

---

## **A Cultura da Participação no Telejornal RN1: um estudo das audiências ativas no telejornalismo potiguar<sup>1</sup>**

Suzyneide Soares Dantas VALCÁCIO<sup>2</sup>

Francisco das Chagas SALES JÚNIOR<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

### **RESUMO**

Esse estudo se propôs a investigar o impacto da cultura da participação no Telejornal RN TV 1ª Edição (RN1) veiculado na InterTV Cabugi, emissora de televisão sediada em Natal, capital do Estado do Rio Grande do Norte, afiliada a TV Globo, visando compreender como ela se configura no contexto atual, seus impactos e os desafios no processo de noticiar e entreter ao mesmo tempo. Tratando-se de um estudo exploratório-descritivo, utilizou-se como estratégia metodológica o Estudo de Caso (Lüdke e André, 2022). Como embasamento teórico recorreu-se aos estudos de Alsina (2009), Shirky (2011), Cajazeira (2014) entre outros. A análise dos resultados indicou a participação ativa do público na produção de conteúdo informativo e de entretenimento no telejornal RN1 e que sua estruturação está estreitamente vinculada a audiência ativa. Essa investigação se justifica por contribuir com os estudos das novas práticas do telejornalismo diante da realidade do mundo digital.

**PALAVRAS-CHAVE:** Televisão regional; Telejornalismo; InterTV; RN1; Cultura da participação.

### **INTRODUÇÃO**

Em decorrência das múltiplas tecnologias de comunicação, das diferentes formas de recepção e interação, as práticas televisivas sofreram transformações que convergiram na cultura da participação, tornando-se cada vez mais presentes nas rotinas do telejornalismo. O telespectador não apenas recebe, mas também contribui com a produção da notícia, em decorrência da perda e influência dos mediadores culturais profissionais, repórteres, editores, produtores, apresentadores. Nesse cenário, o público participativo conectado, acessa grupos, constrói redes, participa, agrega capital emocional

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de graduação do 9º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), e-mail: [amigopaz1234@gmail.com](mailto:amigopaz1234@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor doutor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), e-mail: [jornalistafranciscojunior@gmail.com](mailto:jornalistafranciscojunior@gmail.com)

---

a um conteúdo, em que a sua participação é percebida como necessária, imprescindível provocadora de mudanças significativas na forma de produção do telejornalismo (Shirky, 2011).

Maia (2011) enfatiza que a cultura da participação possibilita o compartilhamento da produção de conteúdo a partir da opinião do público, que assume a função de produtor/consumidor capazes de promover uma circulação amplificada da informação, e não apenas, o informar e ser informado. A cultura da participação proporciona um estado de comunicação, em que o telejornal abre um espaço de possibilidades, de interação e compartilhamentos, motivadores de renovação.

O telejornalismo na cultura da participação não é o mesmo. Gera consequências que são evidenciadas nos procedimentos de apuração, produção e distribuição de conteúdo. Com base em informações produzidas pelos próprios telespectadores, o telejornal reestrutura o seu noticiário, atuando em meio a um processo de convergência e transformação midiática, reconfigurando as suas práticas, um novo formato de *fazer* jornalismo em que os telespectadores também colaboram com a produção do noticiário (Cajazeira, 2014).

Nessa perspectiva, o telejornalismo colaborativo ou participativo possibilita novas práticas do jornalismo com a colaboração daqueles que antes faziam apenas parte da audiência, representando uma transformação cultural em que os telespectadores são incentivados a buscar e contribuir com novas informações, conectando conteúdos, interagindo no processo de produção da notícia (Jenkins, 2008).

Diante do exposto, esta pesquisa se delimitou a investigar a cultura da participação da audiência ativa no telejornal RN1, veiculado a InterTV Cabugi, afiliada da TV Globo no Rio Grande do Norte. O estudo teve como objetivo principal compreender as possíveis consequências do uso das ferramentas de multimídias como recurso de informação e entretenimento. A investigação partiu das seguintes questões norteadoras: Como se configura a cultura da participação no RN1? Quais os conteúdos abordados por esse público? Qual a qualidade do material utilizado nesse espaço interativo?

