

**Faculdade Canção Nova**

Mariana Aparecida Almeida Figueira

**Telejornais: O novo formato de ver e participar – Uma reportagem multimídia  
sobre o comportamento dos telespectadores e emissoras regionais**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como exigência parcial para  
Colação de Grau do Curso de Jornalismo,  
Bacharelado, da Faculdade Canção Nova  
sob orientação da Profa. Me. Ioná Marina  
Moreira Piva Rangel

**Cachoeira Paulista**

**2023**

MARIANA APARECIDA ALMEIDA FIGUEIRA

**TELEJORNALIS: O NOVO FORMATO DE VER E PARTICIPAR**

**– Uma reportagem multimídia sobre o comportamento dos telespectadores e emissoras regionais**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para Colação de Grau do Curso de Jornalismo, Bacharelado, da Faculdade Canção Nova sob orientação da Profa. Me. Ioná Marina Moreira Piva Rangel

\_\_\_\_\_ em: 06 de dezembro de 2023

Grau: \_\_\_\_\_

Banca Examinadora:

---

Prof.<sup>a</sup> Me. Ioná Marina Moreira Piva Rangel - Orientadora  
Faculdade Canção Nova

---

Prof.<sup>a</sup> Esp. Denise Claro  
Faculdade Canção Nova

---

Prof. Esp. Mario Cypriano Sampaio Pinto Junior  
Faculdade Canção Nova

Cachoeira Paulista

2023

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, meus agradecimentos aos meus pais, Marli Aparecida Almeida Teixeira Figueira e Claudio Max Teixeira Figueira e ao meu irmão, por todo o apoio desde o primeiro dia de aula na faculdade, me dando forças para enfrentar todo processo e superar os desafios durante os 4 anos de formação acadêmica. Nunca me deixaram desistir nessa jornada.

Agradeço aos meus colegas de classe por todos os momentos que passamos e por não desistirem de se tornar grandes jornalistas. Não foi fácil, fomos a turma da pandemia do Covid-19, mas apesar de tudo, nos mantivemos unidos e compartilhamos bons momentos juntos de muita risada, alegria e principalmente de ensinamentos, aprendi um pouquinho com cada um de vocês nesses últimos anos. Guardarei todos para sempre no meu coração e terei muita alegria de prestigiá-los como bons profissionais.

Grata por cada funcionário da faculdade que me auxiliou quando precisei, especialmente para a bibliotecária, Carla Cristina, que me deu todo o suporte para o desenvolvimento do meu projeto, que além de tudo, se tornou minha amiga. Agradeço também por cada professor que tive a oportunidade e o privilégio de aprender com seus ensinamentos durante o curso.

Meus sinceros agradecimentos aos meus entrevistados que se dispuseram um pouco de suas vidas para colaborar com esse projeto, à minha orientadora, Ioná Piva Rangel por toda atenção, carinho e dedicação durante 5 meses de produção e a banca avaliadora que aceitou o meu convite para estar presente na apresentação do TCC.

Em suma, devo me auto agradecer por ter aguentado firme, de cabeça erguida durante esses anos de muito estudo, dedicação, angústias, desafios, estresse e superação. Feliz por ter conquistado o meu diploma e poder exercer minha profissão de jornalista!

“A ética não é uma condição ocasional, mas deve sempre acompanhar o jornalismo como o zumbido de uma mosca”.

*Gabriel García Márquez*

## RESUMO

O presente trabalho tem como intuito realizar uma grande reportagem em formato Longform com o tema *Telejornais: O novo formato de ver e participar - Uma reportagem multimídia sobre o comportamento dos telespectadores e emissoras regionais*, baseando-se nos conceitos do jornalismo colaborativo, deste modo, compreendendo a evolução dos telejornais regionais. A *longform* como ferramenta para desenvolver o estudo através dos recursos multimídia, concedeu um aprofundamento extenso e diverso sobre os conteúdos de preferência, interação digital, a influência das redes sociais no cotidiano e audiência nas emissoras regionais, para assim, estimular uma reflexão na maneira que se obtém informação nos dias atuais. Um dos métodos utilizados para o desenvolvimento deste projeto se deu através de uma pesquisa exploratória e reflexiva com livros, artigos científicos e dados precisos. Também foram realizadas entrevistas com especialistas, personagens e emissoras regionais para coletar informações, dados e visão para a construção do conteúdo proposto deste estudo. Dentre os autores usados como embasamento do Projeto, estão: Bazi (2001), Becker (2016), Tourinho (2009), Vizeu (2014). Os resultados mostram que a tecnologia presente nas emissoras e no cotidiano dos receptores, intensificam a interação e a participação nos telejornais regionais.

**Palavras chaves:** interação digital, jornalismo colaborativo, longform, telespectadores

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	07
1. OBJETIVOS	10
1.1 Objetivo Geral	10
1.2 Objetivos Específicos	10
2. JUSTIFICATIVA	11
3. REFERENCIAL TEÓRICO	12
3.1 A Televisão e Telejornalismo no Brasil	12
3.2 O Telejornalismo Regional	14
3.3 A Colaboração do Cidadão na Produção de Notícias	16
3.4 As Emissoras de Televisão Regional do Vale do Paraíba-SP	20
3.5 Reportagem multimídia - Formato Longform	23
4. DESCRIÇÃO DO PRODUTO	25
5. DESCRIÇÃO DO PROCESSO DE CRIAÇÃO	26
6. SINOPSE	31
7. ORÇAMENTO	32
8. PÚBLICO-ALVO	33
9. VIABILIDADE DE PUBLICAÇÃO OU EXIBIÇÃO	34
CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
REFERÊNCIAS	37
APÊNDICES	41

## INTRODUÇÃO

Atualmente, não é necessário obter informações apenas através da televisão em um único jornal, horário e consumir só o que este meio oferece. A tecnologia possibilitou que as pessoas pudessem se informar e consumir conteúdos que por outros meios de comunicação: os smartphones, tablets e notebooks. Qualquer pessoa em qualquer hora e lugar possui a capacidade de se conectar com o conteúdo em que deseja, seja notícia, novelas, filmes, podcasts, programas de entretenimento, tudo em apenas um click. “Apesar da evolução ao meio televisivo, surgiram novos meios de interação com o público: as plataformas digitais. O processo digital, de tempo real, de comunicação online estabelece novos parâmetros sociais. Tudo muda”. (FILHO, 200, p.37).

Entretanto, a partir dessa possibilidade, resultou que a população pudesse produzir e disseminar informações que deseja assistir, especialmente nos telejornais regionais. Com o avanço da tecnologia e o surgimento das redes sociais e dessas plataformas digitais, os cidadãos tornaram-se fontes ativas e importantes colaboradores na produção de notícias, surgindo o jornalismo colaborativo. Esse estilo de jornalismo ganhou força na década de 90, nos Estados Unidos (EUA), e passou a se intensificar com a chegada da internet e dos aparelhos eletrônicos, permitindo que cidadãos e jornalistas tivessem um maior contato simultaneamente por vídeos, fotos, áudios e textos.

Partindo desse pressuposto, os telejornais regionais brasileiros, especificamente do Vale do Paraíba-SP, aderiram também ao jornalismo colaborativo para a produção de notícias, por meio das redes sociais, sendo elas: Instagram, WhatsApp, Facebook, Email e aplicativos próprios da emissora para essa inserção do público.

Essa interação, estratégias e a busca imersiva por participação dos telespectadores resulta em uma programação mais dinâmica para a população, pois as informações transmitidas são de interesse local, assuntos e eventos que interferem no cotidiano dessas pessoas. Utilizar o público e as redes sociais como ferramenta na produção de notícias, é além de apenas entreter, mas atender as demandas locais, é ouvir as sugestões, denúncias e comentários sobre algum fato reportado.

Desse modo, ao analisar as mudanças em se obter notícias e conteúdos nos dias atuais e o comportamento dos telespectadores e emissoras regionais, foi notório compreender essa metamorfose mediática na comunicação que possibilitou a partir da ascensão das redes sociais e plataformas digitais, a maneira que o telejornal contemporâneo desafia as formas tradicionais e abre novas possibilidades de transmitir informação para os telespectadores.

