
A Participação do Público na Previsão do Tempo no Telejornal Paraná TV 1ª Edição¹

Aliana MACHADO²
Guilherme CARVALHO³

Centro Universitário Internacional UNINTER, Curitiba, PR

Resumo

Os telejornais estão mudando seu formato. À medida que a participação e a interatividade estão fortemente presentes na internet, os programas televisivos precisam inovar para não perder audiência. É cada vez mais comum o envio de imagens ou vídeos pelos dos telespectadores. Em parte, este movimento se deve ao acesso à tecnologia e as facilidades disponíveis ao público, mas também apontam a tentativa dos meios tradicionais em garantir identificação com o público e manutenção dos valores para o tempo destinado à publicidade. Neste trabalho apresentamos como a tecnologia e a internet tem influenciado e facilitado a participação do público na televisão e, especialmente, nos telejornais.

Palavras-chave: previsão do tempo; telejornal regional; jornalismo; participação.

INTRODUÇÃO

As mudanças atuais promovidas nos telejornais demonstram a tentativa destes programas em se adaptar a uma realidade marcada por questões tecnológicas, exigindo a adoção de práticas diferenciadas do telejornalismo de outrora. A televisão precisa se conectar com a tecnologia para manter o vínculo com seu público e para não perder audiência diante da concorrência do conteúdo *online*. Os próprios âncoras (apresentadores dos telejornais) usam celulares ou *tablets* na frente das câmeras, tornando, assim, mais evidente a interação dos apresentadores com o público durante os programas.

Partindo dessas características, verificamos o caso do telejornal regional, Paraná TV 1ª edição, da emissora RPC TV. O programa se caracteriza por destacar os pontos de regiões próximas entre os moradores e também por exibir notícias de

¹ Trabalho apresentado no IJ01 - Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Egresso do Curso de Jornalismo da Uninter, e-mail: alianamachado@outlook.com.

³ Orientador do trabalho. Professor e coordenador do Curso de Jornalismo da Uninter, e-mail: guilherme.ca@uninter.com

interesse estadual. As produções têm raízes regionais e procuram atender questões locais que não são abordadas pelo telejornalismo nacional (MELO, 2010).

A emissora RPC exhibe diariamente o telejornal regional (das 12h às 12:45h, de segunda a sexta, sábado o tempo de exibição é um pouco menor) que desempenha um papel na publicação dos conteúdos da região por ser o maior (audiência e estrutura) telejornal regional do estado. Através das identidades construídas pelos telejornais regionais, o telespectador consegue ter uma maior afeição tendo a sensação de proximidade com o veículo.

Dentre os momentos em que esta interatividade torna-se mais evidente está o quadro da previsão do tempo. Esse momento permite que os telespectadores mostrem algo que diz respeito à cidade onde vivem, fazendo com que se sintam produtores e participantes de algum modo.

Este artigo, portanto, traz os resultados de uma pesquisa elaborada a partir de uma monografia, que busca compreender como se estabelecem as relações entre um telejornal regional e o público em um contexto de convergência. Para tanto, apresentamos dados sobre a colaboração do público e sobre os processos de produção do quadro de previsão do tempo no Paraná TV.

INTERATIVIDADE, PARTICIPAÇÃO E COLABORAÇÃO

O termo interatividade ainda não está dicionarizada, porém, a palavra interação é formada pela derivação sufixal, com a adição do prefixo latino “inter-” à palavra ação: inter + ação. Podemos dizer, então, que é aquilo que está fazendo parte ou está ligado à massa, à comunicação e à tecnologia, interligando pessoas ou grupo de pessoas.

A interatividade digital vem ganhando notoriedade dentro das novas mídias. O conceito é novo apesar de ser algo praticado há muito tempo. Atualmente, os processos de interação vem ganhando espaço com tecnologias que favorecem este tipo de relacionamento. “Na era digital, o valor do jornalismo na sociedade está se expandindo. Os cidadãos fazem mais do que simplesmente obter informação de fontes noticiosas. Eles contribuem para o fluxo informacional” (PAVLIK, 2014, p.181).

De acordo Rost (2014, p.53), “a interatividade é uma das características essenciais da comunicação na web. Cada vez que se analisa a linguagem da internet, apela-se à ideia da interatividade como um dos seus pilares”.

Na fase atual, não se trata de um novo suporte técnico apenas – o computador –, mas também de uma maneira diferente de produzir, difundir e receber a informação de caráter jornalístico. Esse fator se evidencia ainda mais com a difusão pela rede mundial de computadores (Internet), a partir da década de 90, que potencializou a interatividade, a instantaneidade e a hipermídia, quebrando, de certa forma, as fronteiras de tempo e espaço geográfico, gerando, assim, um espaço público virtual. (FONSECA; LINDEMANN, 2007, p. 3-4)

Com o acesso ao digital, ficou mais prático durante os programas televisivos o contato entre público e jornalista e/ou apresentador. Para quem tem acesso, a tecnologia vem proporcionando a praticidade e a usabilidade de realizar esse contato entre telespectadores e produtores.

A interatividade é um conceito ponte entre o meio e os leitores/utilizadores, porque permite abordar esse espaço de relação entre ambas as partes e analisar as diferentes instâncias de seleção, intervenção e participação nos conteúdos do meio. Insere-se nessas zonas de contato entre jornalistas e leitores, que as tecnologias têm alargado e simplificado. (ROST, 2014, p. 53)

O uso e adaptação do público à tecnologia contribui também para determinar estratégias para o desenvolvimento de novos produtos e serviços que realimentam o mercado consumidor. Este uso vem sendo associado a uma série de outras práticas de consumo, incluindo o consumo de produtos culturais. “O público passa a ser uma opção viável para os veículos tradicionais, ao renovarem os modos como produzem e divulgam as notícias” (FRAZÃO, 2012, p. 2).

