível em: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852015000200003&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 24 maio 2017. Acesso em: 20 Ago 2017.
- AMARAL, V. **A proximidade de uma imprensa regional à ideia de cidadania ativa**. In CORREIA, João Carlos (Org.). **Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades**. Portugal, Covilhã, UBI, Ágora, LabCom, Livros LabCom, p. 1-16, 2011. Disponível em: <http://repositorio.asc.es/bitstream/123456789/1700/1/Livro%20C3%81gora%20%20Jornalismo%20de%20Proximidade%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20REGIONAL.pdf>. Acesso em 11 julho 2018.
- ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Jornalismo Pós-industrial**. In **Revista de jornalismo ESPM. Edição brasileira Columbia Journalism Review Ano 2, número 5, Abril/Maio/Junho**: São Paulo: ESPM, 2013. Disponível em: http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_5/files/assets/common/downloads/REVISTA_5.pdf. Acesso em 18 Ago. 2017.
- ASSIS, Francisco de (Org.). **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.
- AZEVEDO, F. F. C.; CAJAZEIRA, P. E. S. L. O jornalismo televisivo nas redes sociais: as relações comunicacionais entre o mito e o fã. **Sur le Journalisme**, v. 4, p. 116-133, 2015. Disponível em: <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/229>. Acesso 5 Set. 2017.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BECKER, V. **Análise da queda da audiência do Jornal Nacional e os impactos no telejornalismo**. Disponível em: http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/3348. Acesso em: 30 maio 2017.
- BECKER, V.; GAMBARO, D. **Audiência televisiva em queda: mudanças no jornalismo e na programação da TV aberta**. Conexão (UCS), v. 15, p. 59-80, 2016. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/4139>. Acesso em: 02 jun 2017.
- CAJAZEIRA, P. E. S. L.; CAJAZEIRA, Paulo. **A audiência convergida do telejornal nas Redes Sociais**, Livros Labcom Books 2014. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cajazeira-paulo-2014-audiencia-convergida-telejornal.pdf>. Acesso 13 Set. 2017.
- CAMARGO, I. O.; SILVEIRA, S. C.; ROZENDO, S.S. **Desafios e convergências de uma mídia espalhada: Um novo contexto informacional em diferentes ambiências digitais**, 2013. Disponível em:

http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor4/files/2013/08/Camargo_Silveira_Bortoli.pdf. Acesso em: 02 julho 2017.

CAMPONEZ, José Carlos Costa dos Santos. **Jornalismo de Proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional** - Coimbra, Minerva, 2002.

CAMPONEZ, Carlos Costa dos Santos. **Proposta de novos pactos comunicacionais na era do hiperlocal**. In JERÓNIMO, Pedro (Org.). Media e jornalismo de proximidade na era digital. Portugal, Covilhã, Editora LabCom.IFP, 2017. p.11-25. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/201710181743-201710_mediajornalismoproximidade_pjeronimo.pdf. Acesso: 11 de julho de 2018.

CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (orgs.). **Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo**. Covilhã: Livros Labcom Books, 2015. Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20150622-201515_jdm_jcanavilhas.pdf. Acesso em 27 Jul. 2017.

CANNITO, Newton. **Televisão na era digital**, a - interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo, SP: Summus, 2010.

CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (orgs.). **O fim da televisão**. Rio de Janeiro. Confraria do Vento, 2014.

CARVALHO, J. M. de; CARVALHO, A. M. G. de. **Do hiperlocal aos insumos criativos: as mutações do jornalismo na contemporaneidade**. In: BRONOSKY, M. E.; CARVALHO, J. M. de (Orgs.). **Jornalismo e convergência**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

CC de PAIVA, JCS NETO. **Um olhar sobre o jornalismo móvel: a forma e o estilo do reportágio**. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/index.php/ancora/article/view/28300>. Acesso em 12 maio 2017.

CMK Peruzzo. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**. Universidade Metodista de São Paulo, Comunicação e Sociedade, v. 26 nº 43, 2005. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/8637>. Acesso em: 03 jun 2019.

CMK Peruzzo. **Observação participante e pesquisa ação**. In DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. Ed. – 8. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2015.