Portanto, o intuito deste estudo foi produzir uma grande reportagem em formato *Longform* utilizando os recursos multimídia. Essa grande reportagem, dividida em quatro capítulos, com gênero interpretativo junto a elementos interativos, tem como finalidade fazer com que o leitor se aprofunde nos fatos históricos, dados estatísticos e depoimentos proporcionados por uma linguagem clara, simples e dinâmica. A ideia é registrar para esse público as transformações que ele enfrenta e que, muitas vezes, nem se dá conta, de tamanha normalidade em sua rotina.

O primeiro capítulo da reportagem trata-se de uma contextualização da televisão e o telejornalismo no Brasil, desde seu surgimento e os avanços posteriores das transformações ao longo das décadas; o segundo abordando acerca das mudanças por preferências de conteúdo através das redes sociais e as plataformas digitais; o terceiro inserindo o jornalismo colaborativo e o último a análise dos comportamentos dos telespectadores e emissoras regionais.

A metodologia utilizada para a construção desse projeto é uma pesquisa exploratória e explicativa: exploratória, pois envolve um levantamento bibliográfico sobre o tema, entrevistas e uma análise das emissoras regionais. E, explicativa, devido a uma visão aprofundada e detalhada sobre o comportamento dos telespectadores.

As pesquisas realizadas foram aderidas através de livros e artigos científicos, além das entrevistas realizadas que enriqueceram para um melhor entendimento do tema. Dentre os autores utilizados para a elaboração do produto, são: Cajazeira (2013), Silva (2019), Longhi (2015), Kneipp (2021), Tourinho (2009), Prado (2005), Squirra (2004), Peruzzo (2005), Bazi (2001) e Fernandes (2015) alguns dos autores que contribuíram como base da construção teórica.

Portanto, o presente trabalho de uma grande reportagem em formato *longform*, mergulha a fundo nas complexidades desse novo cenário atual nos telejornais para analisar e compreender as mudanças e inovações na era da



interatividade, permitindo assim, uma visão abrangente e intrigante na forma em se ver e participar nos telejornais.

## 1. OBJETIVOS

### 1.1 Objetivo Geral

Produzir uma grande reportagem multimídia em formato *longform* sobre o comportamento dos telespectadores e emissoras nos telejornais regionais para compreender seu impacto e relevância na construção de notícias.

### 1.2 Objetivos Específicos

- Praticar os conceitos jornalísticos na realização de pautas, entrevistas, escrita de textos, gravação de vídeos e áudios;
- Identificar as principais formas de participação do público utilizadas nas emissoras regionais no Vale do Paraíba e analisar as motivações dos telespectadores ao participarem;
- Abordar sobre jornalismo colaborativo;
- Entrevistar especialistas, emissoras e personagens.

## 2. JUSTIFICATIVA

Ao analisar a constante evolução da tecnologia na comunicação, percebe-se que se ocasionou uma variação na forma com que se consome notícias nos dias atuais e como está moldando o comportamento do público, especialmente nos telejornais regionais. O tema proposto para essa grande reportagem em formato *longform*, *Telejornais: O novo formato de ver e participar - Uma reportagem multimídia sobre o comportamento dos telespectadores e emissoras regionais*, parte do pressuposto que esta evolução de “ver e participar” de uma programação jornalística está além consumir notícia, trata-se de uma própria evolução nos veículos de comunicação com o telespectador.

É interessante a forma com que o público consegue consumir o que ele deseja na televisão, ainda mais em telejornais regionais, poder ter a possibilidade de assistir uma programação voltada para si, com seus interesses e necessidades locais. Além desse aspecto, ressalta-se a participação, essa interação que as emissoras de televisão de caráter regional estimulam para construção de uma notícia através das redes sociais e plataformas digitais.

Partindo de várias pesquisas realizadas para a construção deste produto, esta grande reportagem multimídia dispõe-se a compartilhar uma visão mais adentra sobre essa participação dos cidadãos comuns na sociedade dentro do jornalismo, utilizando especialistas, personagens, emissoras que possuem autoridade para explicar e fazer com que o leitor compreenda de maneira simples, clara e dinâmica, e conseqüentemente, resultando em uma reflexão na forma que são inseridos, entretidos e como colaboradores nos telejornais regionais. Contudo, justifica-se apresentar e oferecer uma compreensão aprofundada com destaques para uma relevância no âmbito jornalístico, social e acadêmico.

### 3. REFERENCIAL TEÓRICO

#### 3.1 A Televisão e Telejornalismo no Brasil

Há 73 anos, em 18 de setembro de 1950, ocorreu um fato relevante na história da comunicação brasileira: o surgimento da televisão e do telejornalismo. Antes do surgimento da televisão no país como o meio de comunicação que se conhece hoje, existiram outras formas de se obter informações. Quando a televisão chega, o rádio era o principal veículo de comunicação em massa entre 1930 e o início da década de 1960, com grande alcance e imediatismo presente no dia a dia da população:

O radiojornalismo e o telejornalismo, embora sejam atividades jornalísticas que obedecem às regras gerais de produção de notícia e de distorção dos fatos, além disso, aspectos adicionais que os tornam, enquanto atividades noticiosas, formas que reforçam características, como superficialização da transmissão dos fatos, reforço ao esquecimento e recepção acrítica (FILHO, 1989, p.51).

A televisão foi uma das maiores evoluções na comunicação, desde de seu surgimento, revolucionando a forma em como as pessoas se informam, se comunicam e se divertem:

A televisão, um dos mais processos de comunicação que surgiram para ajudar o homem no conhecimento do mundo e para seu entretenimento, utiliza muitos princípios e técnicas dos meios de comunicação já existentes no momento de seu nascimento (SQUIRRA, 2004, p.19).

Enfatizando o contexto histórico e sua importância à sociedade, para Prado (2005, p.11):

A televisão, atualmente uma das principais companhias do ser humano, é fruto de pesquisas que começaram no princípio do século XIX, e não recentemente, como se poderia imaginar. Há muito tempo sonhava-se com um aparelho que transportasse som e imagem a longas distâncias (PRADO, 2005, p.11).

Com o aparelho ocupando espaço nos lares brasileiros, começaram a surgir as emissoras de televisão. A primeira foi a TV Tupi, difusora de São Paulo, fundada em 1950, pelo jornalista e empresário Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello. A emissora foi uma pioneira tanto no Brasil quanto na América do Sul:

O Brasil foi um dos primeiros países a apostar na inovação. Em fevereiro de 1949 o empresário Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, dono dos Diários Associados, cadeia nacional de jornais e emissoras de rádio, resolveu ter uma tv. Seria a quinta rede do mundo, embora na época se falasse na quarta pois a existente na União Soviética era incipiente. Assis Chateaubriand, um homem de negócios, via no veículo que surgia mais uma fonte de lucro e também de ampliação de seu poder. Por isso optou pela rede americana como base para compra e aprendizagem. Adquiriu, por 5 milhões de dólares, mais de trinta toneladas de equipamentos junto à RCA Victor, associada da NBC. No dia 18 de setembro de 1950, entrava no ar a PRF- 3, canal. (PRADO, 2005, p.13).

Surgiu assim, o primeiro programa de telejornalismo no país, as *'Imagens do Dia'*. “Era curioso: este programa não tinha horário fixo. Podia começar às nove e meia da noite ou meia hora depois, dependendo da instabilidade da programação e dos problemas de operação” (TOURINHO, 2009, p.57).

A partir dos anos 60, consolidaram-se no país outras emissoras além da TV Tupi, como a TV Globo, TV Record, TV Cultura e TV Bandeirantes. A TV Globo foi a primeira delas, surgiu no dia 26 de abril de 1965, no Rio de Janeiro. Assim como a TV Tupi, no dia que a emissora foi estreada, nascia junto o telejornal, mas a TV Globo só passou a servir como modelo de telejornal para outras emissoras a partir da década de 70:

A partir do começo da década de 70, os telejornais da Globo passaram a servir de modelo para todas as demais emissoras, num reconhecimento da eficiência da nova forma. Assim surgiu o telejornalismo para valer no Brasil. Até então, com brilhantes profissionais é verdade, fazia-se programa de rádio com imagens. Com o sucesso da Rede Globo, no início da década de 70, ficou claro que o telejornalismo sofreria grandes alterações no Brasil. Por isso cresceu a necessidade de as empresas adquirirem equipamentos cada vez mais modernos, além de aumentar o número de profissionais especializados. E com isso se modificou a metodologia de fazer televisão. (PRADO, 2005, p.19).

