



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

Samira Moratti Frazão

***PARCEIRO DO RJ: A PRÁTICA DO JORNALISMO  
PARTICIPATIVO NO RJTV 1ª EDIÇÃO E AS  
TRANSFORMAÇÕES NA ROTINA PROFISSIONAL DOS  
JORNALISTAS***

Florianópolis  
2013

Samira Moratti Frazão

***PARCEIRO DO RJ: A PRÁTICA DO JORNALISMO  
PARTICIPATIVO NO RJTV 1ª EDIÇÃO E AS  
TRANSFORMAÇÕES NA ROTINA PROFISSIONAL DOS  
JORNALISTAS***

Dissertação submetida ao Programa de  
Pós-Graduação em Jornalismo da  
Universidade Federal de Santa  
Catarina para a obtenção do Grau de  
Mestre em Jornalismo

Orientador: Prof. Dr. Antonio Claudio  
Brasil Gonçalves

Florianópolis  
2013

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,  
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Frazão, Samira Moratti

Parceiro de RJ : A prática do jornalismo participativo  
no RJTV 1ª Edição e as transformações na rotina profissional  
dos jornalistas / Samira Moratti Frazão ; orientador,  
Antonio Claudio Brasil Gonçalves - Florianópolis, SC, 2013.  
241 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa  
Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-  
Graduação em Jornalismo.

Inclui referências

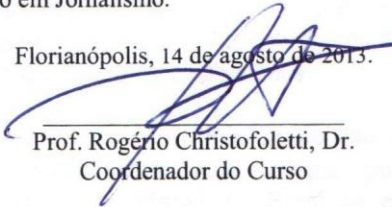
1. Jornalismo. 2. Televisão. 3. Telejornalismo. 4.  
Jornalismo participativo. 5. Modos de endereçamento. I.  
Claudio Brasil Gonçalves, Antonio. II. Universidade Federal  
de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo.  
III. Título.

Samira Moratti Frazão


**PARCEIRO DO RJ: A PRÁTICA DO JORNALISMO  
PARTICIPATIVO NO RJTV 1ª EDIÇÃO E AS  
TRANSFORMAÇÕES NA ROTINA PROFISSIONAL DOS  
JORNALISTAS**


Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre em Jornalismo”, e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo.

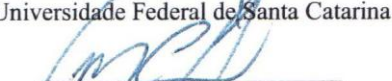
Florianópolis, 14 de agosto de 2013.


  
Prof. Rogério Christofolletti, Dr.  
Coordenador do Curso

**Banca Examinadora:**

  
Prof. Antonio Cláudio Brasil Gonçalves, Dr.  
Orientador  
Universidade Federal de Santa Catarina

  
Prof.ª Cárilda Emerim Jacinto Pereira, Dr.ª.  
Universidade Federal de Santa Catarina

  
Prof. Mauro César Silveira, Dr.  
Universidade Federal de Santa Catarina

  
Prof.ª Cristiane Finger Costa, Dr.ª.  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)

## AGRADECIMENTOS

Inicialmente é necessário e importante agradecer o apoio da minha família, pelo suporte durante essa caminhada. À minha mãe, Luzia, fonte de inspiração e motivação em todos os desafios na minha vida. “Luz” que clareou meus objetivos e me iluminou quando me encontrei em meio à escuridão.

Ao meu esposo e meu filho, que me deram igual suporte e compreenderam minhas ausências e demoras em prol desta dissertação. Além do agradecimento, dedico igualmente meu amor.

Ao meu orientador Antonio Brasil. Profissional exemplar e mestre que muito enriqueceu minha pesquisa com contribuições e experiência. Sou muito grata por ter tido a oportunidade de conhecê-lo e a honra de tê-lo como guia durante esses dois anos.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo pelos ensinamentos compartilhados. Aos colegas pesquisadores e professores do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Jornalismo (GIPTele) pelos debates que muito enriqueceram a dissertação. Aos amigos de mestrado que fiz neste período pela ajuda e amizade.

Aos demais professores, hoje colegas de profissão, que também foram fundamentais para minha formação durante a graduação.

A todos meu muito obrigada. Que esses dois anos tenham valido a pena.

Se a internet desfez a cama dos jornalistas e nos mostrou que os leitores estão vivos, a organização jornalística tem que integrar aqueles que todos os dias lhe dão razões para trabalhar: os usuários.

**Carlos Soria**

## RESUMO

Com a inserção do público no processo de produção da notícia por meio do jornalismo participativo a dinâmica produtiva bem como a rotina profissional ganham novos rumos. O telespectador participa ao desempenhar, inclusive, a função de “repórter”. Os jornalistas, por sua vez, verificam as informações recebidas, transformando-as ou não em notícia. A iniciativa divide opiniões: alguns pesquisadores e profissionais consideram uma “inovação” no modo de produzir informação nos telejornais; outros acreditam que seria a “precarização da mídia” no que diz respeito ao uso desse tipo de mão-de-obra e à qualidade do material produzido. Nesse sentido, surge a seguinte questão-problema que norteia este estudo: de que maneira a participação do telespectador pode alterar a produção da reportagem, bem como a rotina profissional? Para discutir essa questão toma-se como objeto empírico o quadro *Parceiro do RJ*, do *RJTV 1ª edição (TV Globo Rio de Janeiro)*, telejornal onde a iniciativa foi implementada inicialmente, sendo utilizada posteriormente em outras emissoras. No quadro, duplas de jovens de comunidades da região metropolitana do Rio participam da produção da notícia. O objetivo é analisar a forma como os participantes atuam, verificando diferenças em como os jornalistas produzem a reportagem para telejornal, observando-se também o papel do jornalista nesse contexto. O referencial teórico é composto por autores ligados aos estudos sobre televisão, telejornalismo, gêneros e formatos e jornalismo participativo a destacar Jost (2004), Duarte & Castro (2007), Gillmor (2004), entre outros. O objeto empírico é analisado por meio de vídeos com base no método “Modos de endereçamento” (GOMES, 2011). Ao material empírico somam-se entrevistas realizadas com os representantes do telejornal durante visita à emissora na cidade do Rio de Janeiro.

**Palavras-chave:** 1. Telejornal. 2. Jornalismo participativo. 3. Modos de endereçamento.

## ABSTRACT

With the inclusion of the public in the process of news production through the participatory journalism, the dynamics of production and routine professional gain new directions. The viewer participates including the role of "reporter." Journalists, in turn, to verify the information received, to turning or not it into news. The initiative divides opinions: for some researchers and professionals it is considered an "innovation", whereas for others it would be the "precariousness of the media" in relation to the use of this type of manpower and the quality of material produced. Accordingly, the following arises problem question that guides this study: how the participation of the viewer can change the news production, as well as the professional routine? To discuss this issue is taken as empirical object the framework *Partner of RJ*, the *RJTV 1st edition (TV Globo Rio de Janeiro)* newscast where the initiative was implemented initially being used later on other stations. Double of youth of the communities in the metropolitan region of Rio participate in news production. The aim is to analyze how act the participants, checking differences in how journalists produce a report for television news, and the journalist's role in this context. The theoretical framework consists in authors involved with studies on television, TV news, genres and formats and participatory journalism, to highlight Jost (2004), Duarte & Castro (2007), Gillmor (2004), among others. The empirical object is analyzed by method "Addressing Modes" (Gomes, 2011). Add up in the empirical material some interviews conducted with representatives of television news during visit to the station in Rio de Janeiro city.

**Keywords:** 1. TV Newscast. 2. Participatory journalism. 3. Addressing modes.



## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 – Imagem da vinheta utilizada na abertura do quadro até 2011	89
Figura 2 – Sequência de imagens da nova vinheta utilizada no quadro a partir de 2012	90
Figura 3 – Imagem cujo GC descreve a jornalista responsável pela matéria	121

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 – Total de matérias produzidas durante a primeira edição do quadro no ano de 2011.	124
Gráfico 2 – Total de matérias produzidas durante a primeira edição do quadro no ano de 2012.	125
Gráfico 3 – Total de matérias produzidas durante a primeira edição do quadro, entre 2011 e 2012.	125
Gráfico 4 – Total de matérias por dupla produzidas durante a primeira edição do quadro no ano de 2011.	128
Gráfico 5 – Total de matérias por dupla produzidas durante a primeira edição do quadro em 2012.	128
Gráfico 6 – Total de matérias produzidas durante a primeira edição do quadro, entre 2011 e 2012.	129

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 – Descrição resumida dos detalhes acerca da vestimenta e linguagem observadas nas matérias produzidas em 2011.	107
Quadro 2 – Descrição resumida dos detalhes acerca da vestimenta e linguagem observadas nas matérias produzidas em 2012.	109
Quadro 3 – Número de fontes em matérias da editoria de serviço e veiculadas em 2011.	114
Quadro 4 – Número de fontes em matérias da editoria de serviço e veiculadas em 2012.	115
Quadro 5 – Editoria das matérias produzidas em 2011.	126
Quadro 6 – Editoria das matérias produzidas em 2012.	126

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>Capítulo 1</b>	
<b>O TELEJORNAL NO DISCURSO TELEVISIVO</b> .....	29
1.1. O TELEJORNAL ENQUANTO SUBGÊNERO .....	37
1.2. A CONFIGURAÇÃO DISCURSIVA DO REPÓRTER E CINEGRAFISTA DE TELEJORNAL .....	47
<b>Capítulo 2</b>	
<b>JORNALISMO PARTICIPATIVO NA TELEVISÃO</b> .....	57
2.1. JORNALISMO PARTICIPATIVO: EM BUSCA DE UM CONCEITO .....	65
2.2. EXEMPLOS DE JORNALISMO PARTICIPATIVO EM TELEJOURNAIS .....	74
<b>Capítulo 3</b>	
<b>MODOS DE ENDEREÇAMENTO NO QUADRO PARCEIRO DO RJ</b> .....	85
3.1. PARCEIRO DO RJ: DA SELEÇÃO À CAPACITAÇÃO DOS PARTICIPANTES .....	90
3.2. ANÁLISE DOS VÍDEOS.....	99
3.2.1. Aspectos técnicos .....	103
3.2.2. Aspectos éticos .....	112
3.2.3. Conteúdo das pautas .....	123
<b>CONCLUSÃO</b> .....	135
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	147
<b>APÊNDICES</b> .....	162

## INTRODUÇÃO

Em mais de sessenta anos de existência a televisão brasileira passou por períodos de transformações significativas para sua evolução, tal qual conhecemos hoje. Desde a fase inicial na década de 1950 da influência radiofônica até a atual era da mobilidade e interatividade, avanços tecnológicos e ideias inovadoras foram responsáveis por mudanças na TV tanto na parte estética quanto no conteúdo (MATTOS, 2010).