O cidadão comum vem ganhando espaço para a produção de conteúdos. Basta elaborar algo interessante e com qualidade para que os veículos de comunicação possam filtrar e até mesmo aceitar conteúdos para integrarem parte das produções. “Cidadãos equipados com smartphones se tornarão, no século XXI, repórteres continuamente engajados, capturando com seus telemóveis fotografias e vídeos de notícias que acabam de acontecer” (PAVLIK, 2014, p. 165).

[...] no webjornalismo participativo, o interagente é integrado ao processo de produção da notícia como nunca antes. Alguns sites noticiosos, inclusive, podem depender totalmente da intervenção dos internautas. Sem a participação ativa de um grupo em interação mútua, esses webjornais não têm qualquer função. (PRIMO; TRÄSEL, 2006, p. 10)

A colaboração é um termo original do latim que significa “trabalhar junto”. Pode-se também entender como ajudar, contribuir ou auxiliar, referindo a um processo

em que pessoas cooperam para a realização ou a concretização de algo. Dentro do jornalismo, essa colaboração pode ser feita entre profissionais ou não profissionais, desde fontes jornalísticas até o repasse de acontecimentos, denúncias e sugestões (DEL VECCHIO, 2018).

O jornalismo colaborativo pode ser entendido também como a mediação que ocorre quando há o envio de materiais como fotos e vídeos para um veículo específico pelo telespectador. Desse modo, pode-se entender que a mídia tradicional estimula a colaboração.

A colaboração do cidadão comum em um telejornal tem se tornado bastante frequente. “A diferença da participação do público, antes apenas consumidor das mídias jornalísticas, é que hoje ele é colaborador direto e ativo na produção, e esta participação é marcada atualmente pela intensidade e frequência” (DEL VECCHIO, 2018, p.7).

Os programas televisivos abordam temas e situações para aproximar o telespectador com fatos do cotidiano e casos que as pessoas vivenciam. A interatividade é um canal para isso. Há uma identificação por parte do público que se sente parte daquele cenário, o que o faz se sentir, de certa forma, importante em estar produzindo conteúdos e ajudando a contribuir para aquele meio de comunicação.

Os blogs foram uma das primeiras consequências da interação do público. Hoje a maioria da população tem acesso às ferramentas tecnológicas, que, por sua vez, são baratas ou gratuitas em muitos casos e de fácil acesso. A mídia digital (o que está relacionado às novas tecnologias) está ocupando cada vez mais espaço entre o público. Ela está em constante desenvolvimento e progresso. Cada vez mais o público está envolvido com as mídias, querendo participar, interagir e fazer parte da produção de conteúdos.

O telejornal, objeto de estudo neste caso, Paraná TV 1ª edição também achou métodos para se adaptar às novas realidades. Uma equipe, dentro do telejornal, criou o aplicativo “Você na RPC”, por meio dos telespectadores, no qual enviam vídeos e/ou fotos para serem veiculados no decorrer do programa. Além do site G1 Paraná que também possui um link chamado “Você na RPC” com a mesma finalidade, portanto é prático, fácil e ágil mandar conteúdos para o telejornal. Como podemos observar na figura 1, que refere-se ao aplicativo na versão móvel e na figura 2 que se trata do aplicativo na versão do computador.

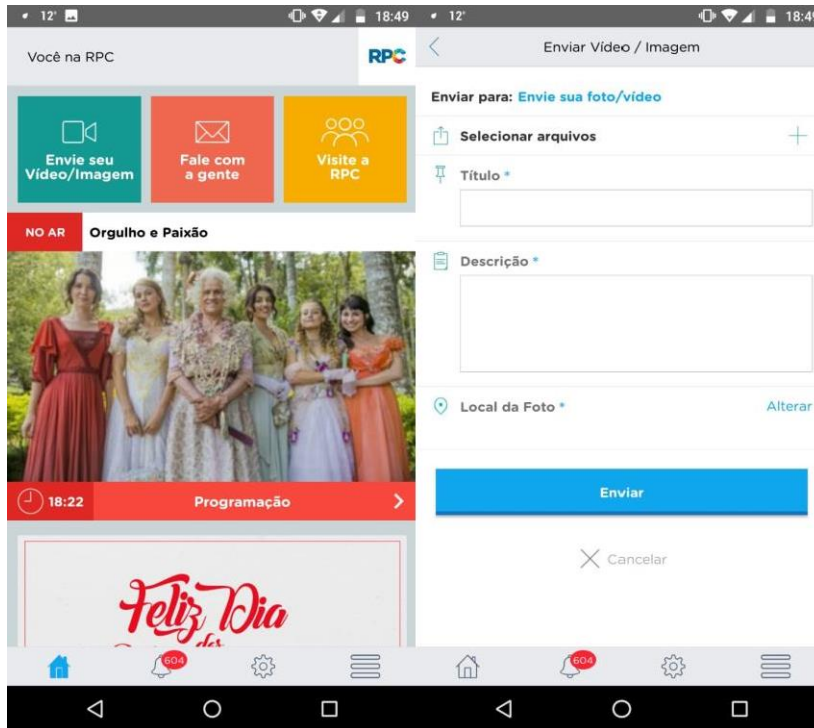


Figura 1: Versão aplicativo móvel do aplicativo “Você na RPC”