Evidenciando o contexto, para Bacellar e Bistane (2010, p.108), “Nos anos 70, as redes se consolidaram e o jornalismo passou a ocupar mais espaço nas programações televisivas, com o telejornais na hora do almoço e fim da noite”.

O telejornalismo no Brasil foi um marco transformador na vida do público desde seu surgimento até os dias atuais. É a principal fonte de informação para a maioria das pessoas, mesmo na era da tecnologia. Uma ferramenta essencial para a população obter conhecimento dos principais acontecimentos da sua região, país ou até mesmo internacionalmente, mas além de informar, também é fundamental para formação de opinião pública, de entretenimento, construção de identidade

nacional, de fato é um meio de comunicação que tem grande alcance e impacto na sociedade brasileira:

[...] os telejornais oferecem uma forma familiar de entender o mundo e contam a história cotidiana por meio de uma tessitura singular de imagens e palavras e da combinação de outros códigos audiovisuais, um espécie de linguagem universal que mistura informação e desinformação, já reconhecida pelas audiências, as quais ainda encontram na TV um ponto de referência no ambiente midiático e na vida social (SILVERSTONE, 1994, BECKER, 2005, p. 14).

Ressaltando acerca do telejornal, para Vizeu (2014, p.6) a imagem transmitida é fundamental da vida das pessoas, na sociedade em si:

Como podemos ver, os telejornais têm um espaço significativo na vida das pessoas. Os noticiários televisivos ocupam um papel relevante na imagem que elas constroem da realidade. Acreditamos que buscar entender como eles são construídos, contribui para o aperfeiçoamento democrático da sociedade (VIZEU, 2014, p.6).

Filho (2000, p.84), em relação às imagens nos telejornais, a finalidade é transmitir informações por meio de imagens que atraem os telespectadores:

A substituição da verdade pela emoção. O telejornal tem de provocar emoções, sensibilizar os telespectadores: as cenas filmadas devem transmitir a dor, a desolação, a tristeza; mas também imagens de trabalho, solidariedade, luta, nada é proibido. Por isso, o noticiário é constituído de imagens "interessantes", imagens que atraem, prendem, seguram o telespectador seja pela dor, seja pela esperança. Não é qualquer imagem que é possível no telejornal (FILHO, 2000, p.84).

A forma que a informação é transmitida ao telespectador é fundamental. A escolha da linguagem, imagens, apresentação visual e objetividade são aspectos cruciais para assegurar a qualidade e a credibilidade das informações fornecidas aos telespectadores.

### 3.2 O Telejornalismo Regional

O telejornalismo regional, produzido por emissoras de televisão locais e regionais, desenvolve um papel fundamental na promoção do envolvimento cívico, ao informar a população sobre as notícias e acontecimentos relevantes que ocorrem em sua região. Questões do dia a dia, o cotidiano, fatos que afetam diretamente a

vida da população local, de interesse e de importância. “Os acontecimentos principais do dia, por si só, impõe sua escolha, pela importância das informações neles contidas” (TEODORO, 1980, p.61).

É fato que se informar por um telejornal de sua cidade ou região, há um diferencial. Além de poder obter informações acerca dos acontecimentos de localidade, o telespectador se torna mais próximo, se sente mais ouvido:

O telejornalismo regional é uma área pouco conhecida pelos brasileiros. É nele que as notícias sobre o dia a dia da população são apresentadas, tornando a informação mais próxima de quem assiste e preservando a identidade do local e da comunidade. Neste contexto, o público tem a oportunidade de ver sua rotina na TV e de conseguir, talvez, uma possível explicação para suas indagações ou se sentir mais próximo de seus direitos. (FERNANDES, 2015, p. 21).

Bazi (2001, p.16) cita que a televisão transmite seu sinal a uma determinada região geográfica, tendo sua programação voltada para essa região específica. “Consideramos televisão regional aquela que transmite seu sinal a uma determinada região e que tenha sua programação voltada para ela mesma.”

Enfatizando a ideia de serem geograficamente instaladas, segundo Squirra (2004, p.44), “As redes regionais são centrais de televisão geograficamente organizadas, sempre dependentes da programação de uma rede nacional. Essas redes mantêm uma emissora-líder para produção de programação regional, sobretudo jornalismo.”

O diferencial de um telejornal local ou regional é a sua capacidade de poder disseminar informações que são de necessidades e interesses específicos de uma determinada comunidade ou região, mantendo assim uma coesão social e engajamento cívico:

Pressupõe-se que o jornalismo local seja aquele que retrate a realidade regional ou local, trabalhando, portanto, a informação de proximidade. O meio de comunicação local tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais etc. (PERUZZO, 2005, p.77).

Em relação à proximidade dos cidadãos no Jornalismo local, é notório que os telejornais regionais estão cada vez mais conquistando espaço, investindo em suas produções e públicos regionalizados, se aproximando do receptor. Becker (2016, p.14) afirma que as emissoras promovem diferentes estratégias para que haja a participação do público em seu Jornalismo:

[...] as emissoras de televisão ainda exploram novas formas de interação com o público, ampliando as entradas ao vivo, investindo em formatos de conversações mais flexíveis entre âncoras, repórteres e audiências e numa linhagem cada vez mais coloquial, combinando informação com entretenimento; incrementando suas relações com as redes sociais, oferecendo possibilidade de realização de comentários, compartilhamento de mensagens e consulta de vídeos; selecionando pautas e reportagens de acordo com o interesse dos cidadãos; e, especialmente, abrindo espaços para a participação das audiências colaboradoras nos noticiários televisivos (BECKER, 2016, p.14).

Inserir os telespectadores nos telejornais é uma forma de promover o diálogo e a interação entre os integrantes da comunidade e os jornalistas, levando a discussões construtivas e à busca de soluções para desafios locais. A inclusão do público demonstra que os telejornais valorizam a opinião e os conhecimentos da comunidade. Além disso, o cidadão pode surgir pautas que retratam suas necessidades, seus interesses, ajudando a diversificar a cobertura jornalística local ou regional:

A relação entre jornalistas e telespectadores é significativa para a população de telejornais de qualidade, uma vez que há uma interação comprometida com a cidadania. Além disso, a participação da população no que se refere à sugestão de pautas é de grande valia e interesse de todos, sobretudo por parte dos veículos de comunicação, pois é através delas que é possível apresentar problemas do cotidiano, cobrando, desta forma, soluções imediatas e que, na maioria das vezes, envolvem o poder público (FERNANDES, 2015, p.24).

Portanto, justifica-se que a participação do público pode ocorrer de várias maneiras e trazer benefícios tanto para os telespectadores quanto para as emissoras de televisão regionais. É uma via de mão dupla que beneficia tanto os jornalistas e os veículos de comunicação, quanto a comunidade local.

### 3.3 A Colaboração do Cidadão na Produção de Notícias

O avanço da internet possibilitou aos veículos de comunicação a obterem novos meios de interação entre jornalistas e telespectadores, permitindo maior participação e engajamento. De acordo com Marini (2008, p.22) “a partir dos anos de 1990, a globalização transformou a face das cidades, impõe novas necessidades, mudou a vida das pessoas e criou redes”.



Evidenciando esse contexto na era das redes, para Bacellar e Bistane (2010, p.113):

Depois de conectar o mundo em rede, a internet se aproximou da televisão. Computadores com placa de vídeo já podem exibir programas, novelas, telejornais. O celular vai pelo mesmo caminho. Envia fotos, textos e, em alguns países, a pequena tela exibe notícias e imagens em movimento. É na tal convergência das mídias (BACELLAR e BISTANE, 2010, p.113).

De fato, os telejornais na era tecnológica têm obtido ferramentas que proporcionam mais agilidade na cobertura de notícias e uma visibilidade maior em um âmbito de mídia altamente competitivo e em constante evolução:

Nestes tempos da Sociedade de Rede, em que a tecnologia dá os braços à informação, o telejornal se reorganiza e revê métodos diariamente. Ganha uma série de ferramentas que vai garantindo mais agilidade, contato com múltiplas fontes e possibilidades de ser visto por mais espectadores, ainda que não sejam telespectadores (TOURINHO, 2005, p.134).

Ainda acerca da evolução da comunicação no telejornalismo, “Entendemos que, na evolução da internet, e nas inovações que ela já está e irá proporcionar, teremos respostas úteis e diversas pistas para o entendimento do futuro modelo do telejornalismo” (TOURINHO, 2009, p.139).

