



MT TV- 1ª Edição: Reflexos de interatividade no conteúdo noticioso do telejornal

Ulisflávio Oliveira Evangelista¹
Roscéli Kochhann²

Resumo: Considerando o cenário midiático atual e a relação dos meios de comunicação com as tecnologias digitais como internet e aplicativos de dispositivos móveis, é importante perceber que as emissoras e programas jornalísticos buscam estratégias de envolver o público nos conteúdos veiculados. Nesse sentido, a proposta deste artigo é analisar a participação do telespectador no conteúdo noticioso exibido pelo telejornal diário MT TV – 1ª edição, produzido e transmitido pela TV Centro América, afiliada da Rede Globo no Estado do Mato Grosso. O estudo partirá, metodologicamente, de uma pesquisa bibliográfica que revisitará conceitos referentes à convergência midiática, interatividade e telejornalismo. Para atender a proposta apresentada uma análise de conteúdo foi realizada entre os dias 05 e 09 de setembro, totalizando, assim, cinco edições a serem estudadas.

Palavras-chave: MT TV; Interatividade; Bem na Hora. Jornalismo. Convergência.

¹Professor assistente do curso de Jornalismo da Universidade do Estado do Mato Grosso - Unemat (câmpus de Alto Araguaia) E-mail: ulis.flavio@hotmail.com@hotmail.com

²Professora assistente do curso de Jornalismo da Universidade do Estado do Mato Grosso - Unemat (câmpus de Alto Araguaia) E-mail: rosce.li.ko@gmail.com@hotmail.com

Introdução

A existência de dispositivos móveis como os *smartphones* e *tablets* ao alcance da população contribuiu para que o consumidor contemporâneo não seja o mesmo de 20 anos atrás. Segundo Jenkins (2008) na era da convergência, os consumidores assumem um papel cada vez mais proativo em relação aos produtos midiáticos e isso mudou drasticamente a relação indústria e consumo. Se há alguns anos o papel de contestar, ou até mesmo opinar sobre o que era visto na televisão, era restrito, hoje, bastam segundos para que um indivíduo ou um grupo de pessoas possam formar fóruns e debater sobre as produções midiáticas.

Nesse sentido, a internet assume o papel de encurtador de distâncias, se tornou uma aliada, dentre outros meios de comunicação, da televisão (COCA; MENDONÇA, 2013, p. 02). Santaella (2010) afirma que a relação espaço/tempo proveniente entre a internet e os dispositivos em conexão 3G caminham cada vez mais para um distanciamento progressivo e derradeiro dos desktops para novos contextos físicos e sociais da comunicação ubíqua (p. 18). Ou seja, com a disponibilidade de recursos que recepcionem sinais de TV digitais e conexões em 3G ou 4G, novas formas de ver e consumir conteúdos televisivos ganham destaque.

Nesse sentido, cabe a observação dada por Proulx & Shepatin (2012) com a iminência dessas tecnologias surge os *backchannels* (canais de fundo), uma conversação que discute o que está acontecendo, o que vai acontecer e o que aconteceu sobre as produções multimidiáticas (p. 11). Os autores falam das mídias sociais e aplicativos de celular, mostrando que estas ferramentas que estimulam a interação são os novos espaços de informação dos consumidores.

Assim, cabe fazer então um questionamento sobre de que forma as televisões estão reagindo a esse cenário. De que forma uma emissora de TV faz uso de seus recursos para a promoção de interação com o telespectador? Como a interatividade é estimulada por essa emissora para que ocorra entre os consumidores? Assim, este artigo busca responder quais são os reflexos da interatividade explorada pela emissora estudada e se ela realmente é posta em prática, estabelecendo uma relação entre com os telespectadores.

Para nosso objeto de estudo, optou-se por conhecer de que forma isso se manifesta no jornal MT-TV 1ª edição da TV Centro América do Mato Grosso. Este

artigo preliminar visa reconhecer como se manifestou esse processo em um intervalo de uma semana entre os dias 05 e 09 de setembro de 2016.