Ao traçar um perfil da televisão brasileira, Sérgio Mattos (2010, p. 26-27) descreve sete momentos desde sua criação. A primeira, a fase elitista, compreendeu os anos de 1950 a 1964, momento em que a televisão era considerada um artigo de luxo no lar, acessível, portanto, de uma minoria. Durante o período populista, que vai dos anos 1964 a 1975, os programas sensacionalistas ou com apelo popular, principalmente os de auditório, faziam grande sucesso. É nesta época que as emissoras passam a se modernizar de forma tecnológica, estética e conceitual. Na próxima etapa ocorre o desenvolvimento tecnológico, entre os anos de 1975 e 1985; o profissionalismo passa a imperar nas produções televisuais, visando a exportação devido ao estímulo de órgãos oficiais ligados ao Regime Militar. Já na Nova República, nos idos de 1985 a 1990, ocorre o quarto momento da televisão, com a transição e expansão internacional dos programas.

Na década de 1990 até a chegada dos anos 2000 surge a quinta fase, da globalização e TV Paga. Assim, mais uma vez a televisão passa por uma reformulação, modernizando os aparatos tecnológicos, aberta à redemocratização midiática com a explosão de uma infinidade de canais, inclusive os de ordem segmentada. Durante a primeira década do século XXI, ocorre a sexta etapa: a da convergência e qualidade digital, precisamente quando a Internet se populariza e com ela a interatividade, atrativo para o público e uma medida irrevogável a ser adotada pelos meios de comunicação tradicionais, incluindo a televisão. A última fase, iniciada em 2010 e ainda em transformação, é a da portabilidade, mobilidade e interatividade digital, quando há a reestruturação dos modelos de negócios então vigentes e a crescente popularidade das novas mídias, meios pelos quais o público passa a dispor de uma relação diferente com os emissores das mensagens, por trás dos veículos tradicionais (MATTOS, 2010).

Naturalmente, tais transformações também foram adaptadas e impactaram o telejornalismo então praticado. Por exemplo, nos anos iniciais da televisão no Brasil, durante a década de 1950, com o

funcionamento precário devido a adequação tecnológica ao novo meio, a produção telejornalística sofria grande influência vinda do rádio. Desta feita, também eram influenciados a produção de outros programas seja de cunho informativo ou de entretenimento, bem como os próprios profissionais, muitos deles destacados desta área para atuarem no então considerado novo veículo. Até então não havia uma padronização nas atividades a serem desempenhadas pelos profissionais de televisão (REZENDE, 2010). Os gêneros, subgêneros e seus formatos foram adequados do rádio para a TV (principalmente o modelo que se conhecia de noticiário, concursos e os chamados *talk shows*, entre outros). Além do rádio, a TV recém-implantada também passa por uma grande influência vinda do cinema. A televisão “deve ao cinema seu imaginário narrativo e, sobretudo, sua alfabetização visual” (LACALLE, 2001, p. 26), responsável por influenciar os recursos narrativos empregados em outros gêneros televisivos que surgiram ao longo da história deste meio em particular.

Voltando-se para a análise da rotina profissional dos telejornalistas, Kneipp (2008, p. 9) renomeia essas fases, definindo-as da seguinte maneira: 1) a década de 1950 seria o momento da televisão encarada como o “rádio com imagens”, período inclusive em que os profissionais recrutados para atuar na televisão eram oriundos do rádio; 2) a década seguinte, anos 1960, seria a “fase cinematográfica” da televisão, com a introdução de profissionais da área do cinema para atuarem como produtores, revisores, editores e até repórteres; 3) a terceira acontece na década de 1970, caracterizada pela cópia e adoção do modelo norte-americano pelas emissoras brasileiras. O caso mais conhecido é o da própria *Rede Globo*, que empreendeu parceria com a *Time-Life*, empresa norte-americana responsável por subsidiar capital para financiar a estruturação da emissora brasileira (ainda na década de 1960, prosseguindo na década seguinte). Na ocasião, a *TV Globo* passou, inclusive, a trazer referências dos modelos apresentados internacionalmente para reprodução e adequação à realidade da TV brasileira e dos profissionais que nela atuavam (HERZ, 1986); 4) os anos 1980 é o momento da “valorização do texto”, com a penetração no setor telejornalístico de profissionais formados nas escolas de Comunicação Social e/ou vindos de jornais impressos. É nesta década, inclusive, que as redações dos impressos também passam por reformulações técnicas e tecnológicas; 5) este momento, na década de 1990, seria o da “segmentação dos conteúdos e dos formatos”, com o advento de novas tecnologias na produção em televisão e a criação de canais da chamada TV paga; e, por fim, 6) a primeira década do século

XXI abre o “caminho para a era digital” à “atualidade do meio”, com a popularização da Internet e, com ela, novas propostas de práticas televisivas, incluindo o fazer TV na *web*.

Atualmente, porém, o processo jornalístico apontado por Kneipp (2008) se reconfigura mais uma vez, não só no que diz respeito aos modos de produção em telejornalismo, em virtude dos constantes avanços tecnológicos, como também a inserção de outros atores sociais no processo de produção da notícia, acrescido do papel do telejornalista nesse contexto. Ou seja, viveríamos uma nova fase da televisão brasileira, uma vez que tais transformações ocorrem não somente no subgênero dos telejornais, mas em uma série de outros gêneros, subgêneros e seus formatos.

Em virtude da importância que este veículo possui com a sociedade brasileira, faz-se necessário lembrar alguns momentos marcantes do telejornalismo nacional, narrados nas pesquisas que se referem a área. Nos anos iniciais da televisão, a concorrência com o rádio ainda era acirrada, uma vez que o televisor era considerado um artigo de luxo para poucos. Assim, grande parte da sociedade dava preferência ao rádio ao buscar notícias sobre sua comunidade, região e país. Durante a década de 1960, com o *Jornal de Vanguarda* há uma quebra de paradigmas, em virtude dos avanços técnicos e a busca por novas linguagens. A TV caminha, então, para sua popularidade, apesar de o Brasil viver um momento político crítico em decorrência do Regime Ditatorial fomentado com o golpe em 1964 (REZENDE, 2010).

A década de 1960 é um período-chave para a consolidação da televisão. Nota-se a ruptura com o rádio e o cinema, uma vez que é durante este momento que as empresas de comunicação planejam modelos estruturais tanto de programas como de programação e rotinas profissionais específicas para este meio. Mesmo a ideia presumida do núcleo familiar que compunha os telespectadores, um modo de encarar a audiência herdado do rádio, também ganhou características específicas para a TV. “A própria ideia de adaptação da programação da televisão à rotina de uma casa traz, em si mesma, um germe modificador dessa rotina, pois dela precisa fazer parte a televisão” (BERGAMO, 2010, p. 81).

A partir de 1969 e até meados de 1983 o telejornalismo passa por uma nova fase com o lançamento do *Jornal Nacional* produzido pela *Rede Globo* e transmitido ao resto do país em rede com um rigor no planejamento e produção do noticiário, minimizando improvisações, como jamais visto até então. A criação de um modelo de programação baseado na vida cotidiana de uma audiência presumida (PEREIRA

JUNIOR, 2006) à época, quando se considerava telespectador o integrante da classe média e trabalhador, é outro diferencial que marca este período da televisão. Com o programa *A Hora da Notícia*, da *TV Cultura* de São Paulo, a ligação entre telejornal e telespectador começa a se estreitar, apesar de um breve período de existência. Diferente do adotado por outras emissoras, a realidade era repassada aos telespectadores com depoimentos populares e sob perspectivas mais próximas das fontes, do público, diferente das versões oficiais então sustentadas por grande parte dos veículos, temerários pela censura imposta pela ditadura. Os moldes que enalteciam o depoimento popular desagradaram o duro regime político a ponto de provocar a extinção do projeto, capitaneado por Fernando Pacheco Jordão, João Batista de Andrade e, mais tarde, Wladimir Herzog, este último que, reprimido pelo regime, perdeu a vida em virtude de seus ideais jornalísticos (REZENDE, 2010; ANDRADE, 2002).

Mesmo com a criação, por parte de outras emissoras, de programas de telejornalismo ou mesmo telejornais inovadores no que dizia respeito ao conteúdo e à linguagem, a *Globo* permaneceu soberana nesse sentido quando veiculou na década de 1980 uma série de telejornais locais, começando no Rio de Janeiro com o *RJTV* e introduzindo o mesmo modelo em outras praças (COUTINHO, 2008). Com a importação da figura do âncora, vinda do modelo norte-americano de telejornalismo, mais uma vez os telejornais passam por uma nova transformação. Inclusive com a inserção não só de âncoras – como foi o caso pioneiro de Boris Casoy no *TJ Brasil*, do *Sistema Brasileiro de Televisão* (SBT) – bem como de comentaristas, a fim de dar outro fôlego ao telejornalismo em um cenário de abertura democrática, que compreendeu o final da década de 1980 e início da década de 1990 (REZENDE, 2010).

Foi no início dos anos 1990, com a cobertura internacional da Guerra do Golfo, que a *Globo* imprimiu aos telejornais a promoção do jornalismo de rua, em detrimento do praticado estritamente em estúdio, organizado pelo então novo diretor geral de Telejornalismo da emissora Alberico Souza Cruz, que tomava o posto de Armando Nogueira, afastado em decorrência de atritos anteriores com a direção. Os repórteres passaram a ter um papel com maior destaque, inclusive no que dizia respeito ao uso das passagens para apresentar ao telespectador a presença da emissora no local do acontecimento, da notícia. Ainda na década de 1990 surge uma uniformização dos conteúdos informativos, quando os telejornais de transmissão em rede, mesmo de emissoras diferentes, possuíam conteúdos muito semelhantes. Na mesma década,



com o crescimento da TV por assinatura e a criação dos canais segmentados como a *Globo News*, a TV aberta passa a vivenciar uma fase de crise, em virtude da disputa de audiência com os novos canais informativos (REZENDE, 2010).