As plataformas digitais permitiram que os telejornais adotassem um monitoramento de feedback do público em tempo real, ajustando suas narrativas conforme necessário para uma maior interação social. “Apesar da evolução ao meio televisivo, surgiram novos meios de interação com o público: as plataformas digitais. O processo digital, de tempo real, de comunicação online estabelece novos parâmetros sociais. Tudo muda “ (FILHO, 2000, p.37).

O “Jornalismo participativo”, “Jornalismo colaborativo”, ou o “Jornalismo cidadão”, apesar de possuir denominação diferente, todos operam efetivamente na produção, construção e transmissão da informação, impulsionada principalmente pela popularização das redes sociais e das plataformas digitais. Segundo Abreu (2002, p.45), é uma forma dos jornalistas darem espaço e ouvidos para as necessidades da vida cotidiana dos telespectadores, que acima de tudo, cidadãos:

Esse tipo de jornalismo atribui aos profissionais da mídia a tarefa de ajudar os eleitores, ouvintes ou telespectadores de enfrentar as dificuldades da vida cotidiana, dar as respostas às expectativas da população em relação à sua região, à sua cidade ou ao seu bairro, através do estímulo à cultura cívica (ABREU, 2002, p.45).

Evidenciando esse conceito, para Aroso (2013, p.3) “apesar das múltiplas formas de participação nos media, só se deve falar em jornalismo participativo quando existem efetivamente jornalistas e os cidadãos participam efetivamente na produção, construção e transmissão da informação.”

De acordo com Amorim (2010, p.6) apesar do cidadão produzir materiais, não é uma pessoa fazendo Jornalismo, mas sim cooperando com a construção de notícias:

Utilizar a expressão Jornalismo Cidadão para designar a participação nos noticiários de TV, pode remeter a um entendimento errôneo do que ocorre na prática. Não se trata, por exemplo, do cidadão fazendo jornalismo, como pode sugerir a nomenclatura “jornalismo cidadão”, mas sim de pessoas leigas que, por meio do envio de insumos, sobretudo imagens de interesse jornalístico, participam da construção de materiais noticiosos. (AMORIM, 2010, p.6).

Quando um cidadão produz esses materiais para a construção de notícias, pode-se dizer que essa colaboração é primordial para o telespectador, cria uma proximidade e um sentimento de pertencimento, “O telespectador terá consciência de que aquilo que ele está vendo no telejornal tem sua contribuição, ou seja, também representa sua construção social da realidade” (SILVA, 2019, p.39).

As redes sociais são a principal ferramenta utilizada para essa inserção, interação da população no meio jornalístico, seja no telejornal ou em sites de notícias. Para Cajazeira (2013, p.12) “A relação entre o telespectador e o telejornal nas Redes Sociais ocorre, na maioria das vezes, na forma reativa diante das trocas de informações, por meio de textos, sons e imagens no meio ambiente midiático”.

É notório observar que alguns telejornais, especialmente os regionais, adotaram o uso de aplicativos, como por exemplo, o whatsapp, telegram, twitter, e até mesmo, algumas adotaram o uso de aplicativo próprio da emissora.

Hoje, a produção de jornalismo nas TVs continua cobrindo os principais assuntos, mas com diferença de que a participação do telespectador, incentivada de várias maneiras pela própria emissora, colabora com a produção jornalística, por meio das Redes Sociais e outras plataformas digitais de interação na internet. (CAJAZEIRA, 2013, p.15).

Essas redes possibilitaram que as pessoas comuns da sociedade, aquelas que não possuem diploma na área de comunicação para exercer tal profissão, pudessem intervir na construção de notícias. O smartphone, por exemplo, é um meio utilizado nesse processo, que além de poder enviar sugestões e comentar sobre algum acontecimento, podem utilizar na produção de fotos, vídeos, áudios, texto, todo o material possível para que sirva de informação para os jornalistas.

Mas é claro que não cabe ao jornalista, quanto um profissional capacitado para essa função, utilizar todas as informações recebidas. É preciso e é dever de todo profissional na área verificar, apurar e analisar todos os fatos antes de utilizar qualquer informação e material disponibilizado:

[...] neste cenário participativo, o papel do jornalista será: avaliar, editar e publicar o material produzido pelos cidadãos, à semelhança do que faz com qualquer outra fonte de informação; organizar comunidades, criando relações e mobilizando as pessoas reunidas por interesses e necessidades comuns; fazer a diferença, reforçando os princípios éticos e de deontológicos de verificação a informação, na busca da verdade, com independência e objetividade, procurando promover um espaço público. (AROSO, 2013, p.5).

O repórter é base de um veículo de comunicação, que constrói seu conteúdo. Possui um papel primordial quanto profissional, são os olhos e ouvidos na produção de notícias. Saem a campo, entrevistam pessoas, observam e averiguam acontecimentos, coletam tudo em primeira mão:

O repórter é a célula básica de todos os veículos de comunicação. É ele quem vai às ruas atrás da notícia, testemunha os fatos e conta para o telespectador, ouvinte ou leitor. Por essa razão ser repórter exige muitos cuidados. Um erro de interpretação pode provocar distorções às vezes irreversíveis. É preciso estar muito bem preparado, ler bons livros, vários jornais diários, ouvir rádio, ver televisão e estar atento a tudo (PRADO, 2005, p.27).

Em suma, os avanços tecnológicos estão transformando a cada momento a interação entre jornalistas e telespectadores, tornando a matéria jornalística mais imersiva, participativa e personalizada. No quesito da função do jornalista como profissional, a apuração cautelosa de informações efetua um papel fundamental na sociedade, proporcionando a verdade, a compreensão e a responsabilidade na inserção do cidadão na produção de notícias.

### 3.4 As Emissoras de Televisão Regional do Vale do Paraíba-SP

Como o próprio termo diz, “regional”, é característico ou próprio de uma determinada região, ou seja, pertence a uma região ou dela faz parte. As emissoras de televisão regionais são sediadas em uma determinada região do país, canais de TV afiliadas a redes maiores.

Desempenham um papel fundamental na vida dos telespectadores, cuja função é informar, entreter e ouvir a população local cobrindo assuntos de interesse local, transmitindo informações que impactam diretamente no cotidiano dessas pessoas. Segundo Squirra (2004, p.44) essas emissoras regionais, por serem afiliadas a uma rede, são sujeitas a essas redes maiores, ou seja, as emissoras líder, além de serem geograficamente instaladas:

As redes regionais são centrais de televisão geograficamente organizadas, sempre dependentes da programação de uma rede nacional. Essas redes mantêm uma emissora-líder para a produção de programação regional, sobretudo no jornalismo. De um jeito ou de outro, a maioria das empresas de televisão, regionais, afiliadas, repetidoras ou redes nacionais reproduzem uma estrutura básica de organização. (Squirra, 2004, p.44).

O intuito das emissoras de telejornais regionais é valorizar as culturas próprias de um determinado local e propiciar uma integração a comunidade:

De acordo com a legislação atual, uma rede nacional pode ter 10 estações de TV de sua propriedade, sendo que as demais seriam emissoras afiliadas. O objetivo é evitar a formação de monopólios e valorizar as culturas regionais por meio da regionalização da programação, visando a promover a identificação e integração comunitárias (BAZI, 2001, p.26).

A história das emissoras regionais se iniciou em 1960, marcado pela expansão de emissoras por todo o país. A TV Bauru - Canal 2, localizada em Bauru, foi a emissora pioneira de uma cidade do interior da América Latina, inaugurada por João Simonetti. A TV exibia todos os seus programas ao vivo, como telenovelas, teleteatros, telejornais e programas de auditório. Acerca do telejornal da emissora, “O primeiro telejornal da TV Bauru foi *O Nosso Jornal*, noticiário que era interinamente local” (MALULY e KNEIPP, 2021, p.39).

A emissora contribui não só para a disseminação de notícias locais, eventos culturais e programação voltada para a comunidade da região, mas também encadeou as outras emissoras de televisão surgissem. Atualmente, no Vale do

Paraíba, São Paulo, temos 4 emissoras afiliadas a redes nacionais: TV Vanguarda (Rede Globo), Record TV (Rede Record), Band Vale (Rede Band) e TV Thathi, afiliada ao SBT, todas sediadas no interior de São Paulo.