Para responder estes questionamentos foi realizado estudo exploratório-descritivo, de natureza qualitativa e quantitativa, utilizando como modalidade de pesquisa o Estudo de Caso (Lüdke e André, 2022) pela sua simplicidade e especificidade, com planos abertos e flexíveis focalizados com a realidade de modo complexo e contextualizado. A presente investigação analisou as edições dos dias 1º, 2 e 4 de abril

de 2024 que contaram com uma participação considerável da audiência ativa, em decorrência do transbordamento de um dos principais reservatórios de água do Estado, o açude Gargalheiras, patrimônio histórico, geográfico, paisagístico, ambiental e turístico para o Rio Grande do Norte, gerando uma comoção nas pessoas conforme noticiadas no telejornal RN1.

A originalidade do estudo consiste em seu objeto de pesquisa, visto que a cultura da participação é considerada um fenômeno atual e relevante nos últimos tempos, proporcionada pela inserção de aplicativos de troca de mensagens, como um canal de interação entre a produção jornalística e a audiência ativa. Esse estudo adquire relevância acadêmica, à medida que contribui para discussões sobre os impactos da participação do público no telejornalismo nos tempos atuais, diante das constantes transformações da realidade do mundo digital no campo jornalístico.

## **AUDIÊNCIAS ATIVAS NO TELEJORNALISMO**

O telejornalismo é um lugar de referência e construção social da realidade que trabalha na produção e circulação de formas simbólicas, a partir dos discursos que permeiam as relações de lutas sociais, políticas, culturais e econômicas (Vizeu e Correia, 2008). Vizeu e Correia (2008) enfatizam “lugar de referência” como um espaço de reconhecimento coletivo em decorrência do amplo alcance, funcionando como um “laço estruturante”, termo utilizado com base na definição de “laços sociais” (Wolton, 2006). Portanto, pertence ao campo jornalístico e constrói-se na enunciação do discurso informativo de representação e na construção social da realidade cotidiana de um mundo possível numa dada ordem social (Berger e Luckmann, 1995).

Nesse cenário, segundo Alsina (2009), a observação e o trabalho do jornalista acontecem a partir de três mundos que se relacionam: o real (construção cultural), o de referência e o possível. O autor conceitua o mundo real como à “correspondência do mundo dos acontecimentos”, base da produção da notícia; o mundo de referência trata-se do balizador para o mundo interpretativo no momento da verificação realizada pelo profissional da notícia; e o mundo de referência é àquele que possibilita a construção de um mundo possível, ou seja, “versão da realidade descrita”.

Diante desses pressupostos, o telejornalismo estabelece um processo produtivo a construção social da realidade cotidiana, através do relato de acontecimentos em forma

de notícia jornalística. Nos tempos atuais, o telejornalismo assume o caráter dinâmico e informal. Bistane e Bacellar (2005) esclarecem que nesse cenário, a notícia deve ser narrada de forma atraente e inteligível visando com essa aproximação, aumentar a audiência do público para o telejornal.

Na contemporaneidade a comunicação na cultura das redes é uma tendência que possibilita a audiência ativa em que o receptor passivo dos conteúdos ressignifica as suas possibilidades quanto a informação, alicerçado na sociedade conectada promotoras do processo de sociabilidade e compartilhamento participativo. Shirky (2011, p. 25) declara que “participar é agir como se sua presença importasse, como se, quando você vê ou ouve algo, sua resposta fizesse parte do evento”. E complementa, “esse poder de participação, corrobora com a ideia de pertencimento, que além da finalidade de comunicar, motiva que todas as pessoas em rede também concebam e mobilizem causas coletivas” (idem).

Jenkins (2009) utiliza a expressão cultura participativa para a interação de produtores e consumidores de mídia, desconstruindo a passividade do telespectador nos meios de comunicação. Postula que, pelo simples compartilhamento de conteúdo possibilitado pelo processo de convergência, fenômeno que caracteriza a cultura participativa, o telespectador promove interações sociais que proporcionam ao usuário a oportunidade de desconstruir informações para o entendimento da vida cotidiana. O autor enfatiza que, “não só o jornalista atua como emissor de informação (...) mas também o leitor assume função de produtor de conteúdo quando alimenta aos bancos de dados com a sua participação em fóruns, em pesquisas de opinião” (Jenkins, 2009, p.171).

Nessa perspectiva, o telejornalismo abre espaço em sua programação como forma de interagir com o público que ocupa diferentes plataformas, buscando um entrosamento, um ambiente em que a participação da audiência ativa faz a diferença na produção do telejornal. Dessa forma, a cultura da participação na televisão proporciona espaços de colaboração de conteúdo para mediar e inserir a interação da audiência ativa, possibilitando a participação e a colaboração do público no telejornalismo.