A concorrência entre os telejornais aumenta novamente na década de 2000, quando acentuou-se, principalmente, a briga entre *Globo* e *Rede Record*, bem como a disputa desta segunda por profissionais que atuavam em emissoras concorrentes, a fim de consolidar a imagem do telejornalismo produzido por ela (REZENDE, 2010). É nesta mesma fase que a Internet galga maior popularidade, incidindo tal feito na audiência não só da TV aberta como da TV por assinatura. O público brasileiro passa a dispor de outra relação com os televisores e o conteúdo repassado. Seria, portanto, a fase da “convergência e qualidade digital” pregada por Mattos (2010, p. 27), quando a participação popular no processo de produção da notícia em diversos veículos passou a ser adotada com frequência<sup>1</sup>, momento no qual mais uma vez a televisão entra em concorrência com as mídias sociais. Muitas das situações foram proporcionadas pela crescente oferta de meios pelos os quais o público passou a interagir com os veículos de imprensa, tais como os fóruns de discussão, *blogs*, *Twitter*, *Facebook* e *Youtube*, e outras redes sociais, valendo-se também da tecnologia com o uso das câmeras digitais ou celulares com esse dispositivo, por exemplo. Adaptando-se a este momento do jornalismo, os veículos convidam o público a participar da produção da notícia, seja pelo envio de sugestões de pauta<sup>2</sup>, seja por meio de fotos e registros audiovisuais. Muitas dessas práticas são consideradas por pesquisadores do âmbito do Jornalismo como “inovações”<sup>3</sup>. Ações estas que viabilizam a conquista constante por audiência e a diversificação do modo como a notícia é construída, mediada e consumida.

---

<sup>1</sup> Nesse contexto, vale destacar alguns estudos que fundamentaram esta pesquisa, como são os casos de Gillmor (2004), Primo & Träsel (2006), Gomes (2007), Savi (2007), Araújo (2008), Castilho (2009), Amorim (2009), Barcelos (2011), entre outros.

<sup>2</sup> Antes da televisão essa proposta já era adotada por meios como o rádio, por exemplo, através de telefonemas dos ouvintes (COUTINHO, 2012).

<sup>3</sup> Como é o caso de Tourinho (2009), por exemplo. Empregado em Comunicação Social o termo se refere aos efeitos da inovação nos processos comunicacionais e/ou, ainda, seu impacto, proveito social ou apropriação nesse processo. Inovar também é reciclar ideias e/ou recursos que já foram utilizados (GIACOMINI FILHO & SANTOS, 2008).

Indo além do envio de cartas ou *e-mails*, telefonemas para a redação ou participação em enquetes, alternativas que integram o processo conhecido como “reatividade”<sup>4</sup> (CROCOMO, 2007), o cidadão participa da produção noticiosa ao também desempenhar a função de “repórter”. Os jornalistas, por sua vez, verificam as informações recebidas, transformando-as ou não em notícia. Nesse contexto, reportagens apresentando o modo de fazer jornalismo em suas variadas esferas, com destaque para a televisão por conta do recurso das imagens, são regularmente apresentadas ao público. A *Rede Globo* e o telejornal de maior prestígio não só da própria emissora como do telejornalismo brasileiro em si, o *Jornal Nacional*, buscou nos últimos anos promover uma maior aproximação com os telespectadores, seja na apresentação da redação ao fundo<sup>5</sup>, para que eles testemunhem a produção noticiosa concomitante à transmissão do telejornal, por exemplo, assim como também investe em publicações, como foram os casos de dois livros: o primeiro dedicado aos 35 anos do telejornal intitulado *Jornal Nacional – A Notícia faz a história*, lançado em 2004, e o segundo, *Jornal Nacional – Modo de fazer*, lançado em 2009 em celebração aos 40 anos do JN.

Além disso, a *TV Globo* produziu uma série de reportagens especiais veiculadas no *Globo Repórter*. Uma delas exibida no ano 2000: o especial *TV Ano 50*, em homenagem à própria emissora quando completou 35 anos de fundação e em celebração também à televisão, que naquele ano comemorou cinquenta anos de existência, reforçando sua importância na sociedade brasileira nos quesitos social, informativo e de entretenimento (GUTIERRE, 2000). O fascínio em saber como é feita a notícia nos bastidores ultrapassa as barreiras da curiosidade pura e simples. Ante a possibilidade em contribuir, uma parcela do público, seja telespectador, ouvinte, leitor ou internauta, quer também participar. “Com a televisão todas as subculturas participam de um espaço nacional-internacional que adota características locais segundo a força que tenham as indústrias culturais de cada país” (SARLO, 2000, p. 103).

---

<sup>4</sup> De acordo com Crocomo (2007, p. 81) “a emissora oferece as alternativas e o usuário tem apenas uma ‘reação’ ao escolher uma das possibilidades”. A “reatividade” também é considerada um “nível baixo de interatividade”.

<sup>5</sup> Apesar de adotar a medida a partir da década de 2000, este tipo de inovação já era aplicada em outros telejornais brasileiros nas décadas de 1980 e 1990, como foi o caso do *Jornal da Manchete*, exibido pela extinta *Rede Manchete*; o modelo também é uma influência norte-americana, inspirado na emissora internacional *Cable News Network* (CNN) (KNEIPP, 2008).

Diante desse contexto, a televisão estaria propondo uma abertura em seu modo de produção, aproximando-se de uma perspectiva mais interativa<sup>6</sup> ao buscar a participação dos telespectadores inclusive na produção de conteúdo. No caso específico de telejornais brasileiros, ao analisar sua história<sup>7</sup>, não era comum a participação dos telespectadores na função de repórteres, por exemplo. Ainda é possível analisar casos onde a principal forma de relacionamento dos telejornais com o público seja o índice de audiência.

Assim como o mercado capitalista, a mídia e aqui se dedica especial atenção à televisão, também busca por uma renovação constante não só de conteúdo quanto na forma como as mensagens serão repassadas ao público, perpetuando deste modo o mito da novidade, de estar sempre à frente. Assim também o fazem para conquistar a juventude, sejam crianças, adolescentes e jovens, nas esferas artística, mercadológica e midiática (SARLO, 2000, p. 41).

Com a popularização do jornalismo participativo, os telejornais deixam de adotar uma comunicação exclusivamente unilateral, de um para muitos (GILLMOR, 2004). Passam a promover mais interatividade com o público, além de também possibilitar sua participação na produção da notícia, mesmo que haja limitações. Por exemplo, com o envio de vídeos por *e-mail* ou mensagens via redes sociais. No entanto, essa participação interfere no processo de produção da notícia, concernente às técnicas ou modos de fazer jornalismo tradicional, de acordo com as características pertinentes a cada veículo (jornais impressos, rádio, TV e Internet), inclusive no próprio conteúdo da matéria reportada.

Nesse contexto, o papel do telejornalista estaria passando pelo processo de (re)configuração dos seus moldes de atuação. A partir do momento em que as emissoras permitem que a posição do repórter seja ocupada por terceiros, incluindo os telespectadores, o jornalista que atuava na reportagem pode ser deslocado para os bastidores, sendo delegado para outras atividades, em suma, que deem conta da supervisão

---

<sup>6</sup> Segundo Primo (2009) e Jensen (apud Brasil, 2011) a “interatividade” que se propõe aqui estaria em um nível conversacional, quando as emissoras dispõem de um número de canais de retorno pelos quais o público pode sugerir pautas, fazer críticas/elogios e enviar registros audiovisuais aos programas, sendo inclusive convidado a participar da produção da notícia, em papéis antes restritos a jornalistas.

<sup>7</sup> Descrita em estudos tais como os artigos organizados por Vizeu, Porcello e Coutinho (2010) e a pesquisa de Tourinho (2009), por exemplo.

do trabalho jornalístico praticado por outrem. Assim como ele, os demais profissionais como produtores e editores também passam a buscar a excelência e rigor nas funções atribuídas ao integrante do público que atua como produtor de notícias. A própria rotina jornalística também é alterada com a inserção desse novo agente. Desse modo, a configuração discursiva (GREIMAS & COURTÉS, 2011) do jornalista de televisão estaria passando por uma reformulação no que diz respeito às suas atribuições se comparada com a atividade exercida por eles em décadas anteriores (SQUIRRA, 1995; BARBEIRO & LIMA, 2002; YORKE, 2007; KNEIPP, 2008).

Assim, quanto ao subgênero telejornal<sup>8</sup>, esta pesquisa discute a seguinte questão-problema: de que maneira a participação do telespectador pode alterar a produção da reportagem, bem como a rotina profissional? Para o estudo dessa questão fundamental da dissertação, elege-se como objeto empírico o quadro *Parceiro do RJ*, veiculado no telejornal *RJTV 1ª edição*, exibido pela *TV Globo* do Rio de Janeiro.

Em sua primeira edição, a proposta do quadro<sup>9</sup> era levar informações sobre nove comunidades locais da região metropolitana do Rio de Janeiro (Campo Grande, Complexo do Alemão, Cidade de Deus, Copacabana, Duque de Caxias, Nova Iguaçu, São Gonçalo, Tijuca e Rocinha) contando com a participação de uma dupla de telespectadores, moradores de cada região – num total de dezoito participantes –, treinados pela emissora e com ferramentas cedidas por ela para conduzir a reportagem. A observação do material empírico será guiada por um objetivo geral que é o de analisar a forma como os participantes atuaram na produção das matérias, verificando diferenças em como os jornalistas produzem a reportagem para telejornal e o papel do jornalista nesse contexto.

---

<sup>8</sup> Aqui considera-se telejornal como um programa específico, que obedece estruturalmente a algumas características padronizadas para apresentar o jornalismo na televisão (TEMER, 2009, 2010), com peculiaridades pertinente a este subgênero e seus formatos. Geralmente apresenta uma estrutura semelhante: a presença de apresentadores, âncoras, repórteres, comentaristas, entrevistados; presença da bancada; é intercalado por blocos publicitários; quadros temáticos; há o uso da infografia, etc. Esse conceito será aprofundado adiante.

<sup>9</sup> Atualmente o quadro está em sua segunda edição, reformulado, com novas duplas e com a inclusão de outras regiões fluminenses não contempladas anteriormente. Deste modo, o corpus da pesquisa compreende apenas a primeira edição.