Essas emissoras desempenham um papel crucial na região, na vida da comunidade local, pois realizam uma cobertura de eventos como festivais locais, questões de infraestrutura, questão humanitária, saúde, educação, e lazer. Além disso, por serem afiliadas a redes nacionais, asseguram que os seus telespectadores locais tenham acesso a programas populares e eventos esportivos de âmbito nacional. Segundo Squirra (2004, p.43), “As emissoras são produtoras de programas de televisão. Elas pesquisam, criam, produzem e difundem programas de vasta gama: jornalismo, shows, esporte, musicais, infantis, etc... para os telespectadores e também para as repetidoras da rede”. Em síntese, contribuem para a identidade local e efetuam uma função essencial na promoção do crescimento e desenvolvimento da região.

A Rede Vanguarda ou TV Vanguarda é uma rede de televisão regional afiliada da Rede Globo. Sua história se inicia em 1988, quando as Organizações Globo fundaram, em São José dos Campos, a TV Globo Vale do Paraíba, primeira emissora de TV instalada na região. Assim que a emissora completou dez anos de existência, passou a ser chamada "Vanguarda Paulista". Em 2001 a emissora assumiu a marca apenas TV Vanguarda, sem o complemento “Paulista”.

Entretanto, em agosto de 2003, quando um grupo de empresários liderados pelo fundador, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, conhecido como Boni, comprou a TV Vanguarda de São José dos Campos (antiga Vanguarda Paulista), fundou a Rede Vanguarda, adquirindo uma concessão para uma emissora em Taubaté. Da união dessas duas emissoras nasceu a Rede Vanguarda, uma nova formação. Toda a identidade visual da emissora foi alterada para fortalecer sua presença regional.

O Jornalismo da TV Vanguarda está atento ao que acontece no Vale do Paraíba, no Litoral Norte e na região bragantina, contendo com três telejornais durante a semana: Bom Dia Vanguarda, logo cedo, Link Vanguarda, na hora do almoço, e Jornal Vanguarda, à noite:

Atualmente a emissora destina 80 minutos de sua programação diária com cobertura local distribuída em três telejornais de segunda a sexta-feira. São eles o Bom dia Vanguarda, Link Vanguarda e Jornal Vanguarda, sendo esses dois últimos exibidos também aos sábados. Dentro do segmento jornalismo ainda tem o programa Vanguarda Comunidade exibido aos domingos e dois boletins informativos e de prestação de serviços exibidos durante a programação: Vanguarda News e Vanguarda serviço. (BATISTA e CARNIELLO, 2019, p.8).

A emissora de TV Band Vale é uma afiliada da Rede Bandeirantes e pertence ao Grupo Bandeirantes de Comunicação, sendo o maior grupo de comunicação da região do Vale do Paraíba, Serra da Mantiqueira e Litoral Norte de São Paulo. Está sediada em São José dos Campos e Taubaté, na Região Metropolitana do Vale do Paraíba. A emissora foi fundada em 14 de maio de 1989, por Jorge João Saad.

A TV possui três rádios e um portal de notícias, tendo como intuito informar e entreter o telespectador, fazendo parte do seu dia a dia. A TV também conta com uma programação diversificada além das notícias locais do seu telejornal, como programas de entretenimento para atender aos telespectadores da região do Vale:

As duas edições dos telejornais ocorrem no horário do almoço (Band Cidade 1ª Edição) e à noite (Band Cidade 2ª Edição); além dos jornais, a emissora oferece outros programas regionais em horários disponibilizados pela “cabeça de rede” de gêneros entretenimento e informativo, tais como: Os Donos da Bola, Vale Urgente, Blá Estância Nativa, Falando Nisso, Vale Shop, Band Vale Sports, Página Cultural, Tempero Caipira, Vale Cap e Vale Ecologia. (RANGEL, 2017, p.7).

A Record TV é uma emissora localizada na região do Vale do Paraíba, no Estado de São Paulo, afiliada à Rede Record, incluída em uma das principais redes de televisão do Brasil. A emissora foi inaugurada no dia 27 de setembro de 1953 por Paulo Machado de Carvalho. Assim como as demais, a emissora também possui uma programação heterogênea, programas de características próprias.

Atualmente, com sedes em Santos (matriz) e São José dos Campos, interior de São Paulo, a emissora entrega uma cobertura digital nas regiões da Baixada Santista, Vale do Ribeira, Vale do Paraíba, Serra da Mantiqueira e Litoral Norte:

A TV Record é gerada em Santos (SP), tendo sinal em toda a Baixada Santista; em 2009, passou a atingir também o Vale do Paraíba, mas cobrindo dois mercados, que não são sinérgicos em suas características, com o mesmo sinal. (TOLEDO e CARNIELLO, 2016, p. 232).

A última emissora do Vale do Paraíba que será abordada na pesquisa, é a TV Thathi, uma afiliada do SBT (Sistema Brasileiro de Televisão). Foi fundada em 1991 pelo empresário libanês naturalizado brasileiro Chaim Zaher.

A emissora também com uma cobertura jornalística no Vale do Paraíba, Serra da Mantiqueira e Litoral Norte, produzindo conteúdo local para atender às demandas e interesse da comunidade. O telejornalismo conta com uma programação de notícias de manhã, *Novo Dia*; na hora do almoço, o *Hora do Vale*, e o Thathi Notícias, um resumo dos principais acontecimentos do dia.

### 3.5 Reportagem multimídia - Formato Longform

A reportagem longform é um estilo de Jornalismo que se destaca pelo aprofundamento e pela extensão das histórias contadas. O formato como uma reação à crescente tendência de notícias curtas e superficiais, que se tornaram comuns em meios de comunicação de massa. O termo "longform" começou a ganhar popularidade nos Estados Unidos nas décadas de 1960 e 1970 à medida que jornalistas e escritores procuravam formas de contar histórias mais complexas e detalhadas. Essas reportagens frequentemente exigem pesquisas extensivas, entrevistas aprofundadas e uma narrativa cuidadosamente elaborada.

Um dos marcos importantes no desenvolvimento da reportagem longform foi a revista "New Journalism," liderada por figuras como Truman Capote, Tom Wolfe e Gay Talese. Eles adotaram uma abordagem literária para o Jornalismo, incorporando técnicas da ficção na narração de histórias reais.

Com o tempo, a reportagem longform se espalhou para outras mídias, incluindo jornais, revistas e, mais recentemente, o Jornalismo online. O formato tornou-se uma maneira valiosa de explorar questões complexas, humanizar histórias e envolver os leitores em narrativas profundas, longas e envolventes. Para Longhi e Winkes (2015, p.113) "Com efeito, o texto longo se destaca não apenas pelo formato, mas também pela apuração, contextualização e aprofundamento. Textos com essa característica propõem uma leitura mais lenta e um leitor disposto a dedicar tempo para a mesma".

Enfatizando esse contexto, para Mendes (2019, p.34):

[...] um tipo de jornalismo formado pelas narrativas longas, os artigos de fundo que contextualizam, informam, explicam, onde se resolvem os puzzles ou onde se desconstroem os puzzles; onde os factos coexistem em equilíbrio com a subjetividade necessária a este género e com a imersão na história que está a ser contada. É, por isso mesmo, um formato que interessa não só aos profissionais do jornalismo, mas também aos que consomem o produto final, não só pela extensão, mas, acima de tudo, pela sua qualidade. (MENDES, 2019, p.43).

Atualmente, a reportagem *longform* continua a ser uma parte importante do Jornalismo, permitindo que jornalistas explorem questões sociais, políticas e culturais com uma profundidade que não é possível em notícias mais curtas. Desempenha um papel crucial em fornecer contexto e análise em um mundo de informações rápidas e fragmentadas.

No Brasil há exemplos claros de veículos de comunicação que utilizam esse formato para suas reportagens, como o G1, Folha de São Paulo e Diário Catarinense.



#### 4. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Este produto é constituído como mídia emergente, pois se trata de um site construído por meio da plataforma online de criação e edição, Wix. A narrativa longform é dividida em quatro capítulos (A televisão e telejornalismo no Brasil, o ontem e hoje em frente às TVs, o telespectador como colaborador na construção da notícia e a participação nos telejornais regionais).

A grande reportagem contém 12 entrevistados, dentre eles: um especialista na área de comunicação televisiva, um jornalista e analista de comunicação, uma jornalista com especialização em jornalismo participativo em telejornais, uma jornalista para abordar a questão regional, quatro personagens, quatro emissoras (TV Vanguarda, Band Vale, Record TV, e TV Thathi). As entrevistas na matéria são ilustradas com cores e animação, de forma interativa e com destaque.