1- O cenário da convergência

Computadores, celulares, tablet's, smartphones juntamente com seus aplicativos e sua multiplicidade de opção já são parte do cotidiano de pessoas de todas as idades e de diversos lugares do planeta. Se os aprimoramentos de tecnologias já existentes bem como a invenção de novos aparatos fazem parte do dia-a-dia da sociedade atual, é necessária a realização de reflexões sobre os impactos desse cenário no cotidiano dos meios de comunicação. A partir dessas considerações apresenta-se aqui, inicialmente, uma discussão sobre o processo de convergência e seus impactos na produção, nos conteúdos e no consumo de programas noticiosos. “Ela representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (JENKINS, 2008). O conceito de convergência apontado pelo autor refere-se ao:

[...] fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2008, p. 27).

Ainda, para o mesmo autor, o processo “envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação” (JENKINS, 2008, p. 42). Dizer que o mundo encontra-se hoje em processo de convergência significa apontar as transformações do dia a dia, das formas de trabalhar, de interagir, enfim, refere-se a uma readaptação geral das relações entre os seres e às tecnologias que lhes são apresentadas. Dessa forma, é possível dizer que diariamente vem acontecendo uma mudança cultural dos atores sociais. Se antes era necessário enviar cartas para contatar pessoas de longe, hoje é possível ouvi-las e vê-las em qualquer lugar através de algum dispositivo tecnológico. Essa mudança pode ser discutida a partir do contexto atual de mobilidade das

comunicações. Ainda, é possível que se faça esse contato sem a necessidade de ter esse dispositivo ligado a cabos. Em qualquer lugar com cobertura de satélites permite-se que aconteça essa troca de informações.

Falando-se especificamente sobre o campo do jornalismo, Silva (2009, p. 01) afirma que a convergência e comunicação móvel estão entre as esferas que desencadearam novas configurações na produção, no consumo e na forma de distribuição de conteúdos jornalísticos.

Neste contexto, García Ávilés (2007) aponta que é impossível compreender a comunicação sem considerar a existência da convergência. Ela afeta diretamente as práticas e rotinas de produção de todos os veículos de comunicação. As discussões apontadas por Jenkins (2008) permitem que se perceba a existência de uma reconfiguração dos papéis dos produtores e consumidores de mídia, e a relação entre eles estabelecida. Para os veículos de comunicação, esse cenário traz diversas consequências, como a modificação causada no perfil dos consumidores de mídia, na forma como eles participam da programação e, conseqüentemente, nas rotinas produtivas das emissoras, nos conteúdos levados ao ar, na organização das empresas midiáticas, entre outros aspectos.

Todos esses apontamentos levam a se repensar nos processos de relação entre um público consumidor e a equipe de produção de determinado conteúdo noticioso, seja ele televisivo, radiofônico, impresso ou digital. Se hoje, com um dispositivo móvel em mãos, é possível estabelecer contato com a produção de diversos programas é necessário refletir sobre até que ponto essa relação pode interferir nos conteúdos veiculados. No momento em que o processo de convergência incentiva o consumidor midiático a acompanhar e participar das produções jornalísticas disponíveis no mercado, torna-se necessário repensar e discutir a interatividade no jornalismo.

2- Interatividade

Dentre os principais reflexos do cenário de convergência destaca-se, neste trabalho, a potencialização das relações entre público e produção. Considera-se aqui que esta intensificação é estimulada pelas tecnologias de forma que seja capaz

de atingir todo e qualquer veículo de comunicação. Para o artigo aqui apresentado, discute-se de forma específica a interatividade e sua relação com a televisão. Em todo caso, se faz necessário uma reflexão conceitual inicial.