CORREIA, João Carlos (Org.). **Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades**. Portugal, Covilhã, UBI, Ágora, LabCom, Livros LabCom, 2011. Disponível em: <http://repositorio.asc.es/bitstream/123456789/1700/1/Livro%20%20C3%81gora%20-%20Jornalismo%20de%20Proximidade%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20REGIONAL.pdf>. Acesso em 11 julho 2018.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. O Que o Jornalismo está se Tornando. **Parágrafo**, (S.l.), v. 4, n. 2, p. 06-21, dez. 2016. ISSN 2317-4919. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/478>. Acesso em 19 ago 2017.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. Ed. – 8. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2015.

DUARTE, Jorge. **Entrevista em profundidade**. In Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. Ed. – 8. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2015.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. **Estudo de caso**. In Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. Ed. – 8. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2015.

É, Neveu. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo. Edições Loyola, 2006.

FERNANDES, Mario Luiz; SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da (Orgs.). **Crítérios de noticiabilidade – problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014. Acesso em 26 de maio de 2019.

FINGER, Cristiane. **O telejornal na palma da mão: um estudo sobre a recepção do Jornal Nacional nos dispositivos móveis e portáteis**. In: PORCELLO, Flávio A. C., A. Vizeu, I Coutinho (Orgs.) #Telejornalismo nas ruas e nas telas. Florianópolis Insular, 2013. P.111-128

FREIRE, Eugênio Pacelli Aguiar. **Poadcast na educação brasileira: natureza, potencialidades e implicações de uma tecnologia da comunicação**. 2013. 338 f. Tese (Doutorado em Educação) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/14448>. Acesso em 13 dez 2019.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, Fatos e Interesses** – Ensaios de teoria do jornalismo, Série Jornalismo e Rigor, Florianópolis, Insular, 2009.

GUIMARÃES, E.M. **A cobertura jornalística das olimpíadas 2016: apropriações do Facebook Live pelo SporTV**. Dissertação de Mestrado - Repositório Institucional - Universidade Federal da Paraíba, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/tede/9584/2/arquivototal.pdf>. Acesso em: 23 nov 2019.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1988.

KATZ, Elihu. **The End of Television?** The annals of the American Academy of Political and Social Science, 2008, 625, p.6. Disponível em: <http://ann.sagepub.com/content/625/1/6>>. Acesso em: fev 2019.

JA Barbosa. Convergência profissional: Estudo de caso das transformações no perfil do jornalista. **BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH** - Volume 9 - Número 2 – 2013. Disponível em: C:/Users/Dell/Downloads/583-2329-1-PB%20(5).pdf. Acesso em 29 maio 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Trad. Suzana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo. Editora Aleph, 2014.

JERÓNIMO, Pedro (Org.). **Media e jornalismo de proximidade na era digital**. Portugal, Covilhã, Editora LabCom.IFP, 2017. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/201710181743-201710_mediajornalismoproximidade_pjeronimo.pdf. Acesso: 11 de julho de 2018.

LE MOS, André. **A comunicação das coisas. Teoria ator-rede e cibercultura**. São Paulo: Annablume, 2013.

_____. **Cultura da Mobilidade**. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, núm. 40, dezembro, 2009, pp. 28-35 Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul Porto Alegre, Brasil. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4955/495550196004.pdf>. Acesso em: Março 2018

_____. **Ciberespaço e Tecnologias Móveis: processos de Territorialização e Desterritorialização na Cibercultura**. In Médola, Ana Silvia; Araújo, Denise; Bruno, Fernanda. (orgs), Imagem, Visibilidade e Cultura Midiática, Porto Alegre, Editora Sulina, 2007., pp. 277-293. Disponível em: <https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/territorio.pdf>. Acesso em Maio 2018.

_____. **Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais**. Revista MATRIZES n.1 out. 2007. Disponível em: <https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/Media1AndreLemos.pdf>. Acesso em Março 2018

LIMA, L. S.; MOURA, S. R. **A TV Digital interativa e a reconfiguração do processo de produção de notícias**. Mídia, Tecnologia e Linguagem Jornalística. 1ed. João Pessoa: CCTA, 2014, v. 1, p. 60-74. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/claudiocpaiva/ebook-mdia-tecnologia-e-linguagem-jornalstica-coletivo-ppjufpb>. Acesso em 05 Ago. 2017.

LIMA JÚNIOR, W.T.; **Jornalismo hiperlocal e dispositivos móveis**. In: JERÓNIMO, Pedro (Org.). Media e jornalismo de proximidade na era digital. Portugal, Covilhã, Editora LabCom.IFP, 2017. p.217-232. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/201710181743-201710_mediajornalismoproximidade_pjeronimo.pdf. Acesso: 11 de julho de 2018.