Fonte: aplicativo RPC (visualizado em 07/06/2018)

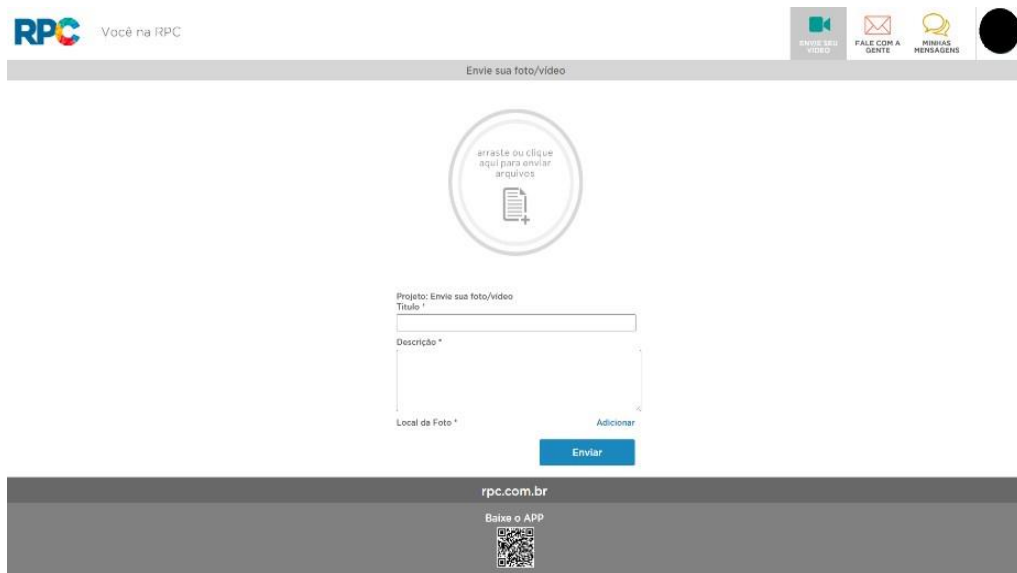


Figura 2: Versão computador do aplicativo “Você na RPC”

Fonte: site RPC (visualizado em 07/06/2018)

Tanto pelo site como pelo aparelho celular, o processo de postagem é o mesmo. O que vai diferenciar é que pelo dispositivo móvel, telespectador tem que baixar o aplicativo. Porém o processo é simples e rápido: basta se cadastrar e fazer o

login, depois preencher o formulário que está na “figura 2” e enviar o arquivo que podem ser fotos, vídeos e textos. É obrigatório informar a localidade do arquivo enviado. No aplicativo não é especificado o limite de tamanho do arquivo.

O TELEJORNALISMO REGIONAL

A televisão é um instrumento que fascina os telespectadores. Sendo o principal veículo de propagação, suas mudanças tecnológicas não afetaram apenas o aparelho televisão, mas também em como fazer televisão (suas programações). “No Brasil, nos últimos dez anos é que começamos a perceber, com mais intensidade, esses efeitos e apesar de todas as influências e mecanismos de convergência, a televisão não deixou de ser televisão” (SIQUEIRA, 2014, p.56).

A legitimidade é um fator crucial para a televisão, afinal através dela é possível não apenas escutar, mas também ver o que de fato está acontecendo, desse modo, os telejornais acabam passando uma credibilidade essencial ao transmitir a notícia. “A televisão é hoje o veículo mais popular como forma de entretenimento, atualização e obtenção de informações. Pela sua própria natureza, não é um veículo de minorias”. (SQUIRRA, 2004, p. 12)

Os telejornais fazem parte da vida cotidiana do cidadão. Para muitos, ainda é o único meio de informação sobre a sua região e o mundo, desse modo, conseguem alcançar vários fatos que não seria possível de outra forma. A mídia acaba construindo uma realidade e um espetáculo para o público que só tem esse meio para se informar. Na prática diária das redações, a busca é sempre tornar os conteúdos mais familiares, como se fosse um “lugar de segurança” para o cidadão (PEREIRA JÚNIOR, 2006).

O telejornalismo regional tem características próprias. Segundo Fernandes (2013), ele representa o que há de único entre moradores de um único lugar, uma região, porém, mostrando o que é noticioso e que acontece no país também. As raízes sempre serão locais, mas as notícias que o telejornal engloba são de interesses geral abordando a todo momento assuntos factuais a partir de um olhar regional.

No universo televisivo, é possível observar a necessidade de estabelecer uma identidade com o público. E a regionalização é um caminho para isso, uma vez que mesmo tendo notícia em nível global, as pessoas necessitam de informações que estão próximas da sua realidade, ou seja, elas precisam ter notícias sobre o que está acontecendo no ambiente em que vivem, no bairro em que moram. (FERNANDES, 2013, p. 18)

Uma linguagem coloquial, associada a imagens, torna mais fácil a compreensão para o telespectador, as informações visuais são captadas mais facilmente. Pois uma linguagem mais simples está presente na vida cotidiana do cidadão, atraindo assim, a atenção dele. A identidade regional é o principal fator que vai distinguir esse tipo de telejornal para o nacional. Em alguns casos, essas notícias veiculadas são o único meio de contato com o que está acontecendo na região que o telespectador tem. De acordo com Moraes e Reis (2010, p. 14), “podemos acrescentar, ainda, a importância dada para a soma da imagem com a linguagem, com o intuito de desenvolver o conhecimento do telespectador”.