De acordo com Vittadini (apud MIELNICZUK, 1999, p. 4), interatividade refere-se a “um tipo de comunicação possível graças às potencialidades específicas de particulares configurações tecnológicas”. Para Mielniczuk (2000, p.1) “a interatividade é mais do que uma simples característica, podendo ser lida como um dispositivo: algo que marca, condiciona e determina processos que interferem na produção, no produto e na recepção dos sites jornalísticos desenvolvidos para a web”. Ao se analisar a afirmativa de Mielniczuk e trazê-la ao contexto televisivo é possível afirmar que a interatividade afeta os processos de produção da televisão, assim como dos sites. Uma vez que determinada emissora ou programa se propõe a oferecer espaços de diálogo entre o público e a produção, interpreta-se que ela está disposta e com estrutura para aproveitar em seus conteúdos as informações levantadas. Além da possibilidade de participação, essa característica permite que o usuário faça a sua própria notícia. É o que Foschini e Taddey (2007) denominam de jornalismo 2.0 ou cidadão. Segundo os autores o jornalismo cidadão rompe com os padrões vigentes nos meios de comunicação de massa ao permitir que os usuários tornem-se “prosumers”, ou seja, produtores e consumidores da informação.

Já Torres (2010, p.1) discorda da nomenclatura utilizada pelos autores acima citados. Para ele, esses cidadãos comuns são “colaboradores da imprensa”, pois “chamá-los de jornalistas-cidadãos seria expor exatamente o lado negativo desse “casamento” mídia e sociedade: a maioria das pessoas não possui a formação necessária, muito menos a educação e bagagem que os jornalistas profissionais possuem”. Dessa forma, não se invertem os papéis entre jornalistas e leitores, apenas se complementam as atividades, tendo em vista a maior contribuição dos usuários.

Considera-se que essa potencialização da interatividade está inserida no atual contexto da convergência. Portanto, ao se discutir a televisão de hoje é necessário levar em consideração esse novo cenário, onde o público não se conforma mais em ser apenas um espectador e deseja participar do processo de construção da informação. É importante ainda que a presença da TV na plataforma

digital contribua para a intensificação das características desse novo público, que sente a necessidade de estabelecer relação com os conteúdos que consome.

3- Reflexos de interatividade no programa MT TV- 1ª Edição

Durante a semana do dia 05 a 09 de setembro de 2016, foi realizada a observação direta do telejornal MT-TV 1ª edição, transmitido diretamente da cidade de Rondonópolis, sul do Estado de Mato Grosso. Tal observação foi imprescindível para a análise do conteúdo exibido e, a partir dela, analisar os reflexos de interatividade da população no telejornal. De modo mais específico, foi pesquisado o número de vezes que houve, efetivamente, a participação do público por meio do aplicativo *Bem na Hora* e também, em quais momentos existiu o convite de interação do público dentro do espaço do telejornal.

Segunda-feira – 05 de Setembro de 2016

No primeiro bloco não há qualquer menção da participação efetiva do público no telejornal. Não existe também nenhum convite para sua participação, nem por meio de um acesso ao site da emissora, e-mail, ou sugestão de matéria pelo aplicativo *Bem na Hora*.

Ao final do segundo bloco, a apresentadora convida os telespectadores a participarem do telejornal, encaminhando sugestões de reportagens pelo aplicativo *Bem na Hora*. Além disso, existe um GC de apoio com o e-mail mttvoo@tvca.com.br com a mesma finalidade.

No terceiro bloco, durante a chamada de bloco, há um videografismo com o horário e também o site da emissora no Portal G1 – www.g1.com.br/tvca. No entanto, a apresentadora em sua fala só reforça o horário. Não há qualquer menção para o público visitar o site da emissora.

O último bloco abre com uma nota coberta sobre a paralisação dos servidores da Secretaria Estadual do Meio Ambiente (SEMA). Esta informação é destaque no portal G1 da Centro América. Após a notícia, a apresentadora faz um convite aos telespectadores para conhecer mais detalhes desta e de outras notícias disponíveis no site da emissora: www.g1.com.br/tvca.

Terça-feira – 06 de Setembro de 2016

No final do primeiro bloco há o convite da apresentadora para a participação dos telespectadores, por meio de sugestões de reportagens pelo aplicativo *Bem na Hora*. Existe também, um GC com o e-mail mttvroo@tvca.com.br com o mesmo objetivo.

No segundo bloco, durante a chamada de bloco, há um videografismo com o horário e também o site da emissora no Portal G1 – www.g1.com.br/tvca. Porém, a apresentadora Cíntia Braga reforça apenas o horário. Não há qualquer menção para o público visitar o site da emissora.