Cajazeira (2014) destaca que nos últimos anos, o telejornalismo vem progressivamente se rendendo e abrindo espaços participativos dentro da sua rotina produtiva. Desde as sugestões de pautas, o envio de fotos, denúncias até abertura para uma colaboração maior, em que as pessoas selecionadas participam como coprodutoras da notícia, sendo inseridas na programação de conteúdo a ser apresentado no telejornal.

---

Dessa forma, existem dois contextos de participação e colaboração no telejornalismo: o uso dos espaços na internet e os aplicativos como mediadores na comunicação e acesso à redação pela audiência ativa. Os aplicativos por celulares proporcionam a comunicação pela troca de dados de forma rápida, fácil e acessível, portanto, um atrativo canal de retorno para a mediação da comunicação entre o campo da produção com o da recepção. A audiência ativa se torna coprodutora da notícia, auxiliando a produção através da indicação de pautas por meio das denúncias e sugestões. Nesse contexto, Cajazeira (2014, p. 32) declara que

(...) as novas possibilidades de interação servem como forma de legitimação do discurso jornalístico, já que o mercado exige a ampliação dos canais de comunicação com o público através do incentivo da participação e colaboração dos usuários.

O telejornalismo na Era da cultura da participação busca insistentemente a manutenção do contato com o público participante, que inserido cada vez mais no ambiente digital, interage ativamente comentando, curtindo e compartilhando, além de disponibilizar vídeos, imagens e informações aos telejornais, contribuindo de forma significativa com a produção da notícia.

Nesse cenário telejornalístico, recorrente a interação, tem a espontaneidade como um fator preponderante. Desejando fazer algo para participar e obter destaque *online*, o público televisivo disponibiliza conteúdos relacionados ao entretenimento e às notícias de interesse social obtendo espaço na produção do telejornal, vistos como atores colaborativos que não apenas consomem informações mas a produzem, “curtem”, comentam e compartilham. As mensagens retornadas, possibilitam um *feedback* interativo, uma oportunidade de criar, responder e argumentar na Era da cultura da participação.

Uma vez aceita a ideia de que de fato gostamos de fazer e compartilhar coisas, por mais imbecis em conteúdo ou pobres em execução que sejam, e que fazermos rir uns aos outros é um tipo de atividade diferente de ser levado a rir por pessoas pagas para nos fazer rir. (Shirky, 2011, p.23).

Portanto, observa-se que a intensificação da cultura da participação no telejornalismo representa uma transformação no modo de fazer o noticiário, pois, influencia de forma constante e incisiva no seu formato. O telejornal deixa de ser um produto passivo para um produto elaborado com a participação de pessoas comuns, que

---

expõe suas opiniões, produzindo conteúdos, trazendo o seu olhar sobre a informação, colaborando com o noticiário.

Diante desse cenário, identificam-se características que definem a midiatização como um instrumento que possibilita interações que assumem novas configurações no campo da comunicação. Os acontecimentos simples recebem prestígio nos aparatos tecnológicos, possibilitando o alcance em diferentes fronteiras a partir da participação ativa do público em uma variedade de plataformas, possibilitado pelo processo de convergência (Shirky, 2011).

## TELEJORNALISMO E CONVERGÊNCIA

A Enciclopédia Intercom de Comunicação (2010) conceitua convergência como um processo de articulação entre os setores de telecomunicações, audiovisual e informática, não se restringindo apenas ao aspecto tecnológico, mas também de regulamentação. Esse mesmo documento, estabelece que o eixo tecnológico pode ser dividido em: de redes, de terminais, de serviços, de conteúdos e de usos e aplicações.

Jenkins (2009) esclarece que o termo aplicado ao jornalismo para o fenômeno da convergência está relacionado a cinco múltiplos processos: tecnológico, econômico, social, global e cultural. Avilés, Salaverría e Massip (*apud* Barbosa, 2013) aplicam esse termo ao jornalismo, considerando que “é um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta os âmbitos tecnológicos, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação” (Avilés; Salaverría; Massip *apud* Barbosa, 2013, p.35). Os autores complementam afirmando que esse processo propicia

uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregados, de forma que os jornalistas elaboram conteúdos que sejam distribuídos através de múltiplas plataformas, por meio das linguagens próprias de cada uma delas (idem).