“A relação entre jornalistas e telespectadores é significativa para a produção de telejornais de qualidade, uma vez que há uma interação comprometida com a cidadania” (FERNANDES, 2013, p. 24). O telespectador também sugere e participa na criação das pautas, isso é bem útil na construção do telejornal, principalmente no regional, afinal ninguém melhor do que o próprio cidadão para identificar problemas do cotidiano.

Os telejornais regionais já têm uma postura mais própria, mais regionalizado, focando um pouco mais naquele local. É o momento em que há uma maior proximidade entre o cidadão e sua região, prevalecendo uma linguagem coloquial e raízes locais. Assim, torna a informação e conteúdos locais mais próximo possível daquele público. A relação entre o jornalista e o telespectador é crucial para se fazer um bom telejornal e fidelizar o seu público. E a colaboração desse cidadão comum torna isso mais possível.

PREVISÃO DO TEMPO NO PARANÁ TV

“É possível observar que, desde os primórdios, a meteorologia já fazia parte da vida das pessoas, o interesse era saber se iria chover ou fazer sol” (MORAIS; REIS, 2010, p. 5). O quadro é apresentado nos telejornais com o intuito de satisfazer o interesse do telespectador. Foi a partir dos anos 1990 que a previsão do tempo se tornou mais importante dentro do conteúdo dos telejornais.

A previsão do tempo, como prestação de serviço, era apresentada apenas como uma nota, desde o início do telejornalismo no Brasil. A tecnologia trouxe mais possibilidades de informação, tanto para a meteorologia, com a ajuda de computadores, quanto para a exibição do quadro e de suas previsões na TV, as quais, além dos equipamentos tecnológicos utilizados,

possibilitaram a presença do jornalismo científico, trazendo informações meteorológicas mais aprofundadas. (MORAIS; REIS, 2010, p. 4)

Ultimamente a previsão do tempo deixou de ser um mero momento dentro do telejornal e, com o passar dos anos, ganhou mais espaço, mais tempo e, em alguns casos, é a ocasião onde ocorre uma interação com base na colaboração do telespectador.

As alterações no clima estão cada vez mais frequentes. Problemas na infraestrutura das cidades tornam-se fonte de problemas urbanos como inundações, enchentes, secas, desabamentos, ganhando um destaque maior na televisão, pois são questões que interferem na vida e nos compromissos dos cidadãos.

A informação meteorológica é imprescindível, pois é ela que vai conduzir os setores produtivos e até a geração de energia do mundo. Além do turismo, saúde, transporte e o cotidiano da população, a tendência é que cada vez mais se torne relevante os assuntos relacionados a previsão do tempo, como os outros assuntos de interesse público. Dados básicos com informações diárias sobre climas não são mais suficientes para divulgar o que está ocorrendo e suprir as notícias para a população.

O avanço da tecnologia está interligado a uma melhoria no resultado, a inovação aperfeiçoou muitas áreas, tanto em relação aos computadores, satélites e precisões nos termômetros.

Por mais que o telespectador esteja se relacionando com o telejornal e com o quadro da previsão do tempo, em especial, sua participação acaba sendo superficial, pois tem um profissional por trás selecionando e editando o que irá para o ar. O telespectador apenas colabora, por mais que, o que ele esteja fazendo faça com que se sinta mais próximo do telejornal. “A previsão do tempo tem sempre uma audiência muito bacana. Mas não é apenas a audiência que a gente consegue atingir, mas também o carinho daquela pessoa que vê sua imagem no telejornal”. (OLEKSY, 2018).

Para verificar como se dá a colaboração do público no quadro da previsão do tempo do telejornal Paraná TV 1ª edição, realizamos uma observação de todas as edições nos períodos de novembro 2017, abril e maio 2018.

A observação foi realizada por meio dos vídeos disponíveis no site da RPC do momento da previsão do tempo. Também foi realizada uma entrevista com a jornalista Ana Carolina Oleksy, no dia 6 de junho de 2018, com o intuito de entender como

funciona o processo de seleção do conteúdo enviado pelos telespectadores, e todo o procedimento até a exibição dos mesmos.

Oleksy (2018) afirmou que é ela mesma quem faz todo o processo de seleção do conteúdo que é enviado para “Você na RPC”. É a jornalista que monta o mapa todo, seleciona as imagens ou vídeos e cuida da edição. Seu critério é baseado nas informações que acredita acrescentar nos assuntos que irá falar durante a previsão, isto é, as imagens exibidas devem casar com o conteúdo abordado na previsão.

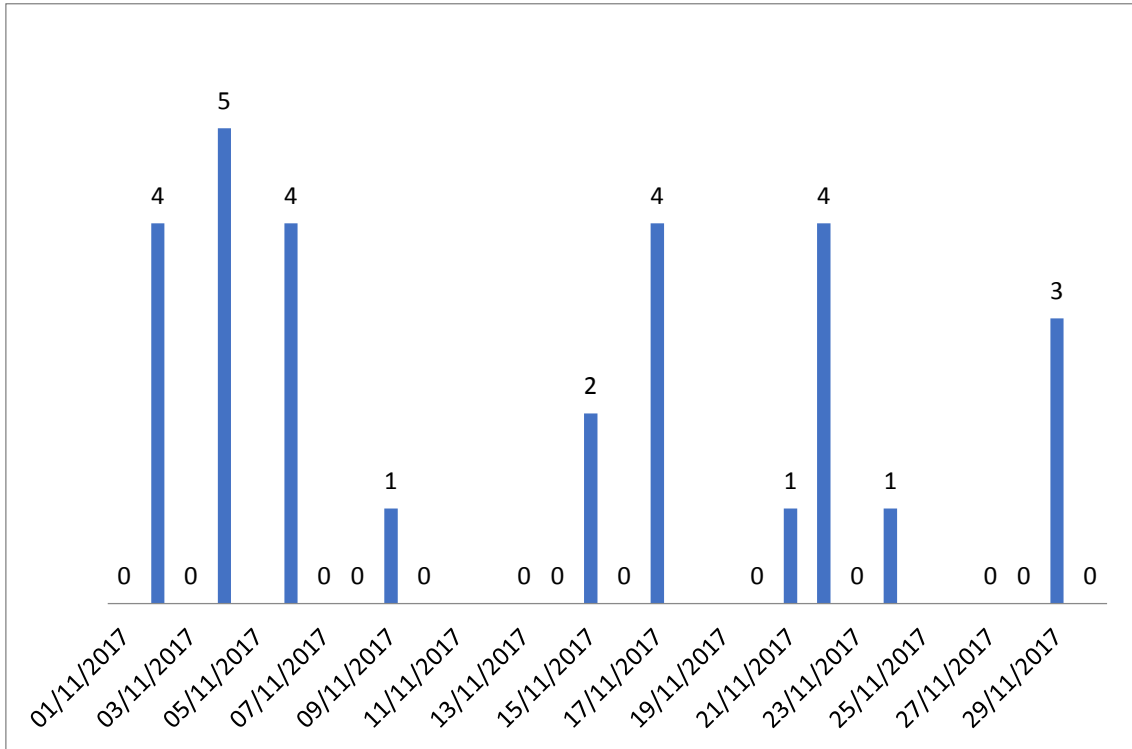
É Alessandra Mendes, editora chefe de Ana Carolina Oleksy quem define quanto tempo ela tem para preparar todo o material.

Ela pode me dar, como também pode me tirar tempo. Isso vai depender de diversos fatores relacionados ao clima daquele dia. [...] os dias que têm um temporal, eu vou ter mais tempo, porque eu preciso mostrar mais lugares e situações, todo dia a gente se reúne e decide o que vai ter no decorrer do quadro. (OLEKSY, 2018)

Há vários critérios de seleção empregados no caso analisado em que se utiliza a respeito da previsão do tempo de conteúdos que vão integrar o quadro previsão do tempo do telejornal. Independentemente de como o público se sente ao enviar os vídeos e/ou fotos, como por exemplo, se sentir parte do jornal, principalmente quando vê a exibição daquilo que enviou, esse processo pode ser entendido dentro da perspectiva teórica que nós construímos como colaboração. O telespectador contribui no quadro da previsão do tempo do telejornal Paraná TV 1ª edição, mas ele não determina quais são os conteúdos que vão aparecer, não sabe o dia e nem se realmente o seu conteúdo irá ao ar.

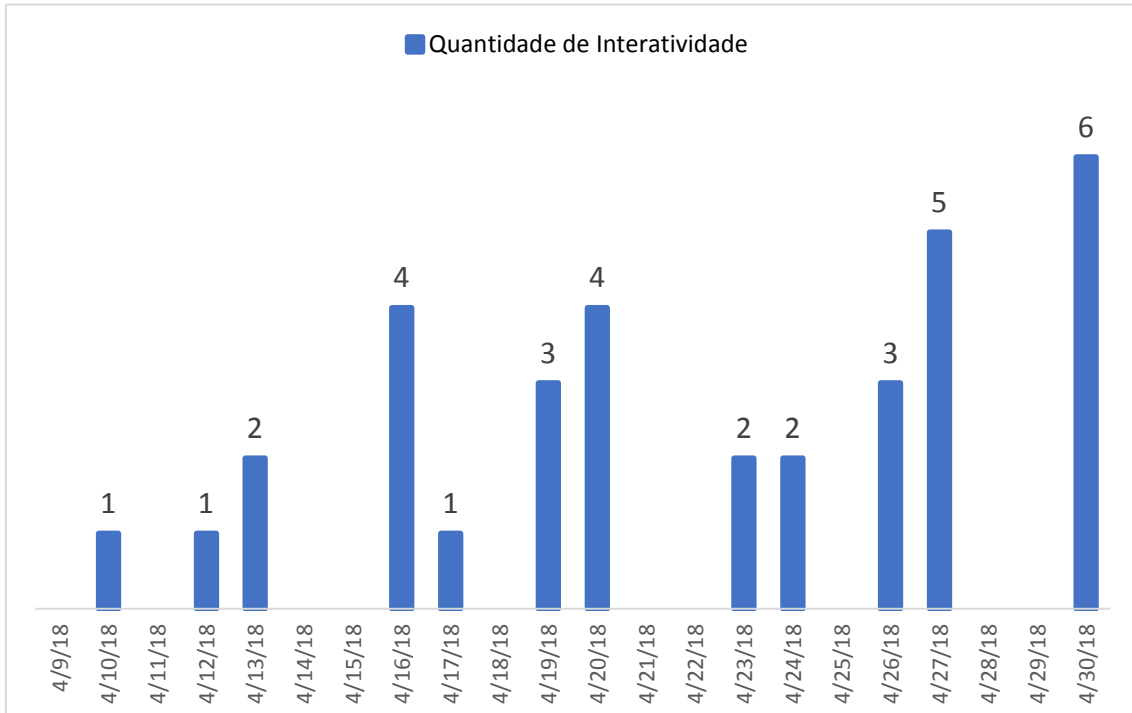
A jornalista procura sempre mesclar na sua seleção diária, mas dando uma certa prioridade para os telespectadores fiéis. “Eu sempre procuro colocar algumas fotos de pessoas que eu sei que estarão com a gente na hora do al- moço, para que as pessoas se sintam ali representadas” (OLEKSY, 2018). Ela ainda disse que não adianta falar só de Curitiba sendo que tem outras cidades que também assistem o jornal, por isso que sempre terão outras regiões em exibição no quadro da previsão do tempo pois independente onde o telespectador mora, ele quer sempre ver um pouco de sua região no telejornal.