No terceiro e quarto blocos não houve qualquer menção da participação efetiva do público no telejornal. Não existiu nenhum convite para sua participação, nem por meio do acesso ao site da emissora, e-mail, ou sugestão de matéria pelo aplicativo *Bem na Hora*.

Quarta-feira – 07 de Setembro de 2016

No final do primeiro bloco a apresentadora Cíntia Braga convida o telespectador para participar, por meio de sugestões de reportagens pelo aplicativo *Bem na Hora*. Existe também, um GC com o e-mail mttvroo@tvca.com.br com o mesmo objetivo.

No segundo bloco, a apresentadora destaca uma notícia do site da emissora no Portal G1 – www.g1.com.br/tvca. Com apoio de videografismo do site, foi noticiado: “Índios do Xingu ocupam DSEI e pedem a troca do coordenador”. Após a notícia, a apresentadora convida os telespectadores a acessarem outras notícias pelo site. Há também o apoio do GC ao longo desta fala. No final do bloco, há um videografismo com o horário e também o site da emissora no Portal G1 – www.g1.com.br/tvca. Porém, a apresentadora Cíntia Braga reforça apenas o horário. Não há qualquer menção para o público visitar o site da emissora.

No terceiro e quarto blocos não houve qualquer referência da participação do telespectador no telejornal. Também não existiu qualquer convite para sua participação, nem por meio do acesso ao site da emissora, e-mail, ou sugestão de matéria pelo aplicativo *Bem na Hora*.

Quinta-feira – 08 de Setembro de 2016

O primeiro bloco inicia com uma sugestão enviada através do aplicativo Bem na Hora. A apresentadora Cíntia Braga questiona qual a utilidade de um semáforo de trânsito desligado. O aparelho defeituoso está localizado na BR 163. Antes da reportagem foi veiculada a vinheta específica do aplicativo *Bem na Hora*. Durante a reportagem, no *off*, o repórter Emerson Sanchez salienta “pelo aplicativo Bem na Hora, recebemos várias reclamações principalmente porque o local tem um fluxo intenso, especialmente de bi trens. Sem contar que o *trevão* é acessado por quem deixa Mato Grosso com destino a Goiás e Mato Grosso do Sul”. No final do primeiro bloco a apresentadora convida o telespectador para participar, por meio de sugestões de reportagens pelo aplicativo *Bem na Hora*. Existe também, um GC com o e-mail mttvroo@tvca.com.br com a mesma finalidade.

No final do segundo bloco, há um videografismo com o horário e também o site da emissora no Portal G1 – www.g1.com.br/tvca. Porém, a apresentadora destaca apenas o horário. Não há qualquer lembrete para o público visitar o site da emissora.

No terceiro bloco não há qualquer referência da participação do telespectador no telejornal. Também não existe qualquer convite para sua participação, nem por meio do acesso ao site da emissora, e-mail, ou sugestão de matéria pelo aplicativo *Bem na Hora*.

O quarto bloco inicia com um destaque do site da emissora no Portal G1 – www.g1.com.br/tvca. Com apoio de videografismo do site, foi noticiado: “Receita abre consulta ao 4º lote do I.R 2016 nesta quinta”. Após a notícia, a apresentadora Cíntia Braga convida os telespectadores para acessarem outras notícias no site. Há também o apoio do GC do site da emissora ao longo de sua fala.

Sexta-feira – 09 de Setembro de 2016

No final do primeiro bloco a apresentadora convida o telespectador para participar, por meio de sugestões de reportagens pelo aplicativo *Bem na Hora*. Existe também, um GC com o e-mail mttvroo@tvca.com.br com a mesma finalidade.

No final do segundo bloco, há um videografismo com o horário e também o site da emissora no Portal G1 – www.g1.com.br/tvca. Porém, a apresentadora

Cynthia Braga destaca apenas o horário. Não há qualquer aviso para o público visitar o site da emissora.

No terceiro e quarto blocos não há qualquer referência da participação do telespectador no telejornal. Também não existe qualquer convite para sua participação, nem por meio do acesso ao site da emissora, e-mail, ou sugestão de matéria pelo aplicativo *Bem na Hora*.