LÓPEZ GARCÍA, Xosé et al. La televisión de proximidad como eje de la oferta audiovisual cercana. El papel de TVG en Galicia. En: adComunica. **Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación**, nº11. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume, 2016. I, 61-73. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2016.11.5>. Acesso em: 26 de agosto de 2019.

MAGNONI, A; MIRANDA. Jornalismo hiperlocal e internet: a comunicação hiperlocal cidadã como possibilidade na arena pública. **Comunicação & Informação**, 2018, 21(3), 166-184. Disponível em <https://doi.org/10.5216/ci.v21i3.52742> <https://www.revistas.ufg.br/ci/article/view/52742/26661>. Acesso em: 03 jun 2019.

MATTOS, Sérgio Augusto Soares. **A revolução digital e os desafios da comunicação**. Cruz das Almas/BA, UFRB, 2013. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/210878266/A-revolucao-digital-e-os-desafios-da-comunicacao-Sergio-Mattos-pdf>. Acesso em 01 jun 2019.

MC dos SANTOS. **Jornalismo, mobilidade e realidade aumentada: notas sobre possibilidades de utilização** In: CANAVILHAS, J; SATUF, I. (Eds.). Jornalismo para dispositivos móveis. Produção, distribuição e consumo. Covilhã: Livros LabCom, p. 103 – 126, 2015. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150622-201515_jdm_jcanavilhas.pdf. Acesso em 19 nov 2019.

MILLER, Toby. **A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era**. In: FREIRE FILHO, João (ed.). A TV em transição. Tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <https://media.tobymiller.org/images/espanol/A%20TV%20em%20trans%20NOTAS%20AJUSTADAS.pdf>. Acesso em 26 jan 2019.

MOURA, S. R.; BADARAU, M. I. **Dispositivos móveis: estudo de caso e as convergências da produção jornalística no Jornal da Paraíba**. Jornalismo em ambientes multiplataforma. 1ed. João Pessoa: ccta, 2016, p. 247-259. Disponível em: <http://www.bibliotekevirtual.org/index.php/2013-02-07-03-02-35/livro/2017-livros/978-85-67818-68-1/20722-dispositivos-moveis-estudo-de-caso-e-as-convergencias-da-producao-jornalistica-no-jornal-da-paraiba.html>. Acesso em 28 jul 2019.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). **O jornal da forma ao sentido**. Universidade de Brasília, 3a edição revista e ampliada, 2012.

PAIVA, C. C.; SANTOS, R.N; NETO, J. **Um olhar sobre o jornalismo móvel**. Âncora, v. 3, p. 81-99, 2016. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora/article/view/28300/15156>. Acesso em 03 Set. 2017.

PALACIOS, M.; BARBOSA, S.; SILVA, F.; e da CUNHA, R: **Jornalismo móvel e inovações induzidas por affordances em narrativas para aplicativos em tablets e smartphones**. In: CANAVILHAS, J; SATUF, I. (Eds.). Jornalismo para dispositivos móveis. Produção, distribuição e consumo. Covilhã: Livros LabCom, 2015. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150622-201515_jdm_jcanavilhas.pdf. Acesso em 26 nov 2019.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PORCELLO, Flávio A. C., A. Vizeu, I Coutinho (Orgs.) **#Telejornalismo nas ruas e nas telas**. Florianópolis Insular, 2013.

PRIMO, Alex (Org.). **Interações em Rede**. Porto alegre: Sulina, 2013. RECUERO, Raquel. **A conversação em rede** – comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia** - Petrópolis, RJ: Vozes 2009. – (Coleção Clássicos da Comunicação Social).

RSS, ALVES O que o *Washington Post* pode ensinar para as empresas de mídia. Disponível em: <https://medium.youpix.com.br/o-que-o-the-washington-post-pode-ensinar-%C3%A0s-empresas-de-m%C3%ADdia-d70adbf9c63b>. Acesso em: 03 jul. 2017.

SALAVERRÍA, R.; GARCÍA AVILÉS, J.A.; MASIP, P. (2007). **Convergencia Periodística. Propuesta de definición teórica y operativa**. Documento de trabajo original e inédito elaborado para el proyecto “Convergencia digital en los medios de comunicación” (SEJ2006-14828-C06).

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. Periodismo Integrado. **Convergencia de Medios y Reorganización de Redacciones**. Editorial Sol90, Barcelona, 2008.

SALAVERRÍA, Ramón.; Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación. 2 Mediterránea de Comunicación/**Mediterranean Journal of Communication**, 8(1), 19-32, 2016.

SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo. Paullus, 2007.

SATUF, Ivan. **Jornalismo móvel: da prática à investigação acadêmica**. In: CANAVILHAS, J; SATUF, I. (Eds.). Jornalismo para dispositivos móveis. Produção, distribuição e consumo. Covilhã: Livros LabCom, 2015. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150622-201515_jdm_jcanavilhas.pdf. Acesso em 19 nov 2019.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade o mundo conectado**. Rio de Janeiro. Zahar, 2011.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo Móvel Digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo** - Tese de Doutorado - Repositório Institucional - Universidade Federal da Bahia, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/13011>. Acesso em: 23 out 2017.

SILVA, Luiz Custódio da. **Desafios e caminhos possíveis para uma nova concepção de imprensa do interior**. Chapecó; Argos, 2013.

SIQUEIRA, Fabiana. Dispositivos móveis no telejornalismo: as mudanças no papel do repórter no Bom Dia Paraíba - Universidade Federal da Paraíba - João Pessoa - **Revista Âncora** . Ano 5, Vol.5, n.1, Jan./Jun, 2018, p. 60 a 79. Disponível em: <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ancora/article/view/42044>. Acesso em: 19 jan 2019.

VICENTE, Maximiliano Martin. **Meios de Comunicação e Cidadania**. São Paulo.Editora Cultura Acadêmica, 2010.

VIZEU, Alfredo. **Jornalismo e Paulo Freire: O conhecimento do desvelamento**. Encontro anual da Compós - Universidade Federal do Pará, 2014.

VWS Darde - **A estrutura do discurso jornalístico e sua contribuição para a construção social da realidade** - Convent Internacional 13 set / dez 2013 - CEMOrOc-Feusp / IJI - Univ. do Porto / FIAMFAAM – Comunicação Social – Disponível em: <http://www.hottopos.com/convenit13/05-16Vicente.pdf> - Acesso em: 10 jul 2018

W.C. DA FONSECA JÚNIOR. **Análise de conteúdo**. In DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. Ed. – 8. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2015.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: Porque as Notícias São Como São. Florianópolis: Insular, 2004.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Roteiro de entrevistas semi-estruturada para a equipe de produção do Programa Tambaú da Gente.

1. - Qual sua formação e qual a sua função no programa?
2. - A redação integrada é uma realidade na TV Tambaú e no processo de produção de notícias?
3. - Em que medida o uso de um *smartphone* contribui para a produção de conteúdo?
4. - O programa faz matérias ao vivo se utilizando o sistema *Live Streaming* disponíveis nos aplicativos do *Facebook* e do *Instagram*?
5. - Como a audiência participa do programa com contribuições de conteúdos? -
6. Qual a relevância do programa nas comunidades e cidades do interior?
- 7 - O programa produz conteúdo diferente do exibido na televisão para distribuição em outras plataformas como *Facebook*, *Instagram* e Portal T5?
- 8 - Quais as atribuições do repórter do programa em campo em termos de trabalho multiplataforma?
- 9 - A pauta é pensada para diversas plataformas ou vislumbra apenas a matéria para o programa?
- 10 - O jornalista multitarefa é uma realidade nas empresas. Como você analisa o seu trabalho neste modelo em termos de vantagens e desvantagens?

APÊNDICE B - Roteiro de entrevistas semi-estruturada para editores e apresentadora do programa Tambaú da Gente

- 1 - Como o programa Tambaú da Gente atua?
- 2 - O programa se utiliza dos recursos do *smartphone* na produção jornalística e como se dá esse uso?
3. Como a audiência participa do programa com contribuições de conteúdos?
- 4 - A pauta é pensada para diversas plataformas ou vislumbra apenas a matéria para o programa?
- 5 - O repórter tem liberdade e autonomia de fazer uma matéria usando o *streaming live* caso se depare com um fato urgente, tendo o aval prévio do editor?
- 6 - Como a audiência se comporta nesses casos? Há uma interação *on line*?
- 7 - Em que medida a participação da audiência no programa via redes sociais interfere ou contribui na produção das pautas?
- 8 - O Portal T5 é um dos mais acessados na Paraíba. Qual a importância dele no ecossistema midiático do programa?
- 9 - Como ocorre a interação entre a audiência com o programa através do Portal T5 e o Programa Tambaú da Gente?
- 10 -Além de João Pessoa, como ocorre o trabalho da TV Tambaú da Gente para as cidades do interior?