Gráfico 1 – Quantidade de participações em cada edição do Paraná TV – novembro 2017



Fonte: site RPC. / Autora: Aliana Machado (2018)

Gráfico 2 – Quantidade de participações em cada edição do Paraná TV - abril e maio 2018



Fonte: site RPC. / Autora: Aliana Machado (2018)

Os gráficos 1 e 2 se referem ao número de telespectadores que colaboraram diariamente nos meses de novembro 2017 e abril e maio de 2018. Como pode ser observado, houve mais participações e mais interatividade em cada edição neste ano do que no ano de 2017. A média foi de 4 participantes por dia. Quando não houve alterações climáticas ou eram das de tempo estável, a média ficou entre 1 e 2 participantes. Em 29 de abril foi registrado um número maior de participações devido a um forte nevoeiro e neblina em todo o estado e que gerou muito conteúdo para ilustrar a previsão do tempo deste dia.

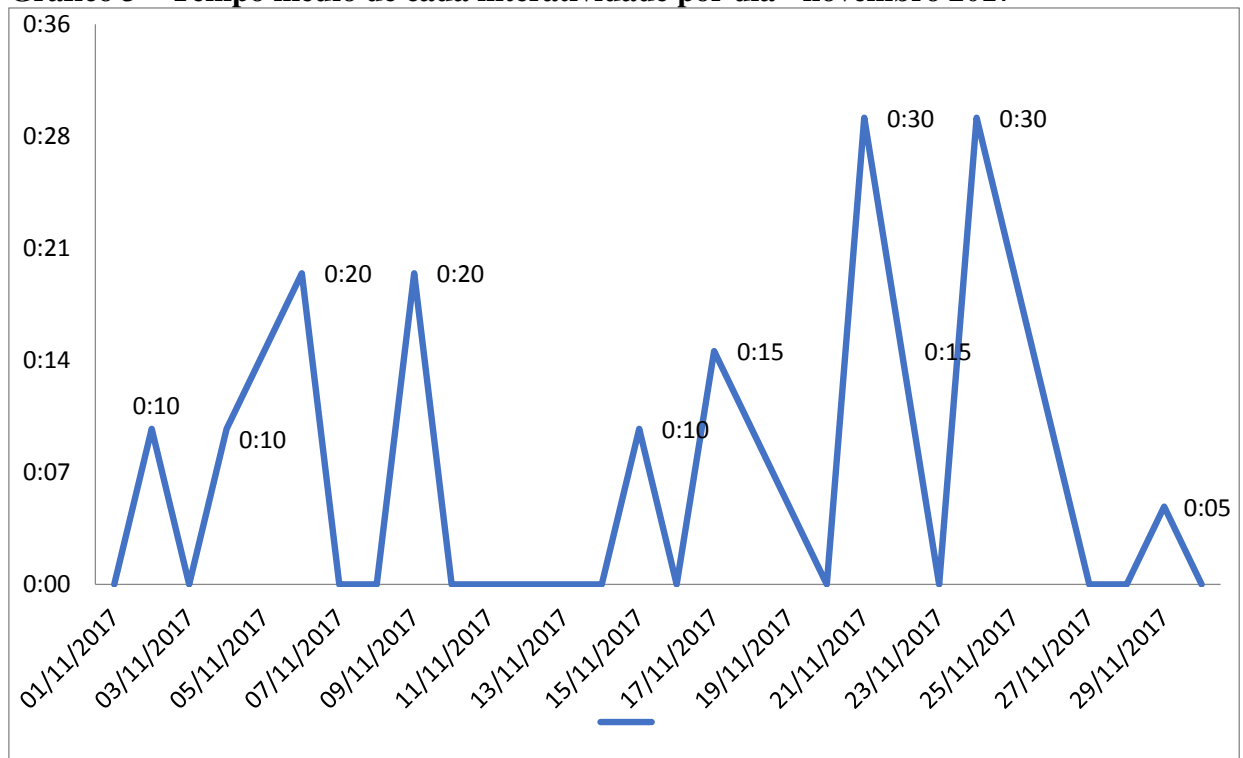
O telespectador não é avisado que seu conteúdo será exibido naquele determinado dia. Quando ele entra pelo aplicativo e completa todos os dados, ele está autorizando o uso da imagem, cedendo o uso dela para a emissora e se comprometendo com a verdade, por meio de um termo que o telespectador mesmo preenche, via online, ao enviar seu conteúdo. Ao mesmo tempo, isentando o jornal dessa obrigação de avisar.

Quando são pessoas mais próximas, como por exemplo, as pessoas que mandam imagens todos os dias, elas mesmas mandam mensagens pelo aplicativo perguntando sobre a exibição de seus conteúdos. O aplicativo tem dois caminhos: foto ou mensagem. Mas existem aquelas pessoas que querem assistir o jornal com aquela expectativa sem saber se sua imagem irá ao ar ou não, nesse caso elas não tentam entrar em contato.