3.1 – Resultados encontrados

Na semana observada, do dia 05 a 09 de setembro de 2016, foi possível verificar que só houve uma aparição de sugestão de reportagem através do aplicativo da emissora, o *Bem na Hora*. Tal sugestão foi exibida no telejornal da quinta-feira, dia 08 de setembro de 2016. Um semáforo desligado na BR 163 foi à pauta encaminhada. Segundo o repórter Emerson Sanchez, a produção recebeu várias reclamações, como esclarece o *off* durante a reportagem: “pelo aplicativo Bem na Hora, recebemos várias reclamações principalmente porque o local tem um fluxo intenso, especialmente de bi trens”.

Existiram também, na semana observada, três matérias do site da emissora – www.g1.com.br/tvca – que receberam destaque durante o telejornal. Na segunda-feira, dia 05 de setembro de 2016 foi destaque: “Servidores da SEMA-MT fazem paralisação por defasagem salarial”. A segunda ocorreu na edição da quarta-feira, dia 07 de setembro, com a manchete: “Índios do Xingu ocupam DSEI e pedem troca do coordenador”. No dia 08, quinta-feira, a notícia destacada foi “Receita abre consulta ao 4º lote do IR”. Em todos os casos, foi utilizada a página do site com a própria manchete enquanto recurso de videografismo. Importante destacar também, em todos os casos, a apresentadora ao final da reportagem convida o telespectador para acessar mais detalhes daquela reportagem além de outras notícias no site da emissora.

No entanto, durante toda a semana, há o convite explícito por parte da apresentadora do MT TV 1ª edição, a jornalista Cynthia Braga, para que os telespectadores encaminhassem sugestão de reportagens, por meio do aplicativo Bem na Hora, como também pelo e-mail do telejornal: mttvoo@tvca.com.br. Da mesma forma ocorre o convite para o público acessar o site da emissora

www.g1.com.br/tvca. Toda vez que há o convite para esta participação, seja para enviar e-mail ou para visitar o site, é utilizado como o recurso o respectivo GC – gerador de caracteres.

Os convites feitos para os telespectadores para envio de sugestão pelo aplicativo Bem na Hora e pelo e-mail, bem como, para acessar o site, ocorreram sempre ao final dos blocos. De modo mais específico, na chamada de bloco. Isto foi uma regra apresentada pelo telejornal, pelo menos, na semana observada. O segundo e primeiro bloco, respectivamente, são os que mais apresentaram convites para o público. O terceiro e quarto, respectivamente, os que menos apresentaram.

Abaixo segue um quadro com o panorama semanal observado. O quadro foi dividido entre os dias observados e os blocos que compõe o telejornal.

Quadro 1: Panorama Semanal MT TV – 1ª edição

DATA/BLOCO	Segunda 05/09/2016	Terça 06/09/2016	Quarta 07/09/2016	Quinta 08/09/2016	Sexta 09/09/2016
1º Bloco	XXX	Convite para envio de sugestão de pauta pelo aplicativo BEM NA HORA e E-MAIL.	Apenas o GC com o SITE da emissora	Sugestão pelo aplicativo BEM NA HORA – Semáforo desligado na BR163. Convite para envio de sugestão de pauta pelo aplicativo BEM NA HORA e E-MAIL.	Convite para envio de sugestão de pauta pelo aplicativo BEM NA HORA e E-MAIL.
2º Bloco	Convite para envio de sugestão de pauta pelo	Apenas o GC com o SITE da emissora	Destaque de uma notícia do SITE da emissora.	Apenas o GC com o SITE da emissora	Apenas o GC com o SITE da emissora

	aplicativo BEM NA HORA e E-MAIL.		Convite para acessar o SITE da emissora. Convite para envio de sugestão de pauta pelo aplicativo BEM NA HORA e E-MAIL.		
3º Bloco	Apenas o GC com o SITE da emissora	XXX	XXX	XXX	XXX
4º Bloco	Destaque de uma notícia do SITE da emissora.	XXX	XXX	Destaque de uma notícia do SITE da emissora.	XXX

Fonte: produção própria

Considerações Finais

Ao longo das discussões acima apresentadas é possível perceber que os veículos de comunicação tem, gradativamente, aumentado a sua preocupação em envolver os consumidores de mídia no processo de produção. Diversas são as formas que isso se torna possível. O artigo aqui apresentado preocupou-se em identificar, ao longo de um programa específico, marcas dessa característica cada vez mais presente.