Elementos ilustrativos e audiovisuais são utilizados justamente por se tratar de uma grande reportagem em formato longform. Imagens, vídeos, áudios e infográficos compõem o projeto. A ideia do site ser colorido surgiu através da Barras coloridas SMPTE e a utilização da psicologia das cores. Partindo disso, uma longform colorida e com animações ao longo da matéria é para que o leitor se sinta entretido e leve ao ler a reportagem. Além disso, faz com que o leitor tenha de certa forma, uma nostalgia ao abordar desde o surgimento na televisão até os dias atuais.

## 5. DESCRIÇÃO DO PROCESSO DE CRIAÇÃO

### 5.1 Pré-produção

A escolha do tema se baseou a partir de uma percepção e análise ao assistir telejornais de emissoras regionais. Foi notório que os telespectadores possuem uma grande parcela de contribuição nas notícias apresentadas, visto que, muitas das imagens e vídeos exibidos são creditadas por cidadãos comuns na sociedade, que assistem e interagem. Desse modo, obtive o anseio de produzir um trabalho dedicado aos telespectadores nos telejornais.

Partindo desse pressuposto, foram realizadas pesquisas bibliográficas a fim de aprofundar no tema e compreender melhor esse comportamento e a aproximação entre jornalistas e o público na construção de notícias a serem transmitidas. Após a efetivação delas, foi estabelecido que o assunto a ser abordado seria fundamentado por *jornalismo colaborativo ou participativo*, o que designa essa participação dos telespectadores nos telejornais regionais.

Além disso, através de muitas pesquisas se fez necessário contextualizar a televisão e o telejornalismo no país, partindo da ideia das mudanças de hábito ao obter informação e consumir assuntos na era digital que se vivencia nos dias atuais. Ao todo, teve como embasamento 11 livros e 13 artigos científicos.

Logo, foram realizadas as pautas, na busca por entrevistados tanto quanto especialistas e personagens, pesquisas para a produção textual e dados para compor a matéria. Toda essa pré-produção foi iniciada em março, em etapas graduais de desenvolvimento.

## 5.2 Produção

Para produzir a grande reportagem, a aluna e a coordenação de Jornalismo escolheram como orientadora a Prof. Me. Ioná Piva Rangel, que a partir do dia 10 de agosto passou a orientar o andamento do projeto em todas as quintas-feiras. As orientações de início foram conversas para discutirmos sobre o tema proposto, quais seriam os possíveis entrevistados e de que maneira seriam expostos no texto (áudio, vídeo ou texto), quais ganchos seria interessante ressaltar e quantos capítulos se dividiria a reportagem.

Assim que foram obtidas ideias de entrevistados e sucessivamente seriam entrevistados para compor a matéria, foram realizadas as entrevistas entre o mês de setembro a novembro, que no total foram 12 entrevistados. As entrevistas foram executadas via whatsapp, email, google meet e presencialmente, sendo elas em forma de áudio, vídeo e texto.

Com as entrevistas sendo realizadas e devidamente decupadas, foram iniciadas a produção textual da matéria. Foi definido entre aluno e orientador que a grande reportagem em formato *longform* se dividiria em quatro capítulos, sendo eles: a televisão e o telejornalismo no Brasil, o ontem e hoje em frente às TVs, o telespectador como colaborador na construção da notícia e a participação nos telejornais regionais. Além disso, foi acrescentado curiosidades da televisão brasileira.

O primeiro capítulo “*A televisão e o telejornalismo no Brasil*”, trata-se de uma contextualização do surgimento de ambos no país, em 1950. Ao decorrer do texto, trazendo sobre as evoluções da televisão e do primeiro telejornal a ser transmitido, é ressaltado um ponto específico da época assim que a TV chegou aos lares brasileiros: nem todos tinham condições de comprar. Nessa parte, é incluído uma personagem de mais idade que não possuía condições financeiras para comprar e se quisesse obter informação, assistia na casa do patrão, assim relatada pela mesma. Depois, ainda no contexto das evoluções, um especialista em comunicação televisiva avalia e explica todo esse avanço ao longo das décadas.

O segundo capítulo “*O ontem e hoje em frente às TVs*” traz a questão da forma em que se consome as notícias nos dias atuais, ou seja, a mudança de hábito e os dispositivos móveis (smartphones, notebook, tablets) que são acessados para consumir o que almejam. Neste capítulo, é evidenciado diversas pesquisas com

dados sobre o consumo de conteúdo, sejam eles notícias ou não, por plataformas de streaming e redes sociais. Além disso, é destacado que apesar de todo o avanço tecnológico na comunicação, a televisão ainda se mantém como a favorita para o público. Contém 3 entrevistas: um especialista em comunicação televisiva e dois personagens.

O terceiro capítulo “*O telespectador como colaborador na construção de notícias*” é introduzido acerca do jornalismo colaborativo. Neste penúltimo capítulo, é abordado brevemente o conceito e quando surgiu, as redes sociais e os dispositivos móveis como ferramenta crucial, cenários que envolvem essa colaboração para o jornalismo e é apresentado para melhor compreensão o filme *Cidade de Deus*, onde é evidente a interação entre jornalistas e o protagonista do filme. Para explicar como funciona, 2 entrevistas dizem a respeito, sendo elas: uma jornalista que faz estudo sobre jornalismo colaborativo nos telejornais e uma jornalista e também analista de comunicação.

Para finalizar o último capítulo desta grande reportagem, “*A participação nos telejornais regionais*” traz como personagem um telespectador que é participativo, que colabora com a produção de notícias, as quatro emissoras regionais no Vale do Paraíba, São Paulo (TV Vanguarda, TV Thathi, Band Vale e Record TV), todas essas respectivas emissoras compõe a grande reportagem, e uma jornalista no âmbito regional.

Em relação ao design da plataforma Wix utilizada para a publicação da grande reportagem, as cores predominantes foram inspiradas através das barras coloridas denominadas SMPTE color bars (Society of Motion Picture and Television) que são utilizadas como referência no ajuste de equipamentos de vídeo para transmitirem o sinal da televisão.

Além desse aspecto, o uso das cores nos elementos gráficos ao decorrer da reportagem foi pensado através da psicologia das cores, uma área da psicologia que estuda o modo como o nosso cérebro identifica e entende as sensações e sentimentos produzidos a partir delas. “Brincar” com as cores é uma forma de poder chamar a atenção do leitor e assim transmitir uma mensagem subliminar a partir daquilo que é conduzido, pois assim captam, identificam e compreendem as ideias através dessas cores.

Diante das cores, cada capítulo foi pensado em uma cor: o primeiro, azul; o segundo, amarelo; o terceiro, vermelho e o quarto, verde. As imagens utilizadas em

cada capítulo também foram de acordo com a paleta de cores. Os elementos gráficos se enquadram também nessa ideia.

### 5.3 Pós-produção

Após todo o trabalho efetuado durante o mês de agosto a novembro, o penúltimo mês do ano ficou atribuído para a realização da revisão final de todo o conteúdo elaborado (edição de vídeos e textos), impressões do material para a banca avaliadora, biblioteca e para mim, e encadernar conforme as normas acadêmicas determinadas pela a Faculdade Canção Nova. Contudo, a banca final do Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentada no dia 6 de dezembro de 2023.

## 6. SINOPSE

Revelando a evolução na forma de assistir e participar dos telejornais, essa grande reportagem multimídia em formato Longform apresenta o comportamento dos telespectadores e emissoras regionais, abordando o conceito de Jornalismo Colaborativo, e assim, explorando o impacto das mudanças nos hábitos de consumo de notícias na era digital. Além disso, é tratado a crescente influência das plataformas de streaming, das redes sociais e dos dispositivos móveis no modo como o público se mantém informado e como as emissoras estão se adaptando a essas mudanças, adotando estratégias para entreter e reter audiências.

Explore, diante da nossa era tecnológica, a demanda por conteúdo e como as transformações nas preferências de programação do público estão moldando o futuro dos telejornais regionais, evidenciando insights estimulantes sobre o que mantém as comunidades sintonizadas no século 21.

Embarque nessa jornada!

## 7. ORÇAMENTO

Descrição	Valor
Pen card	R\$19,20
Impressão e encadernação com espiral	R\$100,00
Passagem de ônibus para Lorena	R\$10,00
Encadernação Capa dura	R\$96,00
Total:	R\$:225,20



## 8. PÚBLICO-ALVO

Tendo em vista que este estudo tem o intuito de proporcionar uma visão ampla das mudanças dos telejornais regionais em um cenário midiático, se torna relevante para uma variedade de público, dentre eles: jornalistas, pesquisadores, produtores, gestores e equipes das emissoras de televisão, profissionais da indústria de mídia e o próprio público em geral que busca entender como essas mudanças os afetam na maneira que consomem notícias e conteúdos nos dias atuais.

## 9. VIABILIDADE DE PUBLICAÇÃO OU EXIBIÇÃO

A viabilidade de publicação deste produto se encaixa em sites e jornais locais ou regionais, centro culturais e as emissoras de televisão regionais estudadas nesse projeto. Tendo como exemplo, o site do Instituto de Estudo Valeparaibanos, Jornais impressos ou portais de notícias das cidades do Vale do Paraíba, Centro culturais também localizadas no Vale do Paraíba e exibição dessa grande reportagem nos sites das emissoras (TV Thati, Band Vale, Record TV e TV Vanguarda).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao concluir esse estudo de uma grande reportagem multimídia em formato longform sobre *Telejornais: O novo formato de ver e participar - Uma reportagem multimídia sobre o comportamento dos telespectadores e emissoras regionais*, fica evidente que ao longo dos anos ocorreu uma mudança significativa na maneira em que consumimos informações. A comunicação não estaciona, está em constante evolução, e conseqüentemente, a sociedade também, ambas estão conectadas. Esta pesquisa teve como intuito compreender as maneiras em que o público se conecta com a informação no meio digital que é vivenciado nos dias atuais.

Ao analisar essas mudanças, partiu-se do pressuposto que a confluência entre a tecnologia, a comunicação e o público moldou o telejornal contemporâneo, que foi impulsionada pela ascendência das plataformas digitais e das redes sociais na sociedade atual, uma ferramenta aliada na comunicação, constante e bidirecional.

Entende-se que essas mudanças nos telejornais conforme a tecnologia se intensifica na comunicação, as emissoras de televisão, especialmente as regionais, se fez necessário a inclusão e a interação do público na programação jornalística. Foi utilizado como base para o entendimento, o jornalismo colaborativo, ou seja, a participação do público no âmbito jornalístico, a interação entre jornalistas e telespectadores para uma construção de notícias.

No decorrer do desenvolvimento da pesquisa bibliográfica para este estudo, conforme é aprofundado a interação entre telespectadores e emissoras, traz consigo uma reflexão inerente acerca do papel crucial jornalístico na sociedade contemporânea: A participação do público é apenas uma resposta a essa evolução digital? E de que maneira as emissoras regionais podem navegar por esse território em constante mudança?

Ao pensar na produção desse projeto de grande reportagem, foi possível através das pesquisas aprofundar e compreender as transformações no cenário midiático, junto às entrevistas que foram realizadas, para que assim, houvesse uma intersecção de informações apuradas. Foi possível observar que toda essa mudança na forma em que se obtêm informações e a participação do público nesse cenário, é de grande relevância para os telejornais de caráter regional, pois fortalece

o jornal local para a emissora, mas especialmente para a população que está todos os dias consumindo notícias. O estudo revelou que inserir o telespectador no ambiente jornalístico, cria um sentimento de pertencimento, de ser ouvido e atendido diante das necessidades locais que o indivíduo habita.

É uma forma do público poder além de só se informar, mas como também colaborar para que aquela notícia seja de fato interesse local, assuntos que interferem diretamente em cada um deles. E que, diante disso, colabora para intensificar a programação de um telejornal regional, a construção e preservação da identidade cultural local em que se concentra. Além disso, dados confirmam que a interação entre jornalistas e telespectadores, ajuda a reter a audiência, isto é, utilizar as redes sociais e plataformas digitais como estratégia para criar essa aproximação e obter uma audiência diária.

No que se refere aos objetivos deste estudo, todos foram devidamente efetuados dentro do jornalismo interpretativo junto a elementos interativos no âmbito digital. Desse modo, ao identificar os meios da participação do público, as motivações, relevância e impacto na construção das notícias, foi realizada uma produção textual para melhor entendimento em 4 capítulos, utilizando os recursos multimídia proporcionados para o desenvolvimento do projeto. Os objetivos resultaram em produzir uma grande reportagem com intersecção entre o jornalismo interpretativo e a *longform*, concedendo ao leitor compreender, analisar e se aprofundar no fato em sua totalidade, por meio de um conteúdo didático e interativo.

O gênero interpretativo no jornalismo é uma prestação de serviço ao leitor, ouvinte ou telespectador, é fazer com o que entenda o que está sendo consumido, é mais do que informar, é tornar claro o assunto em questão. E a *longform* desempenha um papel crucial como uma reportagem, como seu próprio nome diz “forma longa”. Possibilitando um conteúdo mais aprofundado, detalhado e extenso com recursos multimídia (áudios, vídeos, imagens, infográficos).

Do ponto de vista pessoal, o trabalho possibilitou que o pesquisador adquirisse mais conhecimento acerca do assunto aprofundado, e que através da plataforma escolhida para a produção desta grande reportagem multimídia, desenvolvesse maiores habilidades com diagramação, edição e produção textual. Logo, conclui-se que essas considerações desse estudo possuem um valor significativo, permitindo afirmar que as hipóteses e os objetivos levantados foram confirmados.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira. **A modernização da imprensa (1970-200)**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar. 2002. 57p.

AMORIM, Lidiane Ramirez. **Novas formas de ver: (re)significação das notícias de TV a partir do jornalismo participativo**.

AROSO, Inês. **As redes sociais como ferramentas de jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais: um estudo de caso**. Biblioteca Online de Ciência da Comunicação (BOCC), 2013. Disponível em:

<<http://bocc.ufp.pt/pag/aroso-ines-2013-redes-sociais-ferramenta-jornalismo.pdf> >

Acesso em: 24 mar. 2023.

BACELLAR, Luciane; BASTANTE, Luciana. **Jornalismo de TV. São Paulo**. São Paulo. Contexto. 2010. 137p.

BECKER, Beatriz. **Televisão e telejornalismo: transições**. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores. 2016. 248p.

BAZI, Rogério. **TV Regional Trajetórias e Perspectivas**. 1. ed. Campinas, SP: Alínea. 2001. 100p.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. **As interações do público no telejornal com o uso das redes sociais**. Nhengatu, v. 1, n. 1, 2013. Disponível

em:<<https://revistas.pucsp.br/index.php/nhengatu/article/view/34182/23479> >

Acesso em: 17 set. 2023

DA SILVA BATISTA, Rosimara de Cássia; CARNIELLO, Monica Franci. **TV REGIONAL E DESENVOLVIMENTO: A ESTRUTURAÇÃO DAS EMISSORAS DE TV ABERTA NA REGIÃO METROPOLITANA DO VALE DO PARAÍBA E LITORAL NORTE E SUA RELAÇÃO COM A COBERTURA LOCAL**. Latin American Journal of Business Management, v. 10, n. 2, 2019.

Disponível em: <<https://www.lajbm.com.br/index.php/journal/article/view/569> >

Acesso em: 26 set. 2023

SQUIRRA, Sebastião. **Aprender Telejornalismo Produção e Técnica**. 2. ed. São Paulo. brasiliense. 2004. 187p.

FERNANDES, Carolina. **Telejornalismo regional: uma análise dos critérios de noticiabilidade utilizados no Jornal 53 diante da contribuição organizacional e social**. Biblioteca Online de Ciência da Comunicação (BOCC), 2015. Disponível em: <<http://bocc.ufp.pt/pag/fernandes-carolina-telejornalismo-regional.pdf>>

Acesso em: 26 mar. 2023

JUNIOR, Rone Fabio Carvalho. **JORNALISMO ONLINE: UM ESTUDO DE REPORTAGENS LONG-FORM NO JORNALISMO BRASILEIRO**. In: II Encontro Regional Centro-Sul da ABCiber. 2019. Disponível em: <

<https://abciber.org.br/simposios/index.php/centro-sul/IIcentrosul/paper/view/508/0>

Acesso em: 20 jul. 2023

KNEIPP, Valquiria Aparecida Passos; MALULY, Luciano Victor Barros. **A produção no telejornalismo regional: uma cobertura em tempos de pandemia no interior de São Paulo**. Revista Comunicação Midiática, v. 16, n. 2, p. 35-50, 2021.

Disponível em:

<<https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/495/428> >

Acesso em: 18 out.2023

LONGHI, Raquel Ritter; WINQUES, Kérley. **O lugar do longform no jornalismo online. Qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo**. Brazilian journalism research, v. 11, n. 1, p. 110-127, 2015. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/693> >

Acesso em: 18 out.2023

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo A saga dos cães perdidos**. 1.ed. São Paulo. Hacker Editores. 2000. 176p.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia Jornalismo como produção social da segunda natureza**. 2.ed. São Paulo. Ática. 1989. 188p.

MARINI, Wilson. **Jornalismo regional e globalização**. 94. ed. Universidade Católica de Santos: Revista Leopoldianum. 2008. 198p.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp,  
a. 26, n. 43, p. 67-84, 1o. sem. 2005. Disponível em: <  
<https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/8637/6170> >

Acesso em: 26 set.2023

PRADO, Flávio. **Ponto Eletrônico Dicas para fazer jornalismo com qualidade**. 3.ed. São Paulo. Liminar. 2005. 111p.

RANGEL, Ioná Piva. **O telejornalismo regional e as transformações tecnológicas—um estudo sobre a Tv Vanguarda e Tv Band Vale**. 2017. Disponível

em:<<https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2017/resumos/R58-1112-1.pdf> >

Acesso em: 23 set.2023

SILVA, Maria Cristina Dias da et al. **A audiência na construção social do telejornalismo: como aumentar o engajamento do telespectador**. 2019.

Disponível em:<<https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/19623> >

Acesso em: 12 jul.2023

TOURINHO, Carlos. **Inovação no telejornalismo O que você vai ver a seguir**. Vitória. Espaço livros. 2009. 305p.

TEODORO, Gontijo. **Jornalismo na TV Uma obra completa escrita pelo famoso locutor da TV brasileira.** Rio de Janeiro.Tecnoprint S.A. 1980. 162p.

TOLEDO, Giselle da Cunha Estefano; CARNIELLO, Monica Franchi. A ESTRUTURAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS E TAUBATÉ-SP A PARTIR DA INSTALAÇÃO DAS TVS ABERTAS REGIONAIS 1. **Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 15, n. 29, 2016.

Disponível em:<<https://core.ac.uk/download/pdf/231175858.pdf> >

Acesso em: 27 set.2023

VIZEU JR, Alfredo. **Decidindo o que é notícia Os bastidores do telejornalismo.**

Edipucrs, 2014.

Disponível em:<<https://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-decidindo-noticia-tese.pdf>

>

Acesso em: 16 set.2023



## Página inicial

[Sobre](#)

[A televisão e o telejornalismo no Brasil](#)

[O ontem e hoje em frente às TVs](#)

[Veja mais](#)



### **Telejornais: o novo formato de ver e participar - Uma reportagem multimídia sobre o comportamento dos telespectadores e emissoras regionais**

Revelando a evolução na forma de assistir e participar dos telejornais, essa grande reportagem multimídia em formato Longform apresenta o comportamento dos telespectadores e emissoras regionais, abordando o conceito de Jornalismo Colaborativo, e assim, explorando o impacto das mudanças nos hábitos de consumo de notícias na era digital. Além disso, é tratado a crescente influência das plataformas de streaming, das redes sociais e dos dispositivos móveis no modo como o público se mantém informado e como as emissoras estão se adaptando a essas mudanças, adotando estratégias para entreter e reter audiências.

Explore, diante da nossa era tecnológica, a demanda por conteúdo e como as transformações nas preferências de programação do público estão moldando o futuro dos telejornais regionais, evidenciando insights estimulantes sobre o que mantém as comunidades sintonizadas no século 21.

Embarque nessa jornada!

[Iniciar leitura](#)

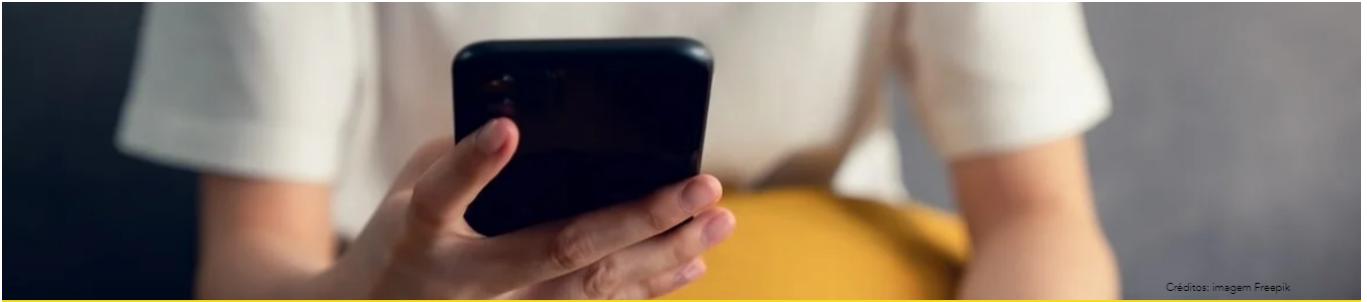
## Primeiro capítulo



**H**oje se obtém informação por um sistema eletrônico de reprodução audiovisual, colorida, dominada por um controle remoto com diversos canais dos mais variados assuntos possíveis, desde notícias até entretenimento, mas nem sempre foi assim. Em 1950, ocorreu uma virada na história da comunicação brasileira: o surgimento da televisão e do telejornalismo no Brasil.

Antes do surgimento da televisão como o meio de comunicação que a maioria conhece, existiram outras formas de se obter informações. Quando a televisão chega no país, o rádio era o principal veículo de comunicação em massa entre 1930 e o início da década de 1960, com grande alcance e imediatismo presente no dia a dia da população.

## Segundo capítulo



### *Capítulo 2*

#### O ontem e hoje em frente às TVs

**N**ovas gerações, novas experiências, novas formas de se informar sobre os acontecimentos do mundo. Seja uma pessoa mais jovem ou mais velha, grande parte da população brasileira está mudando os hábitos: o costume de sentar em um sofá, sempre no mesmo horário, assistir o habitual canal na televisão e de se portar de forma rotineira para obter alguma informação está sendo transmitida. Não é necessário passar o dia esperando o horário certo para ligar a televisão, para saber de algum acontecimento, seja ele no país ou na região; ficar todos na família em silêncio no sofá vidrados às 20h da noite para ver o clássico Jornal Nacional.

## Terceiro capítulo



### *Capítulo 3*

#### O telespectador como colaborador na construção da notícia

**C**om o avanço da internet, o cidadão agora também tem a possibilidade de disseminar informações com agilidade e alcance amplos ou até maiores que os da mídia tradicional. Este estilo de jornalismo está mais vivo do que nunca, claro, os atuais veículos de comunicação favorecem essa intensificação. A mídia passou por mudanças ao longo das décadas, e o telejornalismo não é exceção. É fato que desde sua aparição, estão em constante evolução.

Você já reparou que enquanto assistia um jornal, o apresentador sugeriu que encaminhasse por aplicativo da emissora fotos e vídeos, sua visão do acontecimento ou até mesmo uma novidade ou uma denúncia do seu bairro? Isto é conhecido como jornalismo participativo. É a forma mais genuína que o jornalista pode ter com seu telespectador, ouvinte e leitor, pois assim consegue ser mais assertivo na entrega do conteúdo, transmitindo uma informação que é de fato interesse do público que se baseiam na vida cotidiana de cada cidadão, desde problemas na cidade, até de eventos local e regional.

## Quarto capítulo



### *Capítulo 4*

## A participação nos telejornais regionais

Vale do Paraíba - São Paulo

**A**tualmente, com esse estilo se intensificando e se expandindo ao redor do mundo, veículos de comunicação foram aderindo a participação do público como auxílio na produção de blogs, site, revista, telejornal, rádio e jornal impresso. É notório presenciar esse estilo, por exemplo, nos telejornais regionais, visto que são emissoras que informam e amparam as especificamente as necessidades da população local.

O telejornal regional tem como finalidade noticiar, ouvir e atender as demandas locais de uma determinada região, ou seja, possuem uma programação voltada para as comunidades, bairros e pessoas próximas.