Em novembro de 2017 foram exibidos mais vídeos do que fotos, devido uma forte instabilidade que havia chegado no Paraná e provocado muita chuva e inundações em todo o estado. Em abril e maio foram exibidas mais fotos devido a galeria especial de outono onde são exibidas fotos dos telespectadores retratando paisagens da estação em cidades do estado.

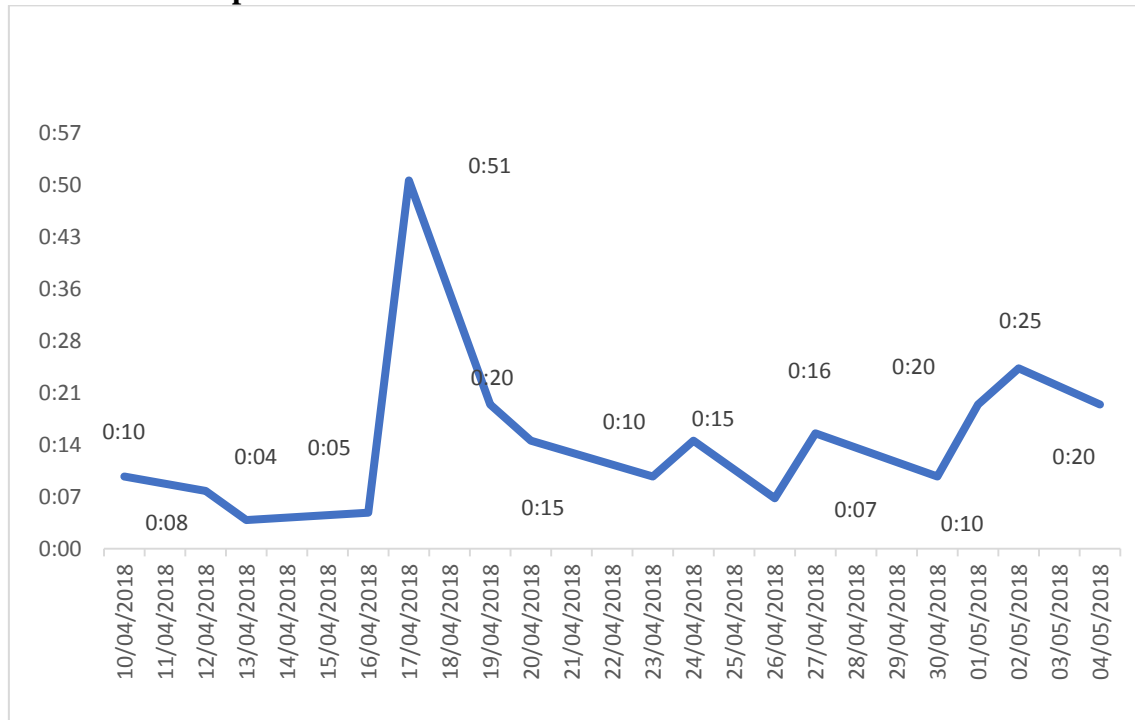
Verifica-se que tanto as fotos como os vídeos possuem tempo médio de até 10 segundos de exibição. Quando as fotos e ou vídeos são de um mesmo autor o tempo é reduzido para que possa encaixar mais conteúdo durante a interatividade. Durante os segundos em que são mostrados, eles dão um zoom para ter um leve movimento nesse determinado momento dentro da previsão.

Gráfico 3 – Tempo médio de cada interatividade por dia - novembro 2017



Fonte: site RPC. / Autora: Aliana Machado (2018)

Gráfico 4 – Tempo médio de cada interatividade - abril e maio 2018



Fonte: site RPC. / Autora: Aliana Machado (2018)

Os gráficos 3 e 4 mostram o tempo médio de interatividade em cada edição analisada. No gráfico 3, referente a novembro 2017, há dias em branco, que são justificados por não terem sido exibidos nenhuma interatividade durante o quadro. No caso do mês de abril (gráfico 4) o tempo de interatividade do dia 17 foi quase o triplo do restante do mês devido a chegada de um tempo frio e instável onde chegaram muitas fotos do litoral com avanço do mar e do interior do estado mostrando o tempo frio.

O tempo médio da exibição dos vídeos e das fotos variam de acordo com o tempo oferecido no espelho do telejornal e também sobre o valor-notícia como, uma tempestade que varreu parte de uma cidade ou uma inundação, por exemplo.

A parte das mensagens no aplicativo é muito útil, além de sugestões e críticas é possível ter a chance de analisar materiais que passaram despercebidos. “Tem pessoas que mandam mensagens dizendo que já me mandaram várias fotos e nunca foi ao ar, daí eu penso: poxa vida vou olhar o material daquela pessoa com mais carinho” (OLEKSY, 2018).

Segundo a jornalista o quadro “O Brasil que eu quero” não afetou de nenhuma maneira a colaboração do telespectador na previsão do tempo. A exibição é apenas em telejornais nacionais Globo rede e não regionais. “A única coisa que mudou foi a maneira de pedir os vídeos, eu aproveitava esse momento da previsão do tempo e pedia para as pessoas, que estão na nossa região, que fizessem e mandassem os vídeos. O resultado disso foi que fomos os primeiros a fechar 100% a meta de todas as cidades da região” (OLEKSY, 2018).

Comparando a análise feita entre os meses de abril e maio com os dados obtidos em novembro de 2017, constatou-se que o quadro da previsão do tempo teve seu tempo de duração estendido em 2018. No total foram analisadas 71 participações distribuídas em 45 dias ou edições. Em média são 2 colaborações de telespectadores no quadro da previsão do tempo por edição.

A interatividade do telespectador na produção do telejornal, na previsão do tempo é algo que aparentemente deu certo. Com essa possível aproximação do telespectador e redação, a riqueza de detalhes e conteúdos aumentam e facilitam, de certa forma, o trabalho do jornalista. Essa colaboração que o telejornal está promovendo é uma resposta a um momento desfavorável relacionado aos meios de comunicação tradicional.

Os telejornais estão procurando se adaptar e se aproximar dos telespectadores. Essa interação faz com que o cidadão se sinta realmente no tele- jornal. “A gente não está apenas transmitindo notícia, a gente está trocando informação. Então essas pessoas também estão fazendo parte da nossa história e todo mundo vai se sentir mais próximo” (OLESKY, 2018). Para a jornalista, os profissionais interagem com os telespectadores, porém, para afirmar algo preciso, seria necessária uma outra investigação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com os avanços tecnológicos, os programas televisivos precisaram se reinventar e se moldar para não perder espaço e audiência para a web. Desse modo, os próprios telejornais usaram algumas táticas para tentar eliminar a parede entre âncora e telespectador. Com base nisso, o telejornal regional Paraná TV 1ª edição criou um aplicativo “Você na RPC”. Por meio dele é possível cidadãos comuns enviarem fotos e vídeos de algo especial relacionado a tempo e natureza para ser veiculado na previsão do tempo do telejornal. Com base nos dados obtidos na análise, a média é de quatro exibições diariamente, porém, segundo Olesky (2018), são enviados por volta de 50 conteúdos diariamente pelo aplicativo para a seleção.

A previsão do tempo evoluiu, as pessoas querem informações. Agora não basta informar apenas a previsão, mas também deve-se mostrar imagens e, se for o caso, os danos causados em determinada região, incluindo relatos de moradores que podem servir como fontes de informação.

A interação com o telespectador do Paraná TV 1ª edição é tida como colaboração. Apesar de colaboração e participação serem, em alguns casos, sinônimos, a participação é definida como algo mais profundo, além de que ficou comprovado que é a jornalista quem seleciona e edita os conteúdos que vão ao ar, isso mostra que todo processo essa interação é definida pelo jornal.

REFERÊNCIAS

DEL VECCHIO, Myrian de Lima. Jornalismo Colaborativo pré e pós- internet em cenários de participação e cidadania. CARVALHO, Guilherme (org.). **Jornalismo e cidadania**: abordagens contemporâneas de diferentes iniciativas no Brasil. Curitiba: Intersaberes, 2018. [no prelo]

FERNANDES, Carolina. **Telejornalismo regional: uma análise dos critérios de noticiabilidade utilizados no Jornal 53** diante da contribuição organizacional e social.

51 p. Monografia em Comunicação. 2013. Disponível em:

<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fernandes-carolina-telejornalismo-regional.pdf>>.

Acesso em: 19/03/2018.

FONSECA, Virginia; LINDEMANN, Cristiane. **Webjornalismo participativo: repensando algumas questões técnicas e teóricas.** Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia. V. 14. núm. 34. dezembro, 2007, pp. 86-94. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul Porto Alegre, Brasil. Disponível em:

<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/34_57>.

Acesso em: 23/07/2017.

FRAZÃO, Samira Moratti. **Jornalismo participativo no telejornal: o telespectador como produtor de conteúdo.** Itajaí. v. 11. n.2, jul./dez. 2012. Disponível em: <<https://siai32.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/4311/2519>>.

Acesso em: 08/10/2017.

MARTÍN–BARBERO, Jesus. **Dos Meios às Mediações: comunicação cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2013.

MELO, Rostand de Albuquerque. **Telejornalismo e Cotidiano: a construção de enquadramentos sobre a vida urbana no JPB 1ª edição.** 2010. 130 f. Dissertação Mestrado em Comunicação e Culturas Midiáticas – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2010.

MORAIS, Andréa Maria; REIS, Heloisa Beatriz Cruz. **A meteorologia no telejornalismo contemporâneo: Um estudo de caso do programa “Jornal Hoje”.** Caxias do Sul, RS, 2010.

OLEKSY, Ana Carolina. **Entrevista: Processo da seleção dos vídeos para a previsão do tempo Paraná TV 1ª edição.** Junho 2018. Entrevista concedida a Aliana Machado. Monografia: A participação do público na previsão do tempo no telejornal Paraná TV 1ª edição.

PAVLIK, John V. Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. **Telejornalismo: cotidiano e lugar de segurança.** v. 3. n. 1. 2006. Florianópolis, Santa Catarina. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2246>>. Acesso em: 03/04/2018.

PRIMO, Alex ; TRÄSEL, Marcelo Ruschel . **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias.** Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006.

ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: CANA-VILHAS, João (org). Webjornalismo: **7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

SIQUEIRA, Fabiana Cardoso; VIZEU, Alfredo. Jornalismo em transformação: as escolhas dos formatos das notícias na TV. In: VIZEU, Alfredo; MELLO, Edna; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska. **Telejornalismo em questão**. Coleção Jornalismo Audiovisual. V3. Florianópolis: Insular, 2014.

SQUIRRA, Sebastião Carlos de M. **Aprender Telejornalismo**: produção e técnica. São Paulo: Brasiliense, 2004.