A escolha do quadro *Parceiro do RJ*, do *RJTV1ª Edição* como objeto empírico da pesquisa em detrimento de outras opções existentes deve-se ao fato de utilizar telespectadores na produção da notícia, ocupando lugares de repórteres. O mesmo não aconteceu no quadro *Alô Comunidade*<sup>10</sup>, veiculado pelo *Jornal do Almoço* da *RBSTV SC*, atração catarinense que contou com a participação de um repórter, destacado especificamente para produzir as matérias nas regiões periféricas apresentadas, com a exibição de pautas cujo foco fossem as comunidades locais da Grande Florianópolis. O mesmo telejornal criou, em 2013, o quadro *Correspondente JA*, por meio do qual os telespectadores enviam sugestões de pauta – geralmente denúncias –, em forma de vídeos. Apesar de se tratar de uma participação do público de maneira mais direta, uma vez que em alguns momentos os telespectadores também aparecem no vídeo, o fato somente é transformado em notícia após a elaboração da matéria, feita por um jornalista destacado para apurar, no local do acontecimento, a veracidade da denúncia. Ou seja, a participação difere do praticado no *Parceiro do RJ* (onde os próprios telespectadores selecionados atuam nas funções de repórter e cinegrafista).

Outra iniciativa semelhante que poderia ser analisada é o quadro *Outro Olhar*. A proposta, que parte para o âmbito nacional, também conta com a participação de telespectadores. Os participantes produzem vídeos em um formato semelhante ao adotado em reportagens para telejornal (de curta duração, com presença de elementos como sonoras, *off* e passagem), de temas variados e ambientados em diversas regiões brasileiras. Todavia, agem de forma colaborativa, uma vez que qualquer pessoa pode submeter uma matéria ao telejornal<sup>11</sup>, inclusive profissionais da área de imprensa que não tenham ligação trabalhista direta com o *Repórter Brasil* e/ou a *TV Brasil*, telejornal e emissora respectivamente na qual o quadro é veiculado.

No caso do *Parceiro do RJ* os participantes eram fixos, sendo dezoito jovens de nove comunidades fluminenses. Na primeira edição do projeto, os telespectadores selecionados participaram do quadro que exibia informações sobre as regiões atendidas. Como agiam em duplas, as tarefas eram divididas da seguinte forma: um desempenhava a função de cinegrafista enquanto o outro a de repórter. Inicialmente a emissora

---

<sup>10</sup> O quadro não é mais exibido pela referida emissora e programa jornalístico. Desconhece-se o motivo da sua extinção.

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/>>. Acesso em: 14 de setembro de 2012.

selecionou oito duplas para participarem do quadro. Os requisitos eram ter no mínimo dezoito anos de idade, ensino médio completo e ser morador de uma das regiões atendidas. Os telespectadores selecionados foram contratados pela *TV Globo*. De acordo com informações disponíveis no site do *RJTV*, os participantes trabalhavam durante quatro horas diárias, de segunda à sexta-feira, sendo remunerados mensalmente com a quantia de R\$ 1.200,00, além de outros benefícios (INSCREVA-SE..., 2011).

Importante registrar a existência de quadros similares no *SPTV* e *DFTV*, telejornais regionais da Grande São Paulo e Distrito Federal (ambos da *Rede Globo*), onde posteriormente foi implementado o mesmo modelo adotado no *RJTV*. Optou-se, portanto, pelo *RJTV* como objeto empírico considerando o fato de que foi onde ocorreu a implementação inicial desta ação.

Não foi viável entrevistar todos os participantes do quadro (com exceção de um, descrito adiante), uma vez que a autorização para contato com profissionais e demais representantes do *RJTV* foi concedida pelo *Globo Universidade* – setor responsável por mediar as entrevistas – após o término da primeira edição do projeto, quando grande parte dos participantes não possuía ligações com a emissora. Desse modo, optou-se manter a análise apenas no que diz respeito à produção do quadro e demais implicações deste projeto na rotina jornalística e profissional dos jornalistas diretamente envolvidos com o *Parceiro do RJ*, bem como a análise dos participantes considerando os vídeos que constituem o corpus da presente pesquisa.

O interesse em pesquisar tanto o tema da prática do jornalismo participativo na televisão quanto o objeto empírico em questão surgiu primeiramente pela simpatia com o meio, enquanto propagador de informação, entretenimento e cultura. O televisor faz parte da vida de milhares de pessoas no Brasil, inclusive da minha. E mesmo tendo à disposição uma série de alternativas informativas, ainda considero os telejornais como fontes de informação para verificação de determinados fatos, somado a outras plataformas (sobretudo a Internet). Afinal de contas, o dito “ver para crer” é necessário em determinadas ocasiões. Desde a graduação, já havia, de minha parte, uma busca em pesquisar os potenciais da televisão, a análise da prática televisiva e, especialmente, telejornalística. Durante o trabalho de conclusão de curso da graduação em jornalismo analisei o telejornalismo local de duas emissoras de Florianópolis, capital catarinense, e as estratégias praticadas por cada uma durante a cobertura de um determinado fato. Dois anos depois, ao ingressar no mestrado, apresentei uma proposta de projeto que

contemplava, inicialmente, aspectos históricos do telejornalismo catarinense. No entanto, ao observar que o conceito de jornalismo participativo, atualmente em voga, era tratado principalmente em estudos sobre a Internet, resolvi mudar o foco da pesquisa, buscando na televisão aberta exemplos da participação do público de forma mais direta. Foi quando descobri, com o auxílio do professor orientador, a existência do quadro *Parceiro do RJ*. Naquele momento, vi uma fonte potencial de estudo, uma vez que as pesquisas, cujo objeto empírico é o quadro, ainda eram escassas.

Além disso, é necessário ressaltar os motivos para consolidar a importância em analisar a televisão, meio pelo qual indivíduos distintos são agregados em torno de conteúdos e públicos de segmentos variados (faixa etária, cultura, religião, etc.). Além disso, principalmente no Brasil, a TV é um dos meios com destaque e importância junto à sociedade em sua busca por informação e entretenimento. Soma-se, ainda, a função social presente no veículo, também visto como janela para o mundo, como confirmado pelos principais pesquisadores brasileiros em recente obra organizada por Vizeu, Porcello & Coutinho (2010), a qual destaca os sessenta anos da televisão no Brasil.

Nesse sentido, Cebrián Herreros (1998) também ressalta o uso da televisão como instrumento de integração da comunicação social como um todo. A informação televisiva age como um dos elementos básicos presentes na sociodinâmica, tanto nas relações estabelecidas no âmbito nacional quanto no âmbito internacional. Daí seu uso não só para a disseminação cultural e política, como informativa e de entretenimento nas mediações humanas.

Além disso, no contexto social, a TV constitui um meio de suprir as lacunas deixadas pelas instituições tradicionais da sociedade liberal. Diante da ineficácia de seus serviços para com os cidadãos, estes buscam na imprensa, principalmente nas emissoras de TV, um modo de serem ouvidos e fazerem-se ouvir (LACALLE, 2001). O fato justificaria a incidência de um apelo popular na televisão, incluindo a participação de telespectadores no processo de produção do conteúdo em geral, inclusive os de teor jornalístico.

Deste modo, esta pesquisa analisa a recorrente participação dos telespectadores na produção de conteúdo, com especial atenção aos telejornais, quer seja enviando sugestões de pauta às redações, ou até mesmo sendo ele o cinegrafista/fotógrafo/repórter que publica informações nas várias redes sociais sobre a comunidade onde vive ou situações que vivencia e que podem ser de interesse coletivo.

Ademais, o jornalismo participativo se tornou recorrente nas pesquisas dentro do campo da Comunicação Social, bem como do próprio Jornalismo na última década, sendo importante fomentar o debate em torno do fenômeno e como continua ganhando força na atualidade. A respeito do tema podem ser citados como referência os estudos de Gillmor (2004), Primo & Träsel (2006), Gomes (2007), Savi (2007), Araújo (2008), Castilho (2009), Amorim (2009), Barcelos (2011), C. Silva (2011), entre outros. Especificamente sobre o objeto empírico analisado citam-se os estudos anteriores feitos por Soares & Becker (2011), Mota (2012) e Becker (2012).

Em face das discussões em torno da audiência de veículos como a televisão e a popularização de outros meios de informação como a Internet e redes sociais, os telejornais, assim como outros programas e veículos de imprensa, adotam o jornalismo participativo como uma alternativa para reciclar formatos, reduzir gastos nas redações e coberturas jornalísticas e, inclui-se aí, a busca constante pela manutenção dos níveis de audiência.

Atualmente, nota-se que parte da programação das emissoras, sobretudo da que constitui o objeto empírico desta pesquisa, conta com a inserção das camadas populares em seu discurso. É fundamental destacar que os locais de atuação dos participantes do quadro analisado nesta pesquisa são os espaços de periferia da região metropolitana do Rio de Janeiro, onde eles também moram e vivem. Os estudos que dão conta da periferia na televisão e a forma como é retratada também têm sido recorrentes no campo acadêmico, a citar Lucena & Barreto (2008), Souza & Barreto (2010), Mota (2012), entre outros.

Atendo-se à justificativa de pesquisar o tema proposto, há que se ressaltar a importância de estudos que visem o campo jornalístico os quais permitem o fortalecimento do Jornalismo no campo científico, promovendo também, nesse contexto, a discussão teórica sobre o jornalismo participativo que poderá beneficiar os pesquisadores no presente e futuro. Além disso, os desdobramentos levantados e indicados na conclusão poderão contribuir para projetos posteriores.

Para dar conta das propostas elencadas na questão-problema e no objetivo desta dissertação, a metodologia é organizada de acordo com os seguintes procedimentos metodológicos: análise de dezoito reportagens em vídeo do quadro *Parceiro do RJ* do *RJTV 1ª Edição* disponíveis em <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/>, veiculadas entre março de 2011 e agosto de 2012, quando a primeira edição do quadro foi exibida. Para tanto, escolheu-se de forma aleatória duas matérias de cada comunidade, sendo uma veiculada entre os meses de julho e agosto de



2011 e a outra nos meses de junho e julho de 2012. A opção por esse período atende, principalmente, a disponibilização dos vídeos para análise no site do quadro na Internet, uma vez que não foi possível assisti-los de outro modo. Ressalta-se, ainda, que como não havia regularidade no número de matérias produzidas por dupla em cada mês, foi necessário assistir vídeos de um mês próximo (anterior ou posterior) ao mês de julho, adotado como central em ambos<sup>12</sup>. A escolha atende um lapso temporal necessário para constatar características evolutivas no desenvolvimento técnico dos telespectadores que participaram do quadro *Parceiro do RJ*. O relato analítico das matérias estão disponíveis nos apêndices desta pesquisa.