Percebe-se claramente, uma mudança comunicacional. De um lado, o emissor (telejornal), do outro, o receptor (público). Em comum, a tentativa cada vez mais presente, em se adequar ao novo cenário midiático. Assistir a programação, isolado, passivamente, imune ao seu conteúdo pode não mais caracterizar o público

receptor. Da mesma forma, cabe ao emissor, buscar meios e modos de estreitar esse relacionamento, dar acesso, participação, “voz” ao seu público. Esse novo cenário sinaliza um caminho sem volta, um processo cada vez mais dinâmico, próximo e ágil.

Na observação realizada percebe-se a alteração neste processo comunicacional, mesmo que de modo preliminar e latente. O jornal MT-TV 1ª edição faz uso de mecanismos para estreitar o relacionamento do público, promovendo a sua participação na programação da emissora. Seja por meio exclusivo do aplicativo criado para dispositivos móveis – O Bem na Hora – como também, pelo e-mail e site. A participação ainda é tímida – apenas uma sugestão foi encontrada na semana analisada – o que reforça que o processo está numa fase inicial, podendo ser ampliado, melhor explorado.

Além disso, é preciso considerar que o trabalho buscou identificar apenas as marcas explícitas da participação do público. Sabe-se que existe a possibilidade de uma interatividade maior que talvez ainda não se reflita no conteúdo diário. A partir disso percebe-se duas possibilidades. A primeira refere-se a um processo onde o público possa ainda não estar habituado a compreender o seu novo papel no cenário midiático contemporâneo uma vez que ainda nota-se traços de uma comunicação verticalizada. Já a segunda, faz referência ao acompanhamento de mercado que algumas empresas se propõem a fazer. Ou seja, existe uma preocupação em determinada emissora ou programa estarem presentes nos mesmos espaços de seus públicos, como redes sociais e aplicativos. Por outro lado, ao entrarem nesses espaços, as empresas e profissionais ainda não estão preparadas a usá-los em favor do jornalismo que praticam.

Nesse momento, ainda não é possível afirmar se o MT- 1ªEdição enquadra-se em alguma dessas possibilidades. Para isso, seria necessário acompanhar as formas de produção dos conteúdos levados ao ar buscando perceber até que ponto a “voz” do público realmente chega até a sala de redação.

Referências Bibliográficas

COCA, A. P.; MENDONÇA, B, H.M de. **Segunda Tela**: A internet pervasiva como possibilidade de extensão dos conteúdos televisuais. 2013. Disponível em: http://www.abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_5_Entretenimento_Digital/25_960arq05930017964.pdf acesso em 17 de setembro de 2016.

FOSCHINI, A. C; TADDEY, R. R. **Jornalismo Cidadão**: você faz a notícia. Disponível em http://pt.globalvoicesonline.org/wpcontent/uploads/2007/08/conquiste_a_rede_jornalismo_cidadao.pdf. Acesso em: 14 de julho, 2016

GARCÍA AVILÉS, J. A. et al. **Métodos De Investigación Sobre Convergencia Periodística**. In: Seminário do Acordo de Cooperação Brasil-Espanha. FACOM/UFBA - 3 a 7 de dezembro de 2007.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MIELNICZUK, L. **Características e implicações do jornalismo na Web**. Disponível em: http://comunicaufma.webs.com/mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf. Acesso em: 23 de agosto de 2016.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na Web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. Salvador: UFBA, 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, 2003)

PROULX, M. & SHEPATIN, S. **Social TV**: how marketers can reach and engage audiences by connecting television to the WEB, social media and mobile. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2012

SANTAELLA, L. **A ecologia pluralista da comunicação** - conectividade, mobilidade e ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.

SILVA, F.F. **Jornalismo reconfigurado**: tecnologias móveis e conexões sem fio na reportagem de campo. 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-06521.pdf> f. Acesso em: 20 de agosto de 2016.