

O percurso do amador para integrar notícia televisiva: as motivações e modalidades de cooperação no telejornalismo brasileiro

El recorrido del aficionado para integrar noticia televisiva: las motivaciones y modalidades de cooperación en el telediario brasileño

The amateur's journey to integrate television news: the motivations and modalities of cooperation in Brazilian television journalism

Marcelli Alves da Silva¹ e Fábio Henrique Pereria²

Resumo

Este artigo se propõe a compreender as motivações e as modalidades de cooperação dos amadores no telejornalismo de referência no Brasil e para isso utilizou dois pilares metodológicos: mapeamento e entrevistas semiestruturadas. O estudo possibilitou entender um pouco mais sobre a relação do amador no contexto da notícia televisiva além de levar a percepção que existe uma pluralidade motivacional por parte de quem envia o material a televisão. Além disso, concluiu-se que a forma como o jornalismo (e suas convenções) é apropriado como uma ferramenta de expressão tanto das demandas de uma coletividade, como do gosto individual pela prática de produzir imagens, de reportar eventos considerados como relevantes e/ou interessantes.

Recibido: 16 de mayo de 2019
Aceptado: 15 de junio de 2019
Publicado: 16 de diciembre de 2019

¹ Marcelli – Alves – da Silva. Professora e pesquisadora Universidade Federal do Maranhão – UFMA, Coordenação do curso de Jornalismo/ PPGCOM. Doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília/ UnB. Professora adjunta do curso de Comunicação Social Jornalismo /PPGCOM, campus Imperatriz MA. E-mail: Alves.marcelli@yahoo.com.br Número de ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8014-3946>

² Fabio – Henrique – Pereira. Professor e pesquisador. Universidade de Brasília – UnB. Professor e pesquisador Doutor em Comunicação pela Universidade de Brasília/ UnB. Professor adjunto do curso de Comunicação Social Jornalismo /PPGCOM, UnB. E-mail: fabiop@gmail.com Número de ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6075-5566>

Palavras-chave

Mundo social, mapeamento, cinegrafista amador, vídeo amador, Brasil, jornal nacional.

Resumen

Este artículo se propone a comprender las motivaciones y las modalidades de cooperación de los aficionados en el telediario de referencia en Brasil y para ello utilizó dos pilares metodológicos: mapeo y entrevistas semiestructuradas. El estudio posibilitó entender un poco más sobre la relación del aficionado en el contexto de la noticia televisiva además de llevar la percepción que existe una pluralidad motivacional por parte de quien envía el material a la televisión. Además, se concluyó que la forma como el periodismo (y sus convenciones) es apropiado como una herramienta de expresión tanto de las demandas de una colectividad, como del gusto individual por la práctica de producir imágenes, de reportar eventos considerados como relevantes y/o interesante.

Palabras clave

Mundo social, mapeo, cinegrafista amateur, video amateur, periódico nacional.

Abstract

This paper intends to understand the motivations and modalities of amateur cooperation in reference telejournalism in Brazil and for this it used two methodological pillars: mapping and semi - structured interviews. This study enabled to understanding a bit more about the place of the amateur in the context of TV news. Moreover, it highlighted the diversity of motivations that explain his participation on broadcast journalism. Finally, as a conclusion the paper described how journalism (and its convention) were appropriated as an instrument to express the collectivity demands, but also the individual taste for the practice of recording images and reporting relevant and/or interesting events.

Key words

Social World, Cartography, Amateur Cinematographers, Amateur Videos, Brazil, National journal.

1. Introdução

O que leva um cidadão a pegar o seu dispositivo móvel, capturar uma imagem e enviá-la para a redação de um telejornal com o intuito de colaborar com a produção da informação? Como ele vê o seu trabalho? E que tipo de imagem “amadora” costuma ser utilizada pelos telejornais? Com base nesta inquietação, este artigo se propõe a compreender as motivações e as modalidades de cooperação dos amadores no telejornalismo de referência no Brasil.

Para isso, elegemos como objeto desta pesquisa o Jornal Nacional – JN, da Rede Globo, primeiro em audiência no horário nobre da televisão brasileira. Ele vai ao ar de segunda a sábado, às 20h, e possui em média de 45 minutos de duração. É importante lembrar que o Jornal Nacional por muito tempo manteve um formato ortodoxo, sem muita abertura para participação. Em 2000, começou a acenar com mudanças, a apresentação passou a ser realizada diretamente da redação – que é atualmente o cenário de fundo do veículo. Além disso, introduziu-se recursos interativos on-line como forma de promover a aproximação com a audiência do telejornal: *Fanpage* no Facebook; conta no Twitter; e site no portal da emissora³.

Essas mudanças no formato do telejornal encontram ressonância com os resultados de estudos recentes, que sugerem uma reconfiguração das relações entre públicos e jornalistas, potencializada sobretudo pela introdução das tecnologias digitais nas redações (Mesquita, 2016, Calabrese, Domingo e Pereira, 2015; Pereira e Freiras, 2012; Frazão e Brasil, 2013; Zanotti, 2010; Canavilhas et. al., 2011; Jenkins, 2009; Domingo et. al., 2008⁴). Tais estudos, de modo geral, tendem a se concentrar na forma como essa participação é vista a partir da perspectiva dos *emissores*, destacando tanto as formas de resistência dos jornalistas como as estratégias utilizadas para incentivar a produção e o envio do conteúdo amador para as redações de mídia (Le Cam e Pereira, 2016; Castro, 2014; Boczkowski, Mitchelstein e Walter, 2010; Robinson, 2010; Keen, 2009). Poucos trabalhos analisam esse processo do ponto de vista dos públicos. Nosso objetivo, portanto, é

³ <http://www.globo.com/jornalnacional>

⁴ Não vale a pena fazer uma revisão exaustiva dos estudos sobre o tema, dada a grande profusão nos últimos anos de estudos sobre as relações entre jornalistas e públicos (Cf. Sousa e Castro, 2013). Aos leitores interessados, sugerimos a leitura do dossiê temático “O Jornalismo on-line e os seus públicos” publicado em 2015 pela revista *Sur Le Journalisme* (Vol. 4, n.2): <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/issue/view/9>.

avanzar neste aspecto, buscando ir além de uma leitura midiacêntrica sobre a prática jornalística. Tentaremos, enfim, entender como os amadores negociam sua participação no jornalismo.

Para enquadrar melhor nosso objeto, optamos por aplicar conceito sociológico de mundo social (Becker, 1982; Strauss, 1992) ao jornalismo (Pereira, 2010; Travancas, 1992). Um mundo social consiste em um coletivo de atores, que colaboram na realização de um ato social maior. Eles coordenam suas atividades por meio de um conjunto de convenções que permitem o ajuste de suas formas de conduta em função das expectativas dos demais integrantes desse mundo. De acordo com Becker (1982), as convenções regulam as relações sociais e, embora padronizadas, elas raramente são rígidas e imutáveis.

Aplicada ao nosso objeto, esta abordagem abre novas perspectivas para se pensar a produção jornalística⁵. Primeiro, ela nos permite deslocar o olhar do conteúdo midiático, para nos centrar nas mediações entre os atores que participam de uma prática coletiva, na forma como elas são permanentemente referendadas ou renegociadas a partir do sistema de convenções. Segundo, o conceito possibilita questionar a ideia do telejornalismo como resultado exclusivo do trabalho do jornalista, abrindo espaço para compreender as formas convencionais de colaboração de outros atores nessa produção coletiva: as fontes, a equipe técnica (o repórter cinematográfico, os auxiliares de câmera, os editores de imagem, os operadores de estúdio, os motoristas do jornal) e os públicos....Por isso, adotar a perspectiva de mundos sociais permite entender o jornalismo a partir do ponto de visto dos públicos-amadores, que desenvolvem suas próprias modalidades de cooperação com a produção da informação. Essa abordagem serve como ponto de partida para pensar os impactos no sistema convencional do mundo dos jornalistas de uma prática cada vez comum no telejornalismo: o vídeo amador.

⁵ Pensar o jornalismo como um mundo social é uma abordagem relativamente recente em sociologia do jornalismo. Destacamos o trabalho fundador de Travancas (1992), seguido da produção de algumas teses de doutorado sobre o tema (Bastin, 2003; Pereira, 2008; Tredan, 2012; Langonné, 2016; Alves, 2017) e de um capítulo publicado mais recentemente nos Estados Unidos por Lewis e Zamith (2017). Além disso, dois eventos sobre o tema foram organizados recentemente: um painel no Congresso de agosto de 2017 da Society for Studies on Symbolic Interactions – SSSI (Montreal, Canada) e um seminário realizado em março de 2018, na Université Libre de Bruxelles (Bélgica)

2. O vídeo amador no telejornal

A participação da audiência por meio do fornecimento de imagens rompe com a convenção do mundo dos telejornalistas de que toda informação (incluindo audiovisuais) precisa ser apurada por um jornalista. Atualmente, dependendo do tipo de imagem (e o que ela retrata), a produção amadora enviada pela audiência pode ser a notícia do dia. “Temendo a preferência pelas novas tecnologias, as emissoras de televisão buscam o receptor, incentivando cada vez mais a sua participação no conteúdo midiático para garantir a audiência”. (Moraes, Temer e Coelho, 2013, p. 131). É comum os telejornais criarem quadros, chamadas e outros blocos similares, incentivando os membros da audiência a enviar às redações flagrantes de situações gravadas em seus *smartphone*, que julgam relevantes para divulgação (Pereira e Freitas, 2012; Frazão e Brasil, 2013; Moraes, Temer e Coelho, 2013). Esses vídeos, em sua maioria, são chamados de “vídeos amadores”. Eles carregam consigo características como o imprevisto e a instantaneidade (Polydoro, 2012).

Nas redações de televisão, os postos são bem definidos e todos eles, de alguma forma, preocupam-se com a imagem na telerreportagem. Essa preocupação é convencionalmente partilhada por uma parte expressiva dos integrantes do mundo dos jornalistas. Da definição da pauta do dia ao formato final do noticiário, a qualidade da imagem é vista um elemento chave na construção da narrativa telejornalística. Postura diferente daquela do produtor de conteúdo amador, que aparentemente não teria conhecimento prévio sobre o assunto. Uma abertura a esse sistema de convenções surge com a produção cada vez maior da imagem do flagrante, que, quando recusada por uma emissora, pode ganhar popularidade em outros canais na Internet. Essas contribuições, mesmo quando estimuladas, seriam submetidas ao trabalho de verificação dos jornalistas, pautado por aspectos da cultura profissional, como os chamados “valores-notícia” – retomaremos essa constatação durante a análise dos dados (Cf. Castro, 2014; Frazão e Brasil, 2013; Moraes, Temer e Coelho, 2013).

A bibliografia em torno da participação das audiências no jornalismo sugere, portanto, um processo de adaptação ou de mudança na forma como as relações entre jornalistas e públicos foram convencionalmente estabelecidas, pela possibilidade dos emissores de se apropriar de parte dos conteúdos oferecidos pelos amadores. Contudo,

ela tende a destacar o ponto de vista das redações, colocando em segundo plano (ou mesmo desqualificando) a prática amadora, tida como uma produção de má qualidade, feito no calor do momento, sem verificação. Os amadores, nessa perspectiva, gravitariam em torno do jornalismo buscando legitimar seus conteúdos com o objetivo de integrarem também o mundo dos jornalistas.

De certa forma, esse olhar reproduz os discursos do profissionalismo jornalístico sobre o conteúdo amador. Ele revela uma certa dificuldade dos meios profissional e acadêmico em romper a armadilha do midiacentrismo: a participação do público é incentivada, enaltecida, mesmo legitimada, mas dificilmente existe um esforço de compreender a forma como ela é vista e subjetivada pelo próprio telespectador. Por isso, nosso interesse neste artigo é o de preencher essa lacuna, lançando um olhar sobre três aspectos desse objeto:

¿Que tipo de conteúdo é produzido pelos amadores que colaboram com o Jornal Nacional da Rede Globo?

¿O que motiva os amadores a produzirem esse conteúdo, muitas vezes oferecido gratuitamente aos telejornalistas?

¿E, de forma mais geral, como o telejornalismo é apropriado (subjetivado) por esses amadores?

3. Metodologia

Para responder a esses questionamentos iniciais, foi conduzida uma pesquisa quanti-qualitativa que consistiu em: 1. Mapeamento de todos os vídeos colaborativos exibidos no Jornal Nacional durante o ano de 2014; 2. Entrevistas semiestruturadas com cinegrafistas amadores que tenham, de alguma forma, colaborado com alguma matéria do JN⁶.

Na fase de mapeamento foram identificados 5,887 materiais informativos veiculados durante o ano de 2014, dos quais 96 (1,63% do total) contavam com vídeos amadores em seu conteúdo. Os vídeos foram categorizados de acordo com os meses do ano em que foram

⁶ Na verdade, trata-se de um recorte de um estudo mais amplo, feita no âmbito da pesquisa de doutorado de um dos autores e que consistiu, além do mapeamento e das entrevistas com os amadores, em uma etnografia em duas redações de telejornal, entrevistas com jornalistas e com a equipe técnica das emissoras de TV.

veiculados e também por região do país de onde se originaram. Posteriormente, foi investigado o modo como eles são identificados quando aparecem no telejornal. O propósito foi entender se existe uma padronização nessas identificações e verificar as estratégias utilizadas para atribuir o status de amador ao vídeo. Finalmente, buscou-se identificar os tipos de notícias que mais utilizam esses vídeos e os assuntos que os utilizam com maior e menor frequência.

A análise dos vídeos permitiu subsidiar a escolha dos amadores que seriam entrevistados para a pesquisa. Duas regiões do Brasil – o Norte e o Centro Oeste – se destacaram pelo número proporcional de vídeos amadores utilizados em suas matérias. Por isso, decidiu-se entrar em contato com a equipe de jornalistas da TV Morena, emissora localizada na cidade de Campo Grande, capital de Mato Grosso do Sul, Centro Oeste do Brasil. Já na região Norte, conseguimos contatar a equipe da TV Roraima, localizada em Boa Vista, capital do estado de Roraima, localizado próximo à fronteira com a Guiana e a Venezuela. Por intermédio dessas equipes, conseguimos os contatos de um total de cinco amadores que aceitaram ser entrevistados⁷.

Optou-se por utilizar a entrevista semiestruturadas com os amadores. Esse tipo de técnica permite, segundo Gil (1987), um diálogo entre pesquisador e sujeito pesquisado com o objetivo de poder captar crenças, desejos e sentimentos dos. Além disso, em nosso trabalho, a entrevista foi vista como um processo de interação entre entrevistador e entrevistado. (Pereira e Naves, 2013).

4. O Mapeamento do Vídeo Amador no Jornal Nacional

Em 2014, foram exibidos, de segunda a sábado, 314 episódios do Jornal Nacional. A soma das exibições mensais resultou em 5,887 materiais informativos. Vídeos amadores foram utilizados em 96 materiais, o que corresponde a 1,63% de todo material exibido, conforme relatado anteriormente. É importante destacar que em todos os meses do ano o telejornal apresentou materiais com a utilização de vídeos amadores. Essa informação pode ser analisada como registro da existência de uma mudança nas formas convencionais de participação no contexto jornalístico da televisão que, com maior ou menor penetração, faz-se presente durante todo o ano no noticiário nacional.

⁷ Todos os entrevistados autorizaram, por escrito, a divulgação do seu nome em publicações de caráter acadêmico.

Após constatarmos a recorrência desses materiais, analisamos em que tipo de material noticioso os vídeos amadores foram aproveitados. Em um primeiro nível de classificação, utilizamos as categorias de *Hard News* e *Soft News* propostas por Tuchman (1973) como tipologia de classificação de notícias. Para o autor, as *soft news* não são classificadas como um evento programado, a sua disseminação não é urgente. Elas não perdem o caráter noticioso se não conseguirem espaço como notícia imediata.

Dos 96 materiais que utilizaram o vídeo amador em 2014, 78 se enquadram na categoria *hard news*, o que representa 81,25% dos materiais; e 18, na categoria *soft news*, percentual que equivale a 18,75% do total. Esses dados nos permitem inferir que imagens amadoras factuais têm maior possibilidade de ganhar espaço no telejornal. Isso está relacionado a outra constatação já coberta pela literatura da área (Scott e Gobets, 1992; Domingo et. al. 2008): o jornalismo diário (e “cidadão”) se alimenta com mais frequência por fatos que se enquadram em *hard news* do que em *soft news*.

análise também considerou os assuntos apresentados nos materiais coletados. Do total de vídeos amadores exibidos no Jornal Nacional em 2014, sete assuntos distintos predominaram: morte, catástrofe, interesse público, violência, curiosidade, drogas e celebridades. Apresentamos abaixo o quadro explicativo com a quantidade de reportagens por assunto (Quadro 01):

Quadro 01 – Assuntos das notícias construídas com vídeo amador em 2014

Assunto	Quantidade
Violência	33
Morte	23
Interesse público	20
Catástrofe	13
Curiosidade	6
Celebridades	1

Fonte: os autores

Os assuntos que classificamos como “interesse público” ficaram em terceiro lugar entre os temas das matérias que utilizaram o vídeo amador em sua construção. Interesse público faz referência aqui às reportagens que envolvem situações como: ponte que cai e deixa população sem acesso a uma determinada região do país, protestos por falta de infraestrutura ou violência em uma região, fechamento

de vias públicas; superlotação de transporte público; etc. Esses são exemplos que também se enquadrariam na categoria de *hard news*.

As temáticas presentes vídeos amadores também parecem reproduzir a lógica dos valores-notícia, conceito utilizado recorrentemente na tradição anglo-saxã do *newsmaking*⁸. Essa constatação reforça o resultado de pesquisas semelhantes, como a de Moraes, Temer e Coelho (2013, p.138): “Ao mesmo tempo que os valores-notícia dos jornalistas reprovam a entrada das sugestões dos telespectadores nos noticiários diários, esses valores são também decisivos para que outras sugestões sejam aprovadas e o fato seja noticiado”.

Em sua proposta de classificação dos valores-notícia, Traquina (2005) propõe as seguintes categorias de temáticas associadas a eventos potencialmente noticiados pelo jornalismo: morte, notoriedade, proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, inesperado, conflito ou controvérsia, infração e escândalo. Podemos dizer que a tipologia proposta por Traquina se aplica diretamente aos fatos elencados em nossa análise. O maior número de vídeos amadores utilizados no Jornal Nacional contemplou a violência, que esteve presente em 33 materiais. Essa situação se enquadra nas definições do autor que incluem conflitos e controvérsias, seguidos de morte, assunto que encontramos em 23 materiais. Nas definições de Traquina, conflito ou controvérsia se relaciona com a violência física ou simbólica, que pode se tornar notícia por proporcionar mais visibilidade ao fato, pois foge do que é considerado normal. Já as notícias de interesse público, com 20 exposições; as catástrofes, com 13; as curiosidades, com 6; e celebridades, com 1, se enquadram nos valores-notícia estabelecidos pelo autor, respectivamente: relevância, inesperado, equilíbrio e notoriedade.

De forma sucinta, a análise dos vídeos veiculados em 2014 pelo JN permitem traçar algumas características da produção amadora. Não há, por exemplo, uma padronização de tempo, o vídeo amador é utilizado tanto em “notas cobertas” (22 vídeos) – compostas apenas da imagem acompanhada do *off* apresentador – como em notícias

⁸ Não vale a pena retomar o debate em relação ao conceito de valores notícia, já consagrado na literatura da sociologia do jornalismo desde os anos 1960. Silva (2005, p.98) define esses valores como o “grupo de critérios cerca a noticiabilidade do acontecimento considerando origem do fato, fato em si, acontecimento isolado, características intrínsecas, características essenciais, atributos inerentes ou aspectos substantivos do acontecimento” (p.98). Sugerimos a leitura do trabalho de Vizeu (2010), Decidindo o que é notícia, que propõe uma adaptação desse conceito à prática do telejornalismo brasileiro.

gravadas pelo repórter (74 vídeos). Eles são originários emissoras da Rede Globo distribuídas em todo o território brasileiro⁹. São utilizados principalmente na produção de *hard news*, com destaque para notícias sobre situações de violência, conflito.

Apesar de trazer alguns indícios interessantes sobre o tipo produção, que migra das câmeras de telefones celulares para o telejornalismo de referência, o material analisado pelo mapeamento cobre apenas o conteúdo já triado pelos jornalistas e considerado apto para difusão. Ou seja, representa um olhar amador “domesticada” pelos profissionais que fazem a seleção dos vídeos (Castro, 2014; Moraes, Temer e Coelho, 2013). Nesse sentido, nosso próximo passo para compreender a prática amadora foi analisar a forma como os próprios amadores enxergam a sua produção.

5. Identificando os cinegrafistas amadores

Os cinegrafistas abordados nesta pesquisa atendiam a duas condições. Primeiro, eles participaram com vídeos amadores na programação do noticiário de uma das duas emissoras locais analisadas nesta pesquisa (TV Roraima e TV Morena). Segundo, eles tiveram o seu material aproveitado pelo Jornal Nacional e foram, por isso, detectados pelo nosso mapeamento.

No estado de Roraima, entrevistamos três amadores: Marilza Kelly Freire, Layza Caroline Silva e Francisco Chagas Filho. Marilza é administradora de empresas e postou na Internet um vídeo de aula de Língua Portuguesa em Boa Vista. Com ele, conseguiu mais de cem mil visualizações no *Youtube*. Ela não enviou o vídeo para a redação da TV Roraima, mas a produção utilizou o seu material por conta do número de acessos. Também observamos o caso em que um vídeo amador, produzido pela aluna de ensino médio Layza Caroline Silva, deu origem a uma reportagem sobre a situação das salas de aula em uma escola pública da cidade de Boa Vista, que estava com os ares-condicionados danificados. Finalmente, também participou da pesquisa o então assessor de imprensa de um parlamentar de Roraima, Francisco Chagas Filho. Chegamos a ele por meio de

⁹ A legislação brasileira limita a cinco o número de canais de TV para cada organização de mídia. Ele permite, contudo, que o conteúdo seja parcialmente reproduzido por emissoras afiliadas. O conteúdo da TV Globo – e do Jornal Nacional – é transmitido por 123 emissoras, cinco próprias e 118 afiliadas, incluindo a TV Morena e a TV Roraima analisadas neste estudo. Em 2015, isso correspondia a 98,6% do território nacional. (Pellegrini, 2015).

entrevistas com a chefe de reportagem da TV Roraima. De acordo com ela, Francisco gerencia vários grupos de WhatsApp a fim de conseguir notícias e, quando consegue, doa as imagens para a emissora.

Em Mato Grosso do Sul, entrevistamos dois cinegrafistas amadores: Edicarlos Oliveira e Rosemary Moraes. Edicarlos mora na cidade de Porto Murtinho, distante 437 Km da capital do estado. Ele é vereador e também radialista na cidade. A entrevista foi realizada em uma pousada em frente ao rio Paraguai, local no qual aconteceu um acidente de barco, gravado por ele. Suas imagens conseguiram espaço na programação local por semanas. Também foram reproduzidas no resto do país, sendo utilizadas pelo Jornal Nacional e por outros telejornais da Rede Globo. Conseguimos ainda o contato de Rosemary. Ela fez as imagens do asfalto cedendo e “engolindo” um carro em Campo Grande, capital do estado. As imagens também renderam telereportagens local e nacional.

Após identificarmos os amadores, conduzimos as entrevistas semiestruturadas. Nessas interações, abordamos os seguintes tópicos: a autorepresentação identitária desses amadores, as modalidades negociação dos vídeos com os jornalistas e as motivações para colaborar gratuitamente com o mundo dos telejornalistas. Desses tópicos, abordaremos aqui apenas o último: as motivações dos amadores.

6. As motivações da participação amadora no telejornalismo

Várias são as motivações que levam uma pessoa a gravar imagens e enviá-las para a redação de um telejornal. Em nossa investigação, quatro aspectos se destacaram: o gosto pela produção amadora, a partilha de alguns valores do jornalismo, o desejo de ser (considerado) jornalista e a busca por solução de problemas. Trataremos cada uma dessas motivações a seguir.

6.1 O Gosto

O gosto por aquilo que se faz é, para muitos, a motivação principal para a realização de certas tarefas. Hennion (2007) faz uma leitura sociológica do gosto amador. De acordo com ele, o amador estabelece uma relação com o objeto de sua paixão, e que envolve as instituições e os contextos da apreciação, ou seja, um jogo social da identidade e da diferenciação.

Esse vínculo afetivo foi percebido durante a interação com dois dos cinegrafistas: Francisco Chagas Filho, e Edicarlos Oliveira:

Francisco: Diariamente, converso, mando mensagens... essas coisas. A fonte é o seguinte, ela te dá informação hoje, mas, se você deixar pra lá, ela esquece, vem outro e rouba sua fonte. Então foi assim que comecei a ganhar as fontes, passando confiança e os colegas também. Eu sempre fui assim, eu gosto de apurar, de ter a informação completa.

Edicarlos: Quando passou o temporal, foi questão de dois, três minutos, a equipe da rádio pra qual eu trabalho me ligou e me falou para eu ir para o rio, porque tinha afundado um barco. Quando eu cheguei, foi o momento em que a lancha da Marinha encostou. Eu peguei a filmadora e comecei a filmar. Não fiz um material melhor, porque não tinha noção do que tinha acontecido.

Por que o senhor quis filmar isso? Uma tragédia?

Edicarlos: Acho que está no sangue, né? A vontade de reproduzir, de dar a notícia, levar a notícia com seriedade. Acho que isso está no meu sangue.

As imagens ofertadas por Francisco às emissoras quase sempre não são de sua autoria, e são produzidas por sua rede de relacionamentos, que ele chama de “fontes”. Essa rede, gerida por meio do aplicativo de celular Whatsapp, além de passar a informação, oferecem-lhe material audiovisual.

Tanto Francisco como Edicarlos firmam que não têm retorno financeiro com essa prática de oferecer conteúdo amador às emissoras. Edicarlos afirma que, após gravar as imagens do acidente de barco no Rio Paraguai, cedeu suas imagens a todas as emissoras e sites que as solicitaram – e não apenas à Rede Globo –, sem exigir ou aceitar remuneração:

Eu vou lá e faço sem problema nenhum. Essa questão do jornalismo, ele está no sangue... Dizem que o artista vai onde o povo está. O Edicarlos vai onde a notícia está. Esses dias uma foto que estourou no jornal impresso “O Estado” foi minha. Lá em Antônio João [cidade do interior de Mato Grosso do Sul], um acidente com uma caminhonete que bateu de frente com um trator. Quem que estava lá? Eu.

A explicação de Edicarlos Oliveira alinha-se à visão de Hennion (2007, p.39) de que o gosto não é a consequência, automática ou induzida, dos objetos que o provocam, nem uma pura disposição social projetada sobre esses objetos, nem mesmo o simples pretexto de um jogo ritual e coletivo. “É um dispositivo reflexivo e instrumentalizado para colocar à prova nossas sensações. Não é um processo mecânico, sempre é ‘intencional”. O gosto não é um atributo ou uma propriedade das pessoas. Para Hennion, as coisas se tomam interessantes aos que se interessam por elas, por isso, os modos de fazer, os procedimentos, as circunstâncias, o investimento de tempo, o apoio da opinião dos outros, das medidas e impressões, tudo isso conta muito para os amadores.

É essa relação de gosto que encontramos no discurso de Edicarlos, ao falar do esforço desprendido para ver seu trabalho utilizado por um veículo de comunicação. Sem ter expectativas financeiras, ele carrega equipamentos como câmera fotográfica e de vídeo, gravador de áudio e celular por onde anda. Percebemos que, para ele, esse tipo de participação, também tem relação com a sensação de pertencer ao universo do jornalismo, do qual ele diz gostar tanto – abordaremos esse ponto mais à frente. Da mesma forma, Francisco assume gostar de fazer e compilar imagens amadoras e doá-las às emissoras, mesmo sem receber por isso.

6.1.2 A partilha de valores do jornalismo

De acordo com Deuze e Witschge (2015), o jornalismo, visto como uma profissão, está associado a um conjunto de práticas institucionais que privilegia a realidade como uma configuração processual. Ao discorrerem sobre essa configuração, os autores expõem a ideologia ocupacional dos jornalistas e a forma ela permite aos integrantes do grupo dar sentido ao seu trabalho pela realização de um serviço de “interesse público”.

De certa forma, alguns cinegrafistas amadores também partilham dessa crença. É o caso de Francisco Chagas Filho que afirma ter o *dever* de informar a população sobre eventos importantes. Na entrevista, percebemos que a escolha pela televisão para a cessão de imagens, justifica-se por ser um veículo acessível à grande maioria da população brasileira, independentemente da classe social. Para ele, a proliferação dos vídeos amadores também pode ajudar o jornalismo a exercer o seu papel de verificação das informações:

Fui para um festival de forró [ritmo musical e dança originária da Região Nordeste no Brasil, atualmente difundido em todo o país] que tem no interior aqui. A cidade que eu fui é conhecida por ser um local sem lei, principalmente em se tratando de motoqueiros. Eles não utilizam os equipamentos de segurança, capacete. Às seis horas da manhã do dia seguinte, um rapaz chocou a moto e morreu na hora. Eu ouvi o barulho e eu tirei fotos. E aí falaram em uma coluna social aqui que tinha acontecido o acidente com duas motos e aí veio a terceira moto e passou em cima da cabeça do motociclista que morreu. Aí eu fui lá e desmenti, mostrei as fotos. Acabou que ele consertou a informação.

Acreditar que está participando do jornalismo é uma motivação comum dentre os entrevistados. Ela se justifica pela pulverização dos dispositivos móveis, que colocou a produção da informação audiovisual ao alcance de todos. Assim, atos jornalísticos passaram a ser comuns no dia a dia das pessoas, com o registro e a divulgação de imagens, o que sugere um processo de circulação dos valores (ideológicos) do jornalismo junto aos amadores. É o que sugere trecho da entrevista com Marilza Freire:

O que eu levo em consideração para acreditar **que tem um valor jornalístico** é quando eu digo que a gente precisa quebrar o cotidiano da sala de aula, aquele tradicional onde era a lousa, cópia e caderno. **Então aí é que percebo que se transforma em jornalístico, porque é quando ela quebra o tradicional que todo mundo faz; faz diferente**, ensinando também através das músicas dela, fazendo com que o aluno grave aquela música e resolva questões, e aí, nesse momento, é que eu vejo onde entra o poder jornalístico. (Grifos nossos).

Buscamos entender junto a Marilza como é construído, de acordo com suas concepções, o que ela chama de “valor jornalístico”. Ela explicou que não tem conhecimento sobre o assunto e que seu entendimento é construído a partir do que percebe quando assiste à televisão. Ela compreende que o diferente, às vezes, é noticiado também. Dessa forma, fica em evidência que as convenções da notícia televisiva acabaram sendo incorporadas ao seu dia a dia, enquanto consumidora daquele produto. Essas convenções foram também encontradas no nosso mapeamento, na forma como os vídeos amadores refletem aspectos da cultura jornalística, como a preferência a temáticas que possuam “valores-notícia”.

Essas constatações contrariam o discurso do profissionalismo jornalístico (Cf. Pereira e Maia, 2016) e mesmo parte da sociologia funcionalista, que tendem a destacar a ideia de que o monopólio de certos conhecimentos (por exemplo, identificar uma ocorrência noticiável) seria exclusivo aos jornalistas “profissionais”. Os resultados sugerem uma circulação das convenções do jornalismo dentre a sociedade (Becker, 2002), o que permitiria uma subjetivação dessa prática, uma apropriação feita em função dos interesses dos amadores (Ruellan, 2014). Essa proposta de leitura se distingue de duas interpretações comuns em estudos sobre participação dos públicos. Primeiro, a ideia de que ela estaria submetida a um processo de “domesticação da audiência” pelos jornalistas que ser apropriariam desses conteúdos como parte de uma estratégia comercial (Castro, 2011). Segundo, a percepção de que os amadores estariam ameaçando o monopólio profissional dos jornalistas, ao desenvolverem, bem ou mal, práticas de produção e difusão de conteúdos consideradas “jornalísticas”.

A verdade é que nem todo amador deseja ser reconhecido como jornalista (Tredan, 2011). Existe uma diferença razoável entre conhecer as convenções do jornalismo, apropriando-se de parte delas na realização de práticas amadores, e assumir efetivamente o estatuto de jornalista. Esta segunda situação foi observada apenas em dois casos analisados neste estudo: Francisco Chagas Filho e Edicarlos Oliveira.

6.1.3 O desejo de ser jornalista

Embora trabalhe como assessor parlamentar, Francisco tem orgulho da formação em jornalismo e de uma experiência de dois anos em televisão. A utilização de suas imagens por uma emissora de TV significa, para ele, uma espécie de reconhecimento de suas competências, uma validação do seu estatuto como jornalista¹⁰, bem como a possibilidade de continuar colaborando com o mundo dos jornalistas. Aliás, ele reconhece que gostaria de voltar trabalhar em televisão. Por isso, esse tipo de colaboração, por meio da imagem amadora, traz a Francisco o sentimento de continuar pertencendo à profissão:

¹⁰ No Brasil, uma lei que vigorou entre 1969 e 2009 atribuiu o estatuto de jornalista a qualquer pessoa que tivesse uma formação superior em jornalismo. Isso permitiu que pessoas que nunca trabalharam em empresas de mídia se identificassem como jornalista. Essa situação explica em parte a dubiedade identitária (ter formação em jornalismo e, ao mesmo tempo, necessitar de um reconhecimento profissional pelos pares) presente no discurso de Francisco.

Esse trabalho seria uma forma de você não se desvencilhar totalmente da TV?

Francisco: Sim.

Além de buscar vídeos amadores com as fontes, você também os produz?

Francisco: Faço também. É assim, às vezes, a gente tem que contar com a sorte também, né. E, às vezes, eu estou em um local e acontece alguma situação que vale a pena, que vai virar uma notícia. Então, aproveito e registro. Meu celular é um celular-câmera, que filma, e uso um relógio, que é câmera também.

Por que você tem um relógio câmera?

Porque eu gosto muito do jornalismo investigativo. E, muitas vezes, o flagrante é uma coisa que você pega de surpresa e você não pode estar despreparado.

[...]

Francisco: Eu trabalhei dois anos na televisão, na TV Roraima, num programa de polícia, fui repórter policial. E a gente aprende muita coisa, da noite principalmente, na noite a gente vê de tudo.

Agora que você não está mais na TV, você ainda usa esse relógio para fazer imagens?

Francisco: Uso muito. É como eu estou te falando, é o momento. Apareceu, entendeu, você percebeu que aquela notícia tem relevância. **Depois que registrou, vou analisar o que foi realmente registrado e, se for de relevância, eu passo para os colegas. Passo para eles para ajudar. E todos eles me agradecem.** (Grifos nossos).

Por conhecer as convenções do jornalismo televisivo, Francisco não tem dificuldades para produzir imagens e, como já estive na função de produtor em uma emissora, também sabe como são estabelecidas as convenções para que um fato possa ser tratado no contexto do

telejornalismo, incluindo a importância da imagem para uma reportagem de TV.

Motivação semelhante foi observada no caso de Edicarlos. Radialista em uma cidade de interior, ele domina as convenções ligadas à produção de notícias para rádio e acredita exercer uma função jornalística. Ao mesmo tempo, o fato de não possuir formação na área e de trabalhar em uma cidade pequena contribui para a construção de um sentimento de inferioridade em relação aos telejornalistas da capital. Por isso, produzir gratuitamente imagens para TV e vê-las sendo utilizadas por outros jornalistas é um mecanismo importante de reconhecimento estatutário e de construção de uma relação de pertencimento ao jornalismo profissional:

Essas reportagens que foram feitas aqui, eu recebi muitos elogios **até mesmo de profissionais de imprensa**. Eu estava em casa um dia desses e uns amigos que estão morando na Espanha acompanhando essa matéria aqui através da CNN, e me disseram que viram o nome e ouviram a minha voz lá. Isso é muito gratificante mesmo. E vou te falar mais, quando ocorreu isso aqui, não só a imprensa brasileira, eu não falo espanhol, só que eu estava entrando na Telefuturo, emissora do Paraguai. Eu estava dando entrevista para os caras lá por três dias seguidos. **Eu era o repórter dos caras aqui, por telefone**. (Grifos nossos).

Durante nossa interação, Edicarlos ressaltou diversas vezes o quanto se sente feliz e gosta de fazer esse tipo de trabalho. Em diversos momentos, contou que o conhecimento que possui em radiojornalismo também seria aplicável à produção de reportagens para a TV: “É a função do repórter, né? Em qualquer meio, saber onde tem a notícia”. Edicarlos se define como um bom profissional naquilo que faz e, de acordo com ele, se assim não fosse, as grandes emissoras não o procurariam com frequência.

6.1.4 O uso da mídia para solução de problemas

Três entrevistadas, Laysa Carolini, Rosemary Moraes e Marilza Freire partilham da crença de que a produção da imagem amadora poderia colaborar na solução de problemas. Há, contudo, uma diferença em relação às modalidades de divulgação dessas imagens. Desde o início as produções amadoras de Laysa e Rosemary foram realizadas com o objetivo de serem divulgadas pela televisão:

Laysa: Nos prometeram que iam arrumar as centrais de ar-condicionado, só que algumas salas têm, o restante não tem. Aí prometeram que iam ajeitar a central, só que não funciona. No calor, não tem condições de estudar. Então, fomos conversar com a diretora e ela disse que não ia ajeitar e nos ameaçou. Disse que, se a gente fizesse protesto, ia nos reprovar por falta. Mesmo assim fizemos o protesto, pensando em conseguirmos alguma coisa [...]. Nós ligamos para a emissora, pedindo para a equipe vir aqui. Não deixaram eles entrarem na escola e também não deixaram a gente sair. Então, combinamos de fazer o vídeo e mandar pelo *WhatsApp* [...]. Nós vamos ter mais ajuda com a cobertura da imprensa, porque eles vão ajudar a gente a cobrar. Nós pagamos impostos para termos uma boa educação, numa escola adequada e essa escola não está adequada para a gente.

Rosemary: Todos os cidadãos estávamos muito descontentes e cada vez mais tínhamos prejuízos nos nossos veículos. A TV Morena fazia cobertura sobre os buracos nas ruas sempre e pedia para as pessoas mandarem suas imagens. Eu nunca mandei. Mas, um certo dia, eu parei atrás de um carro e de repente o carro foi literalmente “engolido” pelo asfalto. Eu levei um susto, por pouco não foi o meu carro. Encostei o carro, saí, e começou a juntar as pessoas curiosas, né, daí fiz as imagens e enviei para a TV Morena [...]. Eu senti minha alma lavada, tipo: “Viram só como a situação dos buracos que a gente fala e reclama é seríssima, o motorista poderia ter morrido” [...]. Eu queria mostrar que não era apenas um problema comum de ruas esburacadas. E sim um problema sério. Tão sério que traz riscos à população.

Laysa e Rosemary compartilham de um ideal de “jornalismo cívico” (Traquina et. al. 2002), que buscaria incentivar o envolvimento dos cidadãos na vida pública. O jornalismo seria, dentro dessa perspectiva, um espaço de ressonância das reivindicações da população junto aos governantes (Waisbord, 2009). As duas entrevistadas acreditam que os veículos de comunicação, em especial a televisão, influenciam a vida das pessoas e permitem pressionar o Poder Público na solução de certos problemas. Por isso, a busca por esse tipo de intervenção foi uma das motivações principais encontradas nos depoimentos dessas entrevistadas.

Rosemary explica que, mais importante que o reconhecimento enquanto cinegrafista a amadora, é possibilidade de usar a imagem

para resolver um problema. “Eu acho isso uma bobeira [ter o nome divulgado na reportagem televisiva como autora da imagem], pedi para nem divulgar o meu nome”. E continua: “Fiquei feliz, mas não por ser a minha imagem, mas pela sensação de que alguém estava me ouvindo e entendendo a situação dos bairros, porque quem mora nos bairros vive uma realidade muito triste em vários aspectos”.

A situação de Marilza é diferente. Ela administra uma escola particular em Boa Vista. Marilza explicou que, certo dia, ao entrar na sala de aula, percebeu que os alunos estavam com semblante cansado. Então, sugeriu à professora de Língua Portuguesa, Lorena Dourado, que já era conhecida por fazer paródias em suas aulas, que cantasse uma música. As imagens foram divulgadas primeiramente nas redes sociais:

Como os alunos entraram no clima e começaram a cantar e bater palmas, achei interessante. E a gente costuma, aqui na escola, registrar esses momentos diferentes, depois mostramos para os alunos que acabam se motivando. Então, quando o aluno faz contrato com a gente, pedimos a autorização para o uso das imagens, porque é comum postarmos nas redes sociais. Então, primeiro, postei no *Facebook* e teve um número inimaginável de compartilhamentos. Depois compartilhei no *Youtube*.

Foi somente mais tarde, com a popularização do vídeo que a emissora de TV decidiu entrar em contato com ela e solicitar o material para a produção da reportagem. De certa forma, a entrevistada também acredita no fascínio da imagem como um instrumento de solução de problemas. A decisão de recorrer às mídias sociais, contudo, sugere uma possível mudança (ou uma complexificação) no circuito de produção amadora, em que novas instâncias de mediação passam a concorrer (e eventualmente complementar) o jornalismo profissional em sua ambição de ser um dos gestores do espaço público.

6.2. O jornalismo visto pelos amadores

Como já afirmamos, a análise da produção amadora vista, sob a ótica dos jornalistas (ou da produção jornalística derivada dessas imagens), costuma reforçar a perspectiva de que esses conteúdos estariam a *serviço dos jornalistas*. Eles viabilizariam as promessas de participação cidadã no jornalismo, subsidiariam o trabalho de apuração, forneceriam imagens que ajudariam a compor a telereportagem,

enfim, seriam integradas à função de mediação do espaço público pelos jornalistas. Sem desmerecer essa leitura, gostaríamos aqui de deslocar o nosso olhar e inverter a perspectiva. Ou seja, trata-se de perguntar: como o jornalismo é apropriado pelas pessoas que produzem imagens amadoras?

Nossa análise mostra que, em parte, as motivações ligadas a esse tipo de prática remetem a um desejo de integrar ou de colaborar com o mundo social dos jornalistas: ter uma imagem divulgada, fazer parte do noticiário (como fonte de informação), ter o estatuto de jornalista reconhecido, etc. Em outros, é o jornalismo que é apropriado *pelos amadores* por sua capacidade de produzir efeitos junto ao Poder Público e à sociedade. Não se trata apenas de reforçar o papel (mítico) do jornalismo como instância de reivindicação social, mas de se utilizar dele na solução de problemas específicos, na própria gestão da vida comunitária dos amadores. Seguindo a pista aberta por Dewey (Cf. Hermida et. al., 2011), esses casos sugerem que nem sempre o jornalismo é o ator responsável pela promoção da participação cidadã, mas ele se organizaria em função das próprias demandas de certos grupos sociais em relação ao que deve ser reportado no espaço público¹¹.

Um terceiro nível de subjetivação é a forma como a produção da imagem amadora – pela mimetização ou não das convenções do mundo dos jornalistas – funciona como uma instância de satisfação de si, de exercício e de desenvolvimento de um gosto. Um gosto pela produção das imagens – cada vez mais difundido na sociedade –, pela necessidade de registrar, reportar e difundir os diferentes aspectos da vida cotidiana. Seguindo o pensamento de Hennion (2007) a noção de “amador” deve ser vista aqui como “*aquele que ama*” e não como “aquele que se dedica a algo não por profissão, mas por diletantismo” (Dicionário Michaelis, online). Se esse gosto serve eventualmente para alimentar os telejornais e reforçar o mito da participação dos públicos no jornalismo, isso não invalida o vínculo que alguns desses amadores estabelecem com suas práticas – que muitas vezes pode ser a principal motivação para a produção de uma imagem amadora.

¹¹ Essa constatação, entretanto, é restrita a esses casos. Ela não pode e nem deve ser generalizada à prática jornalística, nem à relação que ela convencionalmente estabelece com o público e com o governo.

Conclusão

Neste artigo, revisitamos a questão da participação amadora no telejornalismo de referência tendo como ponto de partida as motivações dos públicos que produzem e oferecem gratuitamente conteúdos às emissoras de TV. Tendo como ponto de partida uma abordagem interacionista do fenômeno, baseada no conceito beckeriano de mundo social, adaptado ao jornalismo, produziu-se uma pesquisa empírica junto ao Jornal Nacional da TV Globo, Brasil. O estudo consistiu em um mapeamento quantitativo dos vídeos amadores produzidos em 2014 e em entrevistas realizados junto a alguns produtores desses materiais. Tentamos, finalmente, responder a três grandes questionamentos:

A análise do *conteúdo produzido pelos amadores que colaboram com o Jornal Nacional da Rede Globo* reforça algo que já havido constatado por outros estudos: apesar de ser uma prática generalizada, esse tipo de produção ocupa um tempo reduzido no noticiário geral; além disso, o vídeo amador é utilizado em telereportagens que reforçam convenções do mundo dos jornalistas, particularmente a predominância de *hard news*, que atendam aos valores-notícia do jornalismo.

Sobre as *motivações dos amadores que produzem esse conteúdo*, as entrevistas revelam quatro grandes categorias: o gosto pela produção amadora, a partilha de alguns valores do jornalismo, o desejo de ser (considerado) jornalista e a busca por solução de problemas. O número reduzido de entrevistados (cinco), infelizmente, inviabiliza a possibilidade de se estabelecer correlações entre o perfil desses amadores, suas motivações e o tipo de produção oferecida às emissoras de TV.

Observamos ainda que o vídeo amador revela as dinâmicas de *subjetivação do jornalismo na sociedade*. Ele atende não só ao desejo dessas pessoas de participar da produção de notícias, mas sobretudo da forma como o jornalismo (e suas convenções) é apropriado como uma ferramenta de expressão tanto das demandas de uma coletividade, como do gosto individual pela prática de produzir imagens, de reportar eventos considerados subjetivamente como relevantes e/ou interessantes.

Recorrendo a Becker (2002, p.343), podemos dizer esse processo de subjetivação não deixa de produzir pequenas inovações no mundo

social. "The activities of a variety of people coming from a variety of professional and amateur backgrounds can produce what amounts to a new [... journalism] form, complete with all the institutional paraphernalia we ordinarily associate with that". Algumas dessas mudanças já haviam sido apontadas pela literatura da área: o reconhecimento da participação cidadão, que passa a integrar o metadiscorso dos jornalistas (Calabrese, Domingo e Pereira, 2015); sua integração ao rol das fontes de informação (Frazão e Brasil, 2013), com a possibilidade de uma redução do peso das fontes oficiais na produção do noticiário; mudanças nas rotinas produtivas e nos fluxos de produção da informação (Pereira e Freiras, 2012); criação de novos espaços de interação (Calabrese, Domingo e Pereira, 2015; Castro, 2014); integração da estética amadora no produto jornalístico...

Para além disso, contudo, é preciso considerar que o próprio ato de registrar uma imagem, de reportar um evento, esteja sendo socialmente ressignificado. Isso sugere uma mudança social ainda mais profunda do que os impactos verificados no mundo dos jornalistas. Mas essa discussão merece ser tratada com mais profundidade e propriedade por outros estudos.

Referências

- Alves, M. *O percurso do amador para integrar o "mundo do telejornalista": uma análise dos vídeos colaborativos que participam da notícia televisiva*. Tese. 383 f. 2017 (Doutorado em Comunicação) -Universidade de Brasília (UnB), Brasília, DF. Disponível em: http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/31787/1/2017_MarcelliAlvesdaSilva.pdf Acesso em 5 maio, 2018.
- Bastin Gilles. *Les professionnels de l'information europeenne a bruxelles: sociologie d'un monde de l'information (territoires, carrieres, dispositifs)*. Thèse. 232 p. 2003. (Doctorat en Sociologie). Cachan (França), Ecole Normale Supérieure. Disponível em: <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01385480/> Acesso em 28 de abril, 2018.
- Becker, H. (1982). *Mundos da arte*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Becker, H. (2002). Studying the New Media. *Qualitative Sociology*. V.25. N.3. DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1016029812807>
- Boczkowski, P., Mitchelstein, E., e Walter, M. (2010). Convergence across divergence: understanding the gap in the online news choices of journalists and consumers in Western Europe and Latin America. *Communication Research*. V.38, N.3, DOI: <https://doi.org/10.1177/0093650210384989>
- Calabrese, L., David, D., e Pereira, F. (2015). Superando as frustrações normativas da pesquisa sobre a participação da audiência. *online journalism and public - Le journalisme en ligne et publics*. V.4, N.2. Disponível em: <https://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/download/214/268>. Acesso em 29 de abril, 2018.
- Canavilhas, J., Correia, J., Carvalheiro, J., Morais, R., e Sousa, J. (2011). Jornalismo público e educação para os media: sugestões baseadas num projeto de pesquisa sobre imprensa regional portuguesa. *Brazilian Journalism Research* (online), V.7. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/download/338/325> Acesso em 22 de abril, 2018.
- Castro, P. (2014). The mediatization of reception by brazilian online collaborative journalism: rules and protocols to control reader's participation. In Arcila, C., Calderín, M., e Castro, C. (Eds.). *An overview of digital media in Latin America*. London: University of West London. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/305851502_Globalization_of_the_information_society Acesso em 20 de abril, 2018.
- Cohen, A. (2013). *Strategy Training for Second Language Learners*. Eric Digest.
- Deuze, M., Witschgel, T. (2015). O que o jornalismo está se tornando. *Revista Parágrafo*. V.4, n.2, 2015. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/478>. Acesso em 20 de abril, 2018.

- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., e Vujnovic, M. (2018). Participatory journalism practices in the media and beyond: an international comparative study of online newspapers. *Journalism Practice*. V.2, n.3. pp.680-704. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512780802281065>. Acesso em 20 de abril, 2018.
- Frazaó, S., Brasil, A. (2013). Television newscast news production: the transformation of the news process and professional routines. *Brazilian Journalism Research*. V. 9, n.2, DOI: <https://doi.org/10.25200/BJR.v9n2.2013.607> Acesso em 20 de abril, 2018.
- Gil, A. (1987). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.
- Hennion, A (2007). Gustos musicales: de una sociología de la mediación a una pragmática del gusto. *Comunicar*. N. 34, v. XVII.
- Hermida, A., Domingo, D., Heinonen, A., Quandt, T., Reich, Z., Singer, J., e Vujnovic, M. The active recipient: participatory journalism through the lens of the dewey-lippmann debate. Paper presented to International Symposium on Online Journalism 2011. University of Texas, Austin, April 2011. Disponível em: <https://biblio.ugent.be/publication/1202253/file/1202278> Acesso em 20 de março, 2018.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Keen, A. (2009). *O culto do amador. como blogs, yspace, youtube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Landonne, J. *Ceux qui "font" le journal : journalistes secrétaires de rédaction et ouvriers typographes a l'interface de la materialite de l'information en presse quotidienne regionale*. Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication. 2016. 204 f. thèse (École doctorale Sciences de l'homme)- Rennes 1, France, desorganisations et de la société. Disponível em: <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01508539/> Acesso em 20 de abril, 2018.
- Lewis, S., e Zamith, R. (2017). On the worlds of journalism. Boczkowski, P., Anderson, C. *Remaking the News: Essays on Technology and the Futures of Journalism Scholarship in the Digital Age*. MIT Press. Disponível em: <http://www.rodrigozamith.com/pubs/Lewis%20and%20Zamith%20-%202017%20-%20On%20the%20Worlds%20of%20Journalism.pdf> Acesso em 22 de abril, 2018.
- La Cam F., e Perira, F. (2016). A comparação da identidade dos jornalistas online em suas relações com os públicos no Brasil e na França. *Observatório*. Vol.11, n.1. Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/pdf/obs/v11n1/v11n1a05.pdf>. Acesso em 01 de maio de 2018.
- Mesquita, G. (2016). A audiência potente e as mudanças no jornalismo: um olhar para o espanhol lavanguardia.com e para o latino-americano diariodepernambuco.com. *Brazilian Journalism Research*. V.12, n.3, pp.160-177, DOI: <https://doi.org/10.25200/BJR.v12n3.2016.723> Acesso em 01 de maio, 2018.

- Moraes, A., Temer A., e Coelho, B. (2013). Popular participation and news values in telejournalism: interaction and citizenship. *Brazilian Journalism Research*. V.9, n. 2, pp.128-145, DOI: <<https://doi.org/10.25200/BJR.v9n2.2013.608> Acesso em 22 de março, 2018.
- Pellegrini, M. (2015). Rádio e TV no Brasil, uma terra sem lei. *Carta Capital*. 10 nov, 2015. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/radio-e-tv-no-brasil-uma-terra-sem-lei-8055.html>
- Pereira, F. (2010). El mundo de los periodistas: aspectos teóricos y metodológicos. *Comunicación y Sociedad* (Guadalajara, México). V.13, p.p. 101-124, 2010. Disponível em http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2010000100005 Acesso em 01 de maio, 2018.
- Pereira, F. (2008). *Jornalistas-intelectuais no brasil. identidade, práticas e transformação no mundo social*. Tese. 2008. 240 p. (doutorado em comunicação). Universidade de Brasília (UnB). Brasília, DF.
- Pereira, F., e Freitas, A. (2012). Les innovations technologiques et la reconfiguration des rapports entre journalistes et public dans le journal televisé local. *Sciences de la Société* (Toulouse). DOI: 10.4000/sds.1943. Acesso em 26 de abril, 2019.
- Pereira, F., e Maia, K. (2016). O jornalista brasileiro face ao fim da obrigatoriedade do diploma para exercício da profissão: reengenharia do repertório de legitimação profissional. *Trabajo y sociedad*. V. 26. Disponível em: <http://www.redalyc.org/pdf/3873/387343599003.pdf> Acesso em 29 de abril, 2018.
- Pereira, F., Naves, L. (2013). A entrevista de pesquisa com jornalistas: algumas estratégias metodológicas. *Texto*. N.29. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/41898>
- Polydoro, F. (2012). Esboço de uma ontologia dos vídeos amadores de acontecimentos. *Contracampo UFF*. V.25, número 1. Disponível em: www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/download/274/130 Acesso em 24 de abril, 2018.
- Ramírez de Amorim, L. (2009). *Telespectador multimídia: olhares sobre o jornalismo participativo em noticiários de TV*. Dissertação (Mestrado em Comunicação). 169 f. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul. Disponível em: <http://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/4375/1/412001.pdf> Acesso em 01 de maio, 2018.
- Robinson, S. (s/f). Traditionalists vs. convergers: textual privilege, boundary work, and the journalist-audience relationship in the commenting policies of online news sites. *Convergence*. V.16, n.1. DOI: 10.1177/1354856509347719.
- Ruellan, D. (2014). Le local, acteur du journal // the local, journal's actor. *Contemporanea*. V.12, n. 1. DOI: <http://dx.doi.org/10.9771/1809-9386contemporanea.v12i1.10534>

- Scott, D., Gobetz, R. Hard News/Soft News content of the national broadcast networks, 1972–1987. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. V.69, n.2, pp. 406–412. DOI: <https://doi.org/10.1177/107769909206900214>
- Silva, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. V.1 2, n.1, pp. 95-107, 2005. DOI: <http://dx.doi.org/10.5007/%25x>
- Sousa, J., Castro, D. (2013). The Paths of Reception: An Analysis of the Brazilian Scientific Production. *Brazilian Journalism Research*. V.9, n.2, pp.238-253, DOI: <https://doi.org/10.25200/BJR.v9n2.2013.502>
- Strauss, A. (1992). *Miroirs et masques: une introduction à l'interactionnisme*. París: Métalié.
- Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo – a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Volume II. Florianópolis: Insular.
- Traquina, N., e Mesquita, M. (2002). *Jornalismo cívico*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Trevancas, I. (1992). *O mundo dos jornalistas*. São Paulo: Summus.
- Tredan, O. (2012). Les mondes du blog: contribution a l'analyse du phenomene des blogs en France. Tese. 224 f. (Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communicaton) -École doctorale Sciences de l'homme, des organisations et de la société. Rennes 1 (France). Disponível em: <https://www.theses.fr/2012REN1G028> Acesso em 22 de abril, 2018.
- Tredan, O. (2011). A construção dos públicos na internet, dos grupos de pares às novas legitimidades culturais. *Alceu*. V.11, n.22, p.5-25, jan./jun.2011. Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/artigo%20olivier%20tredan%20-%20pp5-25.pdf>
- Tuchman, G. (1973). Making news by doing work. routinizing the unexpected. *The American Journal of Sociology*. V. 79, n.1.
- Vizeu, A. (2000). *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Waisbord, S. (2009). Media in South America: Between the Rock of the State and the Hard Place of the Market. In Curran, J., and Park, M. (Eds.). *De-Westernizing media studies*. London: Arnold.
- Zanotti, C. (2010). A. Jornalismo colaborativo, gêneros jornalísticos e critérios de noticiabilidade. *Revista Comunicação Midiática*. V.5. n.1. 2010.

SITES

<http://www.g1.globo.com/jornalnacional>
<http://michaelis.uol.com.br/>