Assim, analisa-se uma possível evolução no modo como os participantes do quadro produziram as matérias, verificando se as características são diferentes das reportagens realizadas por repórteres no *RJTV* durante esse tempo. O conteúdo dessas reportagens também serve de corpus analítico. Na prática metodológica, a comparação entre matérias produzidas pelos telespectadores e por jornalistas é feita com reportagens dos profissionais do próprio telejornal durante o mesmo período de análise. Para tanto, selecionou-se duas reportagens produzidas por profissionais do telejornal. O relato analítico deste material também está disponível nos apêndices.

No caso da comunidade da Rocinha o período escolhido é diferente. São analisadas duas matérias, sendo uma veiculada em janeiro de 2012 e a outra em julho do mesmo ano. Isto porque os participantes desta região só foram selecionados em novembro de 2011. Por isso a primeira matéria produzida por eles foi exibida em janeiro de 2012<sup>13</sup>. Não é foco desta pesquisa analisar o desempenho isolado de cada dupla<sup>14</sup>, mas sim o conjunto das duplas contempladas na amostra descrita.

---

<sup>12</sup> O mês de julho foi escolhido por ser considerado o último mês de produção efetiva das duplas que participaram da primeira edição do quadro. Deste modo, optou-se por também analisar o mês de julho de 2011, sendo necessário verificar a disponibilidade de vídeos em meses próximos das duplas restantes que não produziram tanto em julho/11 quanto em julho/12.

<sup>13</sup> De acordo com o levantamento *Aglomerados Subnormais* realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em dezembro de 2011, a Rocinha é considerada a maior favela do Brasil e do Rio de Janeiro, com cerca de 70 mil moradores (LEITÃO, 2011). Seria incongruente, portanto, deixar de fora da amostra uma região tão representativa.

<sup>14</sup> Embora tenha sido necessário para a observação do discurso individual das duplas para, posteriormente, analisar o conjunto delas.

A análise tanto do conteúdo quanto da performance dos telespectadores participantes que produziram as reportagens é guiada por meio dos modos de endereçamento (GOMES, 2011), desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo da Universidade Federal da Bahia. O método leva em conta os gêneros discursivos televisuais por meio dos produtos produzidos e o modo como constroem sua relação com o público que constitui a audiência do programa.

São sugeridos quatro operadores de análise, considerando os elementos característicos da linguagem televisiva:

- 1) *O mediador*: referente a quem são os apresentadores ou âncoras, comentaristas, repórteres e correspondentes e os vínculos que podem estabelecer com os telespectadores. O desempenho desses mediadores também é considerado neste operador de análise;
- 2) *O contexto comunicativo*: compreende o emissor e receptor da mensagem repassada, bem como circunstâncias temporais e espaciais onde/como se dá o processo comunicativo;
- 3) *O pacto sobre o papel do jornalismo*: a relação entre telejornal e telespectador, no sentido deste tipo de programa dispor de um acordo tácito do que oferecerá ao público, com a atualização dos valores e normas – objetividade, interesse público, ideia de verdade, etc. – do Jornalismo como instituição social;
- 4) *A organização temática*: implica ao telejornal a aposta em interesses e competências específicos do telespectador e na forma como organiza e apresenta suas editoriais e temas na estrutura do telejornal.

O uso do método também permite conhecer em dada medida a estratégia utilizada no modo como a notícia é produzida e posteriormente mediada pelos telespectadores participantes. Ainda com base no modos de endereçamento e adequando sua proposta à pesquisa, contempla-se três categorias de análise dos vídeos, compreendendo:

- a) *Aspectos técnicos*: análise dos detalhes técnicos previstos em cada matéria (da captação e qualidade de imagem e som, sonoras, *offs*, inserção de arte, etc.); a atuação dos participantes em suas funções atribuídas (como repórter ou cinegrafista) e as diferenças e semelhanças entre o trabalho praticado por profissionais em ambas as funções;
- b) *Aspectos éticos*: análise da conduta dos participantes enquanto repórter e cinegrafista; do distanciamento (ou falta de); da objetividade (quem a pratica, se os participantes ou se os jornalistas do *RJTV* e como é marcada na matéria – como é possível constata-la ou não); da abordagem das fontes (como é

feita, se todos os lados da pauta são ouvidos e de que modo), entre outros parâmetros a serem contemplados;

- c) *Conteúdo das pautas*: análise do tema da pauta; da abordagem dos participantes para o tratamento do tema e execução da pauta; dos diferenciais identificados (diferenças entre o tratamento das informações por parte dos participantes do quadro e a forma como os jornalistas – repórteres e demais profissionais – conduzem a reportagem e tratam a informação).

Com base nessas categorias, pode-se identificar de que maneira foi feita a capacitação e como se deu o desempenho dos participantes. Além disso, também é possível compreender como se dá a (re)configuração do jornalista nesse contexto, enquanto supervisor do trabalho executado por não profissionais. Nesse sentido, a observação e análise dessas categorias cria argumentos para a sugestão de critérios de relevância na inserção desses atores sociais em papéis até então desempenhados exclusivamente por jornalistas. Essas categorias descritas serviram para a elaboração de uma tabela padrão para a análise dos vídeos (vide apêndice 1, por exemplo), por meio da qual foi possível observar e elencar as informações cabíveis para cada categoria/operador de análise. As tabelas são apresentadas na dissertação e disponibilizadas integralmente como apêndices. Nelas há a exposição dos resultados que servem de escopo analítico desta pesquisa.

Somada à análise dos vídeos, realizou-se entrevistas semiestruturadas (MANZINI, 2004) com a equipe da *TV Globo* responsável pela implementação do projeto, bem como com um dos participantes, cujo contato foi viabilizado pela própria emissora. As entrevistas foram mediadas por meio do *Globo Universidade*, departamento dedicado a atender a comunidade acadêmica em suas pesquisas relativas aos produtos criados pela empresa. Foram entrevistados o diretor-executivo de Jornalismo da *TV Globo* Erick Bretas, responsável por idealizar o quadro, a gerente de desenvolvimento de Jornalismo da *TV Globo* Vera Íris Paternostro, responsável por conduzir a seleção e o treinamento dos selecionados (antes e durante a realização de cada edição) e a editora-chefe de projetos especiais da *TV Globo* Monica Labarthe, que também é uma das jornalistas responsáveis por assinar as matérias produzidas pelas duplas no *Parceiro do RJ*. E o participante da primeira edição do quadro, Thiago Ventura, na época representante da dupla responsável por representar o Complexo do Alemão. As perguntas indagam a respeito da criação do quadro, do formato, supervisão das ações, edição do material, escolha das pautas e envio do material produzido, entre

outras questões. As entrevistas foram segmentadas, ou seja, questões relativas à criação e direção do quadro foram direcionadas ao diretor de jornalismo; já aquelas sobre edição e supervisão dirigidas à jornalista responsável, e assim por diante. As respostas foram abertas, uma vez que o objetivo desta etapa da pesquisa era ir presencialmente à emissora para conversar com os entrevistados e, assim, formular outros questionamentos durante a conversa (entrevistas disponíveis nos apêndices).

Há que se considerar o fato de a pesquisadora ser jornalista e desta pesquisa estar vinculada a um programa de Pós-Graduação em Jornalismo. Deste modo, o uso do recurso da entrevista se torna algo pertinente ao ambiente profissional e acadêmico. Vale ressaltar que as perguntas feitas na entrevista buscaram respostas que não estão claras apenas na observação e análise dos vídeos, sendo necessário, portanto, ir direto à fonte, aos produtores do material para encontrar tais informações. Acredita-se, ainda, que o depoimento dos entrevistados também valoriza o trabalho, trazendo à tona informações que não estão disponíveis em outras pesquisas ou fontes de consulta sobre o tema específico.

O referencial teórico é composto por autores ligados aos estudos sobre televisão e telejornalismo, como são os casos de Cebrián Herreros (1998), Pereira Junior (2003; 2006), Mattos (2010), Coutinho (2008; 2012) e Machado (2009). No que se refere aos gêneros e o discurso televisivo, toma-se como base os estudos desenvolvidos por Jost (2004) voltado aos gêneros televisuais, uma vez que o método de análise dos vídeos também utiliza a mesma perspectiva. Além disso, também embasam esta pesquisa os estudos organizados por Duarte & Castro (2007) e Gomes (2011) para aprofundar o debate em torno dos gêneros, com atenção especial ao subgênero telejornal, bem como seus formatos.

Sobre o conceito de jornalismo participativo optou-se por trabalhar com Gillmor (2004), Foschini & Taddei (2006), Castilho (2009), Tourinho (2009), Giacomini Filho & Santos (2008), Caprino, Rossetti & Goulart (2008), Jenkins (2008), Amorim (2009), C. Silva (2011), entre outros, a fim de embasar a escolha do termo. Já a configuração discursiva do jornalista foi norteada pelos estudos postulados por Greimas & Courtés (2011). Sobre as atribuições ligadas às profissões de repórter e cinegrafista foram adotados autores ligados aos manuais de telejornalismo, que deram conta não somente de aspectos técnicos da profissão, mas da deontologia profissional específica para o meio televisivo/telejornalístico, tais como Squirra (1995), Barbeiro & Lima (2002), Paternostro (2006), Yorke (2007) e

Kneipp (2008). O modo de endereçamento (GOMES, 2011), método de análise dos vídeos, também dialoga com os estudos semióticos, discursivos e com a tradição dos Estudos Culturais, adotados por alguns dos teóricos de referência desta pesquisa.

Para atender aos propósitos deste estudo a dissertação é estruturada em três capítulos, além da introdução e conclusão. Na introdução constam os elementos que nortearam a pesquisa, descritos na problemática, justificativa, objetivo, objeto empírico e metodologia do estudo. No primeiro capítulo é discutida os aportes conceituais do que são os gêneros, subgêneros e formatos, com o propósito de tratar acerca do que vem a ser o telejornal e sua função no discurso televisivo, com especial atenção ao telejornalismo local. Também tem como foco a história profissional dos jornalistas de telejornal no Brasil e as mudanças ocorridas ao longo das últimas seis décadas. Além disso, os aspectos sobre a configuração profissional de dois profissionais, especificamente repórter e cinegrafista, na rotina de trabalho também são problematizados. No segundo capítulo aborda-se o conceito de jornalismo participativo, considerando o surgimento de um telespectador que passa da posição de receptor para produtor das informações recebidas pelo telejornal, bem como exemplos da prática do jornalismo participativo na televisão, notadamente nos telejornais.