Esses pesquisadores sintetizam as dimensões centrais da convergência jornalística em: empresarial, tecnológica, profissional e comunicativa. A dimensão empresarial é representada pela apropriação da internet pelos meios, como aquisições, fusões e sinergia entre grupo. A dimensão tecnológica consiste na reconfiguração das rotinas e técnicas

---

jornalísticas em decorrência da adoção de novas tecnologias, ocasionando novos modos de produzir e disseminar a informação. A dimensão profissional por sua vez, considera mudanças profundas no trabalho dos jornalistas em decorrência das reestruturações empresariais e tecnológicas, com a exigência de novos saberes e a introdução de multifunções. Por fim, a dimensão comunicativa, que proporciona novas possibilidades de linguagens para o jornalismo, com formatos específicos para o ambiente digital e a configuração multimídia. Dessa forma, alterando a relação entre as tecnologias existentes e os consumidores que processam a informação, o fenômeno da convergência promove uma inter-relação entre os meios de comunicação no ciberespaço, proporcionando ao usuário que consome a informação, ao mesmo tempo, a sua produção de forma mais ativa e colaborativa (Avilés; Salaverría; Massip *apud* Barbosa, 2013).

Jenkins (2009) enfatiza que em ambiente de convergência se exige um novo perfil do profissional de imprensa, ou seja, a capacidade para trabalhar em equipe, familiaridade com as novas tecnologias, agilidade para lidar com a informação de última hora, com o tempo real da internet. E, por fim, habilidades comunicativas não somente textuais, mas também audiovisuais para pensar e construir a notícia seguindo os parâmetros da objetividade, clareza, instantaneidade, interatividade, atualização em tempo real, exatidão, simplicidade, precisão, coerência atrativa, não linearidade, permitindo o uso de vídeos, imagens e áudios, contribuindo dessa forma, no alcance de ferramentas e aparatos para produção do noticiário.

Vale salientar que o fenômeno da convergência marcado pelo uso das novas tecnologias demanda a reinvenção do modo de *fazer* jornalismo, em que, o jornalista, por sua vez, é apontado como a principal vítima. Kischinhevsky (2009) esclarece que a convergência molda o modo de *fazer* do jornalista e, principalmente, a sua própria identidade, provocando conflitos, frustrações e desmotivações. Neveu (2010, p.39) enfatiza que “a convergência piora as condições de trabalho e questiona a autoestima, que é um dos pilares da satisfação com o emprego”.

A partir dessas reflexões teóricas, é possível verificar que convergência no telejornalismo requer uma adaptação, uma apropriação de características próprias, favoráveis a incorporação de novos elementos que possibilitem a coexistência com as já existentes mídias. A presença dessas práticas sociais nos fluxos interativos envolve o entrecruzamento de diferentes dispositivos, possibilitados pelo processo de convergência.

O que vai além do aparato tecnológico, tratando-se, portanto, de um processo de reconfiguração do telejornalismo.

## CULTURA DA PARTICIPAÇÃO NO RN1

A partir da análise de três edições do RN1, escolhidas como recorte desta pesquisa, acredita-se que foi possível compreender melhor como a cultura da participação vem sendo incentivada e retroalimentada no telejornalismo da emissora potiguar. Em uma das edições analisadas durante esta investigação, o apresentador inicia o telejornal exibindo imagens produzidas pela audiência ativa, de destroços de uma ponte ocasionados pelas fortes chuvas que a atingiram a região, gerando prejuízo significativos às pessoas que se encontram no interior do Estado, que necessitam dessa via para se locomover.

Durante o noticiário foi enfatizado, através de imagens produzidas pela audiência ativa, o que foi levado pelas forças das águas, conforme ilustrado na Imagem 1. O telejornal divulgou o nome do produtor do vídeo exibido na reportagem. Dessa forma, as imagens da abertura do telejornal provocaram o engajamento do público participativo intensificando a produção de conteúdos pela audiência ativa.

**Imagem 1 – Ponte derrubada pelas fortes chuvas.**



Reprodução / InterTV Cabugi (2024)

O apresentador do telejornal informa de forma enfática que um grupo de nove pessoas entre crianças e adolescentes ficou ilhado cerca de 5 horas em decorrência da destruição da ponte pelas forças das águas provocada pelas fortes chuvas. Para apresentar o desfecho da notícia, exibiu um vídeo produzido por moradores da localidade, mostrando o resgate das pessoas, evidenciando a veracidade do fato.

Outras imagens enviadas pela audiência ativa sobre as ocorrências ocasionadas em virtude das fortes chuvas no interior do Estado, contribuíram com a produção de

conteúdo para o telejornal. Exibidas ao longo do telejornalismo, serviram como recurso para o engajamento do público, mesmo que algumas apresentassem dificuldades de visualização por serem produzidas com recursos (celulares) que, apesar da baixa qualidade técnica (ausência da iluminação suficiente para a produção de uma imagem no escuro), o vídeo foi utilizado pelo telejornal como produto importante para o noticiário, provocando o engajamento dos telespectadores, captando a audiência ativa ao telejornal RN1.

Dando continuidade ao material sobre as consequências das fortes chuvas no interior do Estado, o apresentador exibe vídeos produzidos pelo público participante de situações desastrosas ocasionadas na região. Uma delas foi da tragédia que aconteceu a um homem que conduzia uma moto, transportando uma criança com um cachorro. A filmagem flagra o momento em que o homem, criança e animal são arrastados pela correnteza, conforme observado na Imagem 2.

#### **Imagem 2 Homem na moto arrastado pela correnteza.**



Reprodução / InterTV Cabugi (2024)

Não importando a gravidade da situação vivenciada, quem estava gravando continua filmando, produzindo material para a reportagem, contribuindo com a produção do noticiário. Dessa forma, observa-se que o público participa ativamente da produção do telejornal ao longo da programação na manutenção da notícia. Percebe-se pelas imagens exibidas no telejornal o local de onde foi filmada a situação, dentro de um carro. Nesse caso, verifica-se que não há limites para o público participante, no caso a pessoa que está filmando, não deixou de gravar a cena desesperadora dos envolvidos na tragédia do afogamento, ocasionado pela força das águas do rio em decorrência das fortes chuvas.

Nesta edição, também observamos que o apresentador reforça a participação do público, convocando-o ao final de cada reportagem, com entusiasmo, a participar do

telejornal enviando os registros pelo canal de comunicação, *WhatsApp*. Falas como “você fez algum registro de alguma enxurrada e você notou aí algo diferente, curioso, registrou, manda pra gente” são locuções incentivadoras do processo de construção de pertencimento do público participante com o RN1. O que reforça o engajamento do público do telejornal. Expressões como essas são repetidamente proferidas ao longo do noticiário.

O processo de produção do RN1 com a interação/participação do público ocorre durante grande parte dessa edição (65,06%) conforme verificado nessa pesquisa. Nesta edição, fica evidente que o público participante assume a função de produtor/colaborador da notícia, produzindo áudios, mensagens, vídeos e fotografias a serem exibidas ao longo das reportagens do telejornal.

Dando continuidade à pauta dessa edição, as consequências ocasionadas pelas fortes chuvas no interior do Estado, um telespectador envia vídeos que são exibidos pelo telejornal, diretamente sem cortes, do gado sendo arrastado pela correnteza, conforme a Imagem 3. Dessa vez, narra uma história com resgate de sucesso.

**Imagem 3 - Gado arrastado em correnteza.**



Reprodução / InterTV Cabugi (2024)

Os benefícios ocasionados pelas fortes chuvas são também noticiados. O telejornal inicia a exibição da série de reportagens que serão veiculadas sobre o açude Gargalheiras, localizado no município de Acari, no Seridó potiguar, que após 13 anos, sangrou na noite do dia 03 de abril de 2024, em que o reservatório saiu de 1,63% para a sua capacidade máxima de mais de 44, 4 milhões de metros cúbicos de água. Notícia de extrema relevância ao Estado do Rio Grande do Norte. Motivo da escolha das edições, além de ter coincido com o início da pesquisa. Este assunto permaneceu em destaque por três edições até o transbordamento do açude, garantindo a audiência ativa do público participativo.

Nesse cenário, as reportagens utilizam vídeos produzidos pela audiência ativa, público comum e profissionais da área da fotografia que fazem o uso de drones na produção das imagens, creditados no telejornal como colaboradores ativos na produção da notícia. Nessa situação, verifica-se a participação de um público colaborativo especializado, contribuindo com a produção da reportagem, conforme ilustrado na Imagem 4.

**Imagem 4 - Açude Gargalheiras com 75% da capacidade.**



Reprodução / InterTV Cabugi (2024)

Como uma telenovela, o RN1 apresenta ao público participante da emissora que fiquem atentos, que o telejornal irá acompanhar o transbordamento e com a ajuda da população todo o processo será exibido no telejornal. Dessa forma, além de prender a audiência envolve as pessoas na produção do telejornal, promovendo o sentimento de pertencimento e proximidade pelo alcance das informações.

Para manter a audiência engajada, uma estratégia adotada pelo telejornal é realização de uma retrospectiva das reportagens apresentadas sobre chuvas e transbordamentos de reservatórios do Estado. Vídeos são novamente exibidos, comentados, narrados de forma enfática. O coapresentador do telejornal, que fica responsável pela seleção e apresentação dos materiais enviados pelos telespectadores, exibe um quadro informativo produzido por especialistas com os municípios que foram mais atingidos pelas chuvas, informando sobre situação em sua região reforçando a participação da audiência ativa pelo canal disponibilizado pelo telejornal.

Seguindo com a cobertura sobre o possível transbordamento do açude Gargalheiras nos próximos dias, mensagens do público também são exibidas e lidas, expressando a diversidade de opiniões sobre o noticiário, interagindo com a audiência

participativa a partir dos fatos apresentados durante a exibição do telejornal. Observa-se que os conteúdos produzidos pela audiência ativa são utilizados como estratégia de incentivo a manutenção do engajamento no telejornal, em que a interação e a espontaneidade são recursos utilizados com frequência, contribuindo em sua dinamização.

As reportagens sobre o Gargalheiras seguem durante três edições da semana até o transbordamento do reservatório na madrugada de 3 de abril de 2024. A história do açude também é narrada pela jornalista que está no estúdio da Inter TV Costa Branca, sediada no município de Mossoró e pertencente a mesma rede de televisão, evidenciando a interação com a sede localizada na capital do Estado. Ainda durante essa expectativa, o RN1 exibe fotografias antigas, enviadas pelo público participante assim como, pelo apresentador do telejornal, provocando um engajamento afetivo entre os participantes, público e o profissional jornalista. São fotos e comentários enviados pelo *WhatsApp*, conforme ilustrado na Imagem 5. As fotografias antigas, imagens históricas, são enviadas pela audiência ativa, colaborando de forma significativa na produção da reportagem exibida no noticiário.

#### Imagem 5 - Fotografias antigas do açude Gargalheiras.



Reprodução / InterTV Cabugi (2024)

Após dias de expectativas, a última edição da série é noticiada no dia 3 de abril de 2024 com a exibição de imagens ao vivo da sangria do açude Gargalheiras, mostrando o “véu de noiva”, como é conhecida a queda d’água do reservatório. A Imagem 6 ilustra a notícia mais anunciada nas edições anteriores e motivo de muita expectativa pelo público participativo, que aguardavam por esse momento, enviando constantemente conteúdos a serem exibidos no telejornal RN1, contribuindo com a produção do noticiário.

#### **Imagem 6 - Sangria do açude Gargalheiras.**



Reprodução / InterTV Cabugi (2024)

O apresentador do telejornal RN1, narra as imagens enviadas pelo público participativo ao som das águas do transbordamento do açude Gargalheiras, um relato retrospectivo do que foi exibido nas edições anteriores. O coapresentador continua chamando a atenção do público participativo para o engajamento, solicitando interação pelo canal de comunicação disponibilizado (*WhatsApp*). O telejornal passa a receber uma enxurrada de vídeos do momento em que o reservatório atinge a sua capacidade máxima, sendo exibidas imagens e áudios das emoções vivenciadas fortalecendo o engajamento, possibilitadas pela cultura da participação da audiência ativa na produção do telejornalismo potiguar.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O Telejornal RN TV 1ª Edição (RN1) vinculada a InterTV Cabugi, emissora de televisão sediada em Natal, capital do Estado do Rio Grande do Norte, afiliada a TV Globo, apresenta espaços dinâmicos de produção de conteúdos, possibilitado pela cultura da participação, em que a audiência ativa assume a função de coprodutor da notícia inseridas na programação do telejornal. Essa interação mais ativa e participativa no telejornalismo foi possibilitada pela cultura da participação que, com o uso das mídias

---

sociais, intensificou a produção de material em linguagem eletrônica com o uso de recursos adicionais.

Evidenciou-se nessa pesquisa que a cultura da participação desempenha um importante papel no RN1, servindo de fonte e produtor da notícia. Durante o noticiário, os apresentadores provocam através de uma programação interativa, a coparticipação do público, instigando-o o acesso ao canal de comunicação do telejornal, um canal de comunicação ativo, em que o público participa da dinâmica produtiva do noticiário.

O Telejornal RN1 da InterTV Cabugi abre espaço para a produção de conteúdo pela audiência ativa, agregando capital emocional à notícia, amplificando a circulação da informação, proporcionando espaço de interação e compartilhamento. Utilizando uma linguagem coloquial, o RN1 promove o engajamento de seu público, aproximando-o, rompendo o paradigma por muitos anos cultivados.

O RN1 adota práticas inovadoras no que diz respeito ao formato, às técnicas empregadas na produção e à forma como se dá o repasse de informações ao público. Percebe-se o dinamismo no perfil do telejornal, privilegiando formas diferentes de se contar a história, abrindo espaços para outros pontos de vista. O público é visto como um parceiro, como coautor das notícias, revestindo-se, de certa forma, do *status* de repórter, seja a convite da emissora, seja pelo desejo de fazer parte do processo de construção das notícias.

Portanto, é possível destacar que a cultura da participação no RN1 tem refletido na forma do *fazer* do telejornal, na sua rotina de produção, demonstrando a adaptação tão necessária diante dos avanços tecnológicos determinantes nos tempos atuais. Com isso, observa-se que esse veículo de comunicação vem abrindo espaços participativos dentro de suas rotinas produtivas, desde as sugestões de pautas, o envio de fotos, vídeos, mensagens de áudio, registro de denúncias até a abertura para uma colaboração maior, como a produção de notícias inseridas na programação do telejornal.

Diante do exposto, em suma, este estudo evidenciou que a estruturação do RN1 está estreitamente vinculada a audiência ativa do público participativo; que a qualidade do material produzido pela audiência ativa, utilizando os dispositivos de multimídia, não interfere na produção do noticiário; o conteúdo colaborativo permite o compartilhamento de informações na mídia televisiva do telejornal. Constatou-se ainda que, a junção de informação e entretenimento alcança maior engajamento junto ao público do telejornal a

partir da cultura da participação que, por sua vez, tem se destacado na otimização da produção de notícias em decorrência da interação com a audiência ativa.

## REFERÊNCIAS

ALSINA, M.R. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BARBOSA, S. Análise da convergência de conteúdos em produtos jornalísticos com presença multiplataforma. **Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano**. Artigos Seção Livre. n.1, p.139-162, jun., 2013. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/9684/6806> . Acesso em: 27 mai. 2024.

BERGER, P.L; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1995.

BISTANE, L.; BACCELAR, L. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Contexto, 2005.

CAJAZEIRA, P.E.S.L. A audiência convergida do telejornal nas Redes Sociais. **BOCC. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, v.1, p.1-97, 2014. Disponível em: [https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/pcajazeira\\_audenciaconvergida.pdf](https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/pcajazeira_audenciaconvergida.pdf). Acesso em: 16 mar. 2024.

INTERCOM. **Enciclopédia Intercom de Comunicação**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, v.1, 2010. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/a-intercom>. Acesso em: 12 mai.2024.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LÜDKE, M.; ANDRE, M.E.D.A. **Pesquisa em Educação**: Abordagens Qualitativas. 2.ed. Reimpr. Rio de Janeiro: EPU, 2022.

KISCHINHEVSKY, M. Convergência nas relações: mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: RODRIGUES, C. (org.). **Jornalismo online**: modo de fazer. Rio de Janeiro: PUC-Rio: Sulina, 2009. p.57-74.

MAIA, A. S. C. O telejornalismo no Brasil na atualidade: em busca do telespectador. In: **XVI Congresso de Ciências da Comunicação na região sudeste**, 2011, São Paulo. Anais Eletrônicos. São Paulo: Fecap, 2011. Disponível: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0839-1.pdf> Acesso em: 08 abri.2024.

NEVEU, E. As notícias sem jornalistas. Uma ameaça real ou uma história de terror? In: **Brazilian Journalism Research**. v.6, n.1, 2010. Disponível: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/246/244>. Acesso em 27 mai.2024.

SHIRKY, C. **A Cultura da Participação**: Criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

VIZEU, A.; CORREIA, J.C. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, A. (Org.). **A sociedade do telejornal**. Petrópolis: Vozes, 2008.