Com atenção ao objeto empírico da dissertação, o terceiro capítulo é dedicado ao quadro *Parceiro do RJ*. Ele apresenta a análise das matérias e as entrevistas realizadas e descritas na amostra, verificando a proposta do quadro, o modo como é feito, a atuação e o desempenho dos participantes, o conteúdo das pautas, a função dos jornalistas que atuam diretamente no quadro, além de outros pontos pertinentes à análise. Na conclusão apontam-se sugestões em como o jornalismo participativo pode ser utilizado pelos telejornais tomando como base o resultado da análise do quadro *Parceiro do RJ*. Pondera-se ainda quanto a sugestão de critérios de relevância para a adoção do jornalismo participativo como recurso informativo, bem como o modo de atuação dos jornalistas nesse contexto.



## 1 O TELEJORNAL NO DISCURSO TELEVISIVO

Desde o início da televisão no Brasil na década de 1950 muitos foram os formatos elaborados, não só para personalizar e diferenciar os telejornais de cada emissora, mas facilitar para o público telespectador a identificação discursiva de cada um. Da presença de um único apresentador na bancada até a apresentação dinâmica em pé, circulando pelo estúdio, com linguagem coloquial, diversas foram as formas pelas quais os telejornalistas mediavam a informação aos telespectadores. Atualmente, alguns telejornais, inclusive, abrem espaço ao público para também participar da produção da notícia. Diante disso, faz-se necessária a explanação acerca do que vem a ser o gênero televisivo, entre os quais também está presente o subgênero telejornal e seus formatos.

A análise dos gêneros e subgêneros presentes na produção midiática contribui para a investigação em Comunicação e Jornalismo, inclusive em âmbito metodológico, uma vez que também possibilita “o entendimento dos processos comunicativos a partir da realidade e do uso racional dos meios e dos processos produtivos que envolvem as atividades dos profissionais de comunicação” (TEMER, 2009, p. 100-101).

No caso da televisão, Souza (2004) reforça a importância dos estudos dos gêneros, os quais auxiliam a compreender o funcionamento deste meio em particular, a identificação dos recursos, incluindo os tecnológicos, o perfil da produção e do público peculiar de cada programa, assim como sua criação, implantação, planejamento e organização.

Para tratar sobre a origem e definição dos gêneros, serão considerados em um primeiro momento os estudos de Mikhail Bakhtin (2010), apesar de o autor se voltar para os estudos da linguagem. De acordo com o autor, desde a Antiguidade se discute o que seriam os gêneros, com a classificação dos conteúdos teatrais (comédia e drama), bem como os gêneros retóricos (políticos e jurídicos) e gêneros discursivos do cotidiano (réplicas do diálogo cotidiano). As atividades humanas estão relacionadas pelo uso da linguagem e, posteriormente, pela criação de enunciados, que podem ser orais ou escritos.

Os enunciados, por sua vez, refletem as características e finalidades de cada campo, tanto por seu conteúdo temático e linguagem específica quanto pela construção composicional. “Cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora

seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, os quais denominamos *gêneros do discurso*” (BAKHTIN, 2010, p. 262) [grifo do autor].

Para cada campo, um estilo funcional e de linguagem é empregado. Dada essa heterogeneidade, é difícil haver um plano único de estudo para classificar as características específicas de cada campo. Além disso, os gêneros estão em constante modificação, ora sendo apresentados novos formatos ora empregados novos modos de classificação do discurso de cada um (BAKHTIN, 2010).

Partindo para o âmbito da informação midiática, Charaudeau (2009, p. 206) propõe que os gêneros sejam definidos “segundo o resultado do cruzamento entre um tipo de *instância enunciativa*, um tipo de *modo discursivo*, um tipo de *conteúdo* e um tipo de *dispositivo*” [grifo do autor], segundo os quais:

o tipo de *instância enunciativa* caracteriza-se pela origem do sujeito falante e seu grau de implicação. [Desse modo] o tipo de *modo discursivo* transforma o acontecimento midiático em notícia, atribuindo-lhe propriedades que dependem do tratamento geral da informação. [Já] o tipo de *conteúdo temático* constitui o macrodomínio abordado pela notícia. [E, finalmente,] o tipo de *dispositivo*, por sua materialidade, traz especificações para o texto e diferencia os gêneros de acordo com o suporte midiático (imprensa, rádio, televisão). (CHARAUDEAU, 2009, p. 206-207) [grifo do autor]

Nesse contexto, os gêneros operam como reguladores dos textos ou dos programas audiovisuais. No caso do gênero midiático há três instâncias e aqui se prestará atenção à terceira: gêneros radiofônicos, gêneros cinematográficos e gêneros televisuais (JOST, 2004). Tomados, então, como categorias discursivas e culturais que se delimitam por meio de gêneros, subgêneros e formatos, são observadas especificidades do campo em questão. O mesmo acontece à televisão e os produtos produzidos especialmente para esse meio (DUARTE, 2007a).

Vários são os eventos visuais promovidos pelas emissoras de televisão, observando características deste meio que se constitui o emissor da mensagem, e que possuem em comum a junção de imagem e som transmitidos de forma eletrônica para o receptor. Programas com temas variados e suas divisões (os blocos), capítulos de novela,



reportagens ao vivo, anúncios publicitários, entre outros produtos nada mais são que enunciados (MACHADO, 2009).

A fim de demarcar uma classificação dos gêneros, subgêneros e formatos televisuais, François Jost (2004) ressaltava em seus estudos a necessidade de entender o conceito de mundos. O primeiro deles seria o mundo real, onde estariam os programas cujas imagens são de acontecimentos reais. Por sua vez, o mundo da ficção trata dos fatos e imagens opostos à realidade, fazendo com que o telespectador, ao assistir tais imagens, identifique e tenha noção de que o que está sendo tratado na televisão se refira a algo criado, sem atributos do mundo real. Já o terceiro, o lúdico, estaria entre os dois mundos. Constitui uma categoria intermediária, na qual há a mescla de informações reais e ficcionais. “Todo gênero, com efeito, repousa na promessa de uma relação com o mundo cujo modo ou grau de existência condiciona a adesão ou a participação do receptor” (JOST, 2004, p. 33).

Essa “promessa” a que o autor se refere seriam duas. A primeira diz respeito à ordem constitutiva do gênero. Se o programa a que se assiste é uma comédia, como ele mesmo exemplifica, ao receptor fica a esperança de que a proposta seja a de entretenimento para garantir risos de sua parte. No caso de um telejornal, por se tratar de fatos que acontecem no mundo exterior, espera-se a seriedade e autenticação do real. Essa promessa por parte do emissor ao receptor fica acordada por meio de um pacto. Em um determinado momento pode haver a suspensão do regime de crença, onde o receptor aceita e acredita nas informações repassadas, sem haver qualquer tipo de verificação de sua parte. Isso aconteceria por meio de uma aprendizagem do receptor aos gêneros que se fazem presentes na televisão, mesmo desconhecendo a forma como é produzido, o receptor ainda assim consegue identificar sua natureza (JOST, 2004).

A segunda promessa seria a de ordem pragmática. Apesar de existirem subgêneros facilmente identificáveis, tais como a novela ou os jogos, por exemplo, também há casos nos quais o receptor pode estar suscetível a erros de interpretação, como no caso dos *reality shows*, onde há a mescla de realidade e ficção. Quando não há a identificação clara do que se trata determinado gênero ou subgênero, o telespectador pode ser influenciado. Segundo Jost (2004, p. 30) a promessa pragmática passa por dois engajamentos: “(a) quanto ao interesse e às emoções daquele que procura a emissão anunciada; (b) quanto à garantia de encontrar no programa os atributos exemplificados por essas amostras que são os anúncios, as chamadas de autopromoção nas mídias”. Desse modo, cabe à emissora ser clara na intenção de seus

programas. Fica a cargo do receptor a opção de acreditar ou não no conteúdo recebido. Logo, o gênero e seus subgêneros e formatos tendem a direcionar a interpretação do telespectador, ainda que caiba a ele confiar nas promessas atribuídas.

Os gêneros permitiriam entender o processo comunicativo não a partir das mensagens, mas a partir da interação. Os gêneros são formas reconhecidas socialmente a partir das quais se classifica um produto dos media. Em geral, os programas individualmente pertencem a um gênero particular, como o melodrama ou o programa jornalístico, na TV e é a partir desse gênero que ele é socialmente reconhecido. Colocar a atenção nos gêneros implica reconhecer que o receptor orienta sua interação com o programa e com o meio de comunicação de acordo com as expectativas geradas pelo próprio reconhecimento do gênero. Os gêneros funcionam como uma espécie de manual de uso. (GOMES, 2002, p. 182)

Transportando esse conceito aos gêneros televisuais, existem, portanto, três esferas sob as quais os gêneros são classificados: a do mundo real, correspondente à meta-realidade; do mundo ficcional, relativo à supra-realidade; e a de mundo lúdico, que seria a para-realidade. Desse modo, a meta-realidade faz referência direta ao mundo exterior, momento em que a televisão se compromete a apresentar o relato objetivo de fatos condizentes com a realidade e a verdade. É onde se encontram os programas jornalísticos e seus subgêneros: telejornal, reportagens, programas de entrevista, entre outros (DUARTE, 2007a).

Já na supra-realidade não há necessariamente um compromisso com o mundo exterior. Neste caso, o discurso produzido possui regras próprias, com base na verossimilhança. Caracterizam-se aqui os programas ficcionais, onde estão as novelas, os filmes, os seriados, as minisséries, etc. No caso destes produtos, há uma suspensão de crença, fazendo com que o telespectador compreenda que os fatos reproduzidos na televisão não condizem com a realidade (DUARTE, 2007a).

Por outro lado, o terceiro momento relativo ao mundo lúdico seria chamado de para-realidade, onde são apresentados fatos de um mundo paralelo, construído artificialmente na própria televisão, configurado como um jogo. Os *reality* e *talk shows* se encaixariam nesta

classificação. Ou seja, nas três categorias apresentadas, é proposto um determinado tipo de relação com o mundo e a realidade. Os gêneros e subgêneros, assim como seus formatos, seriam responsáveis, portanto, pela configuração dessas três realidades e seus discursos, inclusive na forma como serão estruturados e, assim, promovidos (DUARTE, 2007a).

A autora conceitua, então, o que vem a ser gênero e subgênero televisivos:

por gênero televisivo, compreende-se uma macro-articulação de categorias semânticas capazes de abrigar um conjunto amplo de produtos televisuais que partilham umas poucas categorias comuns. Os gêneros seriam modelizações virtuais, modelos de expectativa, constituindo-se em uma primeira mediação entre produção e recepção; referem-se ao tipo de realidade que um produto televisual constrói, ao tipo e forma de real a que está ligado e ao regime de crença que propõe ao telespectador. Os subgêneros são atualizações de um gênero, que podem se manifestar sob diferentes tipos de produtos televisuais. O subgênero diz muito mais que o gênero de um determinado produto televisual. Assim, qualquer telespectador distingue um telejornal de um programa de entrevista, da mesma forma como identifica, até mesmo pelos horários, se se trata de um ou outro. (DUARTE, 2007a, p. 15)

Os gêneros televisivos se constituem, portanto, em formas que visam classificar os programas. “No caso da recepção televisiva, por exemplo, os gêneros permitem relacionar as formas televisivas com a elaboração cultural e discursiva do sentido” (GOMES, 2011, p. 32). Dentro dos gêneros estão uma série de subgêneros e formatos.

Os programas telejornalísticos são, então, considerados como uma variação específica dentro da programação televisiva, enquanto compondo, no seu conjunto, um gênero – programa jornalístico televisivo, que obedece a formatos e regras próprias do campo jornalístico em negociação com o campo televisivo. Os telejornais, programas de entrevistas,

documentários televisivos, as várias formas de jornalismo temático (esportivos, rurais, musicais, econômicos) são variações dentro do gênero: podemos chamá-los subgêneros ou formatos. (GOMES, 2011, p. 32-33)

É por meio dos gêneros e subgêneros e seus formatos que os telespectadores conseguem reconhecer a proposta do programa, mesmo desconhecendo a forma como este produto é produzido. “A familiaridade se torna possível porque os gêneros acionam mecanismos de recomposição da memória e do imaginário coletivos de diferentes grupos sociais” (SOUZA, 2004, p. 44). Essa familiaridade proposta por meio dos gêneros televisivos para os telespectadores é uma “estratégia de comunicabilidade” adotada pelas emissoras (GOMES, 2011, p. 8).

Ainda sobre os gêneros televisivos, Martín-Barbero (2009, p. 300-301) destaca que:

assim como a maior parte das pessoas vai ao cinema para ver um filme, ou seja, um filme policial ou de ficção científica ou de aventuras, do mesmo modo a dinâmica cultural da televisão atua pelos seus gêneros. A partir deles, ela ativa a competência cultural e a seu modo dá conta das diferenças sociais que a atravessam. Os gêneros, que articulam narrativamente as serialidades, constituem uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, entre a do formato e a dos modos de ler, dos usos.

Por sua vez, cabe ao formato diferenciar os inúmeros programas que podem ser classificados como subgêneros. É responsável por identificar a forma e o tipo de produção de um determinado programa, tanto no que diz respeito às características estéticas quanto semióticas. “O formato é a forma de realização de um subgênero, na medida em que pode mesmo reunir e combinar vários subgêneros em uma mesma emissão” (DUARTE, 2007a, p. 16).

Devido a uma das características presentes no discurso televisivo, a repetição, é comum que haja o desgaste dos formatos, os quais são constantemente reformulados, outros reciclados, seja no enfoque temático, seja em sua localização na grade de programação de uma emissora (CEBRIÁN HERREROS, 1998).

Cada emissora de TV possui sua programação, através da qual são organizados os gêneros, subgêneros e formatos. Nesse contexto, Fechine (2001, p. 18) apresenta uma definição para os gêneros televisuais:

[eles] podem ser definidos, portanto, como unidades da programação definidas por particularidades organizativas que surgem do modo como se coloca em relação o apelo a determinadas matrizes culturais (o que inclui toda a “tradição dos gêneros” das mídias anteriores), a exploração dos recursos técnico-expressivos do meio (dos códigos próprios à imagem videográfica) e a sua própria inserção na grade da programação em função de um conjunto de expectativas *do* e *sobre* o público. (FECHINE, 2001, p. 18) [grifo da autora]

Uma programação é composta por uma série de gêneros e subgêneros e seus formatos, os quais são veiculados em um determinado canal de televisão. O principal fator é o horário de transmissão de cada programa. Essa definição nos horários dos *shows*, telejornais, novelas, entre outros gêneros e subgêneros é chamada por alguns autores como programação horizontal, estratégia usada pelas emissoras para determinar horários fixos aos programas. Dessa maneira, fideliza os telespectadores e cria hábitos para que o receptor da mensagem assista cada atração com regularidade (SOUZA, 2004).

Mas a ideia da programação também remonta a história da televisão. É na década de 1960 que se inicia uma preocupação por parte das emissoras de organizar a programação, padronizando o horário dos programas, incluindo os telejornais. Adaptada à rotina familiar, a programação divide os horários e articula trabalho com lazer. Com isso, ajustou-se a programação de acordo com o gosto da audiência imaginada pelas emissoras. De acordo com Bergamo (2010, p. 64) a primeira emissora a ter uma preocupação nesse sentido foi a *TV Excelsior*, do Rio de Janeiro “que, em 1963, passou a combinar uma programação vertical (diferentes programas em um mesmo dia) com uma horizontal (um mesmo programa exibido todos os dias no mesmo horário)”.

A ideia de programação despertou o interesse dos profissionais das áreas de Marketing e Propaganda. Em virtude disso, principalmente

a partir da década de 1970, deu-se início às pesquisas em torno da aferição dos índices de audiência. Levava-se em conta não só a sondagem dos horários mais vistos, como a própria rotina familiar, além de presumirem que havia diferentes modelos de famílias encaixadas na classe média. A grade de programação também era baseada em tais pesquisas, e modificada a fim de representar a rotina imaginada dos telespectadores (BERGAMO, 2010).

A programação de cada emissora faz um cruzamento de gêneros, assim como de tempos (MARTÍN-BARBERO, 2009), ou seja, cada programa, independente de seu gênero/subgênero, possui um horário de exibição marcado em determinado momento e exibido sempre na mesma faixa de horário, o que contribui com a fidelização dos telespectadores.

Logo, dada essa série de mecanismos para organizar os gêneros e subgêneros na televisão e mesmo sem o conhecimento da dinâmica de como e o que são, os telespectadores passam a adotar modos de interpretá-los, de consumi-los, compará-los. “Falantes do ‘idioma’ dos gêneros, os telespectadores, como nativos de uma cultura textualizada, ‘desconhecem’ sua gramática, mas são capazes de falá-lo” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 304).

Cada país adota um sistema de gêneros, que são configurados considerando aspectos culturais de cada nação, o desenvolvimento da indústria televisiva, bem como a articulação com outros produtos advindos de outros países e culturas. Em parte da América Latina – e inclui-se aqui o Brasil – um dos subgêneros com maior sucesso e rentabilidade neste sentido é a novela (MARTÍN-BARBERO, 2009). Há que se considerar também os telejornais, em virtude do fácil acesso, uma vez que a televisão é um dos eletrodomésticos mais populares nos lares brasileiros. Atinge, assim, uma gama maior de telespectadores e possíveis consumidores de notícias do jornalismo televisivo<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por meio do Censo realizado em 2010, 95% dos domicílios consultados possuíam mais televisores, enquanto o acesso a computadores com internet ainda está em fase de crescimento em várias regiões. No Sudeste, por exemplo, foram registrados a presença de computadores em 39,6% dos domicílios contra 15,4% na região Norte. Ou seja, o acesso aos canais informativos via Internet ainda está em crescimento (IBGE..., 2012).

## 1.1 O TELEJORNAL ENQUANTO SUBGÊNERO

Ao recorrer aos autores que pesquisam este subgênero em particular<sup>16</sup> não há um consenso a respeito do que vem a ser o telejornal propriamente dito. Fala-se em telejornalismo no geral, englobando uma série de formatos; entretanto, não há uma definição universal do conceito. Neste momento, entretanto, adotar-se-á a seguinte perspectiva:

é preciso deixar claro que o formato telejornal é um tipo específico de produção de informação para a tevê que prima pela apresentação de notícias, sem contudo, preocupar-se em emitir, diretamente, opiniões e/ou interpretações sobre os fatos narrados. Conta com regras de produção objetivas e costuma repetir a estrutura interna do programa tanto em cenários, apresentadores fixos e divisão em blocos. (...) Para o telejornalismo ou os programas jornalísticos na televisão, a informação que é repassada sofre processos de configuração discursiva, pois seguem alguns critérios de noticiabilidade específicos da mídia tevê e, também, rotinas que são da produção do jornalismo. (EMERIM & CAVENAGHI, 2012, p. 3)

Apesar disso, existem outros programas com formatos diferentes de um telejornal, porém que também informam; possuem elementos que se assemelham a um formato tradicional de telejornal, como o utilizado no *Jornal Nacional*, por exemplo, com a presença fixa da bancada, bem como apresentadores fixos, composto por uma infinidade de tipos de imagem e som (entre eles citam-se as imagens de arquivo, fotografias, infográficos, locução e ruídos, por exemplo), muitos deles padronizados de acordo com os adotados pelas emissoras norte-americanas (KNEIPP, 2008). Geralmente possuem entre 30 minutos a uma hora de duração, sendo divididos por blocos publicitários. “[O telejornal] integra o maior número de formas televisuais, como: anúncios, reportagens, resultados de pesquisas e de investigações, entrevistas, minidebates, análises de especialistas, etc.” (CHARAUDEAU, 2009, p. 227).

---

<sup>16</sup> Como são os casos dos artigos publicados na obra organizada por Vizeu, Porcello & Coutinho (2010), bem como Machado (2009), Coutinho (2008; 2012), Mattos (2010), entre outros.

No entanto, diferente deste formato há uma série de outros que, geralmente, também são definidos pelas próprias emissoras como “telejornais”, porém que apresentam uma série de características distintas de um formato considerado tradicional. Em tais versões de programas jornalísticos, como é o caso do *RJTV*, há outros elementos discursivos, tais como a emissão de opinião, o entretenimento (no sentido amplo da palavra, como a inserção de música e outros atrativos culturais, por exemplo), os excessos de coloquialismos e indumentária mais despojados e a inserção de outros atores sociais neste contexto, que não os jornalistas, como é o caso do quadro *Parceiro do RJ*. Desse modo, apesar de serem encarados pelas emissoras e telespectadores como “telejornais”, muitos desses programas de jornalismo necessariamente não seguem um formato tradicional. Ademais, é necessário frisar que os telejornais de emissão local ou regional são produzidos de forma tal que incorporem elementos da cultura em que estão inseridos. Além disso, o telejornalismo local se torna um ambiente de maior permissividade no que diz respeito à experimentações. Ou seja, apesar de possuir características que destoam de um formato tradicional, tais programas jornalísticos são definidos discursivamente como “telejornal”, tanto pela emissora quanto pelo público.

Discursivamente o telejornal apresenta dois aspectos predominantes: o propósito e a construção de identidade (CHARAUDEAU, 2009). O primeiro se refere à atualidade dos acontecimentos que possuem maior relevância chamados de notícias, posteriormente fragmentadas em uma ordem temática, semelhante ao esquema de editorias presentes de forma direta e demarcada em meios como os veículos impressos (jornais e revistas). Essa fragmentação também age sobre o cotidiano da sociedade e do espaço público. Já o segundo aspecto, referente à construção de identidade, é “determinado pelo conjunto da encenação do telejornal, cujo papel principal é desempenhado pelo apresentador, embora com uma importância variável” (CHARAUDEAU, 2009, p. 229). Poderiam ser incluídas, ainda, as figuras dos repórteres, comentaristas e demais atores inseridos no discurso do telejornal. Tanto o propósito quanto a identidade construída pelo telejornal são responsáveis por estabelecer um contato com o telespectador, que passará – ou não – a acompanhar este programa, legendando-o como uma fonte confiável ou de referência informativa.

Aliás, a presença de pessoas, sejam apresentadores, âncoras, repórteres, comentaristas, entrevistados, etc., é um dos pontos fundamentais da construção discursiva deste subgênero. Tanto os



profissionais que atuam na linha de frente dos telejornais quanto em sua produção e demais instâncias administrativas constituem os sujeitos da enunciação do discurso televisivo. “Um sujeito que atua segundo sua identidade em todas as dimensões da elaboração informativa da televisão, desde a seleção segundo seu critério de noticiabilidade até o enfoque final e matizado da expressão” (CEBRIÁN HERREROS, 1998, p. 122).

Os telejornais são, ainda, compostos por reportagens, notas lidas por apresentadores (nota seca<sup>17</sup>, nota coberta<sup>18</sup>) e previsão do tempo. Possuem ainda recursos como infográficos e quadros temáticos, além de entrevistas ao vivo, em estúdio, quando há coberturas especiais como o período eleitoral, por exemplo. O fato de apresentar ao receptor da mensagem elementos que comprovem que esses sujeitos estejam no lugar onde ocorreu o fato a ser mediado é que garante certa transparência e legitimidade à informação repassada, uma das condições fundamentais de seu processo significante (MACHADO, 2009). Assim, os enunciados promovidos pelos repórteres e outros sujeitos que aparecem nesse contexto (emissores) são mediações do relato jornalístico aos telespectadores (receptores) e conferem legitimidade aos fatos apresentados.

O telejornal informa e, ao mesmo tempo, direciona as percepções da realidade social cotidiana do telespectador, representando um espaço simbólico no qual pode a audiência acompanhar o cotidiano de seu país e do mundo e efetuar julgamentos sobre os fatos apresentados com base na hierarquização e nas abordagens das notícias proposta pelos apresentadores, âncoras e editores. (SOARES & BECKER, 2011, p. 3)

No telejornal cabe ao jornalista, seja ele produtor, editor ou repórter, filtrar e verificar as informações, apurando se as sugestões de pauta recebidas conferem com a realidade. Feito este procedimento, a equipe de reportagem parte para as ruas, a fim de captar imagens e

---

<sup>17</sup> Também conhecida como “nota pelada” ou “nota ao vivo” é a notícia lida pelo apresentador, sem a apresentação de imagens (PATERNOSTRO, 2006, p. 212).

<sup>18</sup> É a notícia lida pelo apresentador, com a apresentação de imagens. A locução em *off* pode ser gravada pelo apresentador (PATERNOSTRO, 2006, p. 212).

colher depoimentos para, posteriormente, montar as matérias e concluí-las durante a edição, antes de sua exibição (VILLELA, 2008).

As reportagens para telejornal devem conter ligeireza no relato noticioso, com texto claro, que possa ser facilmente compreendido pelo telespectador. Isso porque há pouco tempo disponível para cada matéria, até para que outras possam ser exibidas, conferindo uma pluralidade nos assuntos reportados ao público. O *leade*<sup>19</sup> se faz presente, sendo desenvolvido durante toda a matéria. Geralmente, no telejornalismo, a reportagem é aberta com a parte principal do fato, costurado a outras informações relevantes sobre o mesmo assunto, seja por *offs*<sup>20</sup>, sonoras<sup>21</sup> (para embasar o relato noticioso) e a passagem<sup>22</sup> do repórter. Entretanto, não há um modelo fixo estabelecido para padronizar de que modo as reportagens para TV devem ser produzidas. Fica a critério de cada profissional determinar como ela será construída, apesar de cada linha editorial adotar um padrão utilizado como base para a produção dos programas, incluindo os do gênero telejornalístico (VILLELA, 2008).

Vários são os formatos empregados diante da oferta de inúmeros programas. Cada um adota um tom diferente, que pode influenciar várias das características do subgênero em questão. Esse tom seria o que Duarte (2007b) chama de um dispositivo sintático-semântico, responsável por atribuir uma tonalização ao discurso proposto em determinado subgênero. A proposição de um tom para determinado programa leva em conta uma série de fatores, entre eles o gênero/subgênero, o tema presente na emissão, o público peculiar do programa, assim como a interação que será pretendida entre emissor e receptor. “Todo subgênero televisual já tem como dado o tom que lhe seria adequado, [pois] cada formato opcionalmente pode acessar novas combinatórias tonais que o distingam do subgênero *stricto sensu*” (DUARTE, 2007b, p. 47) [grifo do autor].

---

<sup>19</sup> Também chamado de lide, é onde se encontra a informação considerada importante para a matéria (respondendo a seis possíveis questões fundamentais: o quê, quando, onde, como, quem e por quê (não necessariamente nesta ordem e tampouco as seis respostas simultaneamente). Deve ser lida pelo apresentador na cabeça da matéria (PATERNOSTRO, 2006).

<sup>20</sup> Texto lido pelo repórter durante a matéria, sem que este apareça no vídeo. Geralmente gravado (PATERNOSTRO, 2006).

<sup>21</sup> É a fala da entrevista/entrevistado em uma matéria (PATERNOSTRO, 2006).

<sup>22</sup> “O termo passagem designa o ato de o repórter ficar em pé, diante da câmera, e fazer um relato sobre o assunto que está sendo coberto, falando diretamente para o telespectador” (YORKE, 2007, p. 135).

No caso do telejornal duas modalidades podem ser identificadas de forma clara: os telejornais de transmissão em rede e os telejornais exibidos no âmbito local e/ou regional. De todo modo, espera-se que um subgênero como o telejornal, independente para o público que será veiculado, seja dotado de seriedade, elemento que irá promover no receptor sensações como confiabilidade e credibilidade ao fato noticiado. Essa seriedade pode estar presente tanto na parte estética quanto semiótica do programa. Porém em cada formato será manifestada uma escolha tonal distinta (DUARTE, 2007b).

Os telejornais de transmissão em rede popularizam-se durante o período da ditadura militar. Eram transmitidos para outras regiões brasileiras, como Sul, Sudeste e Nordeste via rede terrestre de microondas, uma vez que a chegada do satélite ocorreu durante a década de 1980. A proposta dos militares era a integração nacional por meio da televisão, seguindo a “ideologia de segurança nacional” (COUTINHO, 2008, p. 91).

Antes dessa evolução, porém, os telejornais eram locais. Pela falta de recursos tecnológicos que possibilitassem a transmissão em âmbito nacional, as emissoras produziam os programas nas cidades onde eram situadas fisicamente (notadamente nas capitais do Rio de Janeiro e São Paulo, onde funcionaram e funcionam as principais emissoras do país). Ou seja, a televisão, bem como o telejornalismo, iniciaram em âmbito local, propagando-se posteriormente em transmissão nacional. De todo modo, a produção dos programas era simples, até pela falta de conhecimento e profissionais que pensassem em estratégias para dinamizar a televisão e agilizar os conteúdos feitos para ela, principalmente devido a precariedade da tecnologia existente à época. As notícias eram narradas pelos então chamados locutores, tal qual no rádio. Havia raríssimas apresentações de reportagens externas, uma vez que pelas imagens serem gravadas em filme Preto & Branco, ainda havia o problema técnico adicional da impossibilidade de gravação do som. A televisão era vista como um rádio com imagens (KNEIPP, 2008). Indo além deste modelo simples e adotando uma perspectiva vanguardista, os telejornais considerados como inovadores à época foram o *Jornal de Vanguarda*, exibido em 1962, e o *Show de Notícias*, de 1963 – ambos da *TV Excelsior* – exibidos apenas no Rio de Janeiro e em São Paulo, respectivamente (RIBEIRO & SACRAMENTO, 2010, p. 114).

Com o advento do *videotape*<sup>23</sup>, a produção televisiva foi barateada. Continuou centralizada nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo, cidades onde as emissoras copiavam os programas em fita, posteriormente exibidos para outros estados. A popularização da transmissão em rede acarretou em uma queda da produção regional da televisão, que só veio a aumentar na década de 1980, com a expansão das afiliadas e demais emissoras locais/regionais (MATTOS, 2002). Após a disseminação da proposta da integração nacional e com o reconhecimento de emissoras como a *TV Globo*, que passam a ser transmitidas em rede, emissoras locais/regionais existentes passam a se afiliar, no decorrer das décadas de 1970 e 1980, às redes de televisão disponíveis (RIBEIRO & SACRAMENTO, 2010).

A *TV Globo* foi uma das emissoras beneficiada no projeto de expansão e integração nacional proposto pelo regime vigente. A partir da década de 1960 a programação da emissora passou a ser transmitida para várias regiões, divulgando aos telespectadores brasileiros a ideia da televisão como um “produto familiar” (BERGAMO, 2010, p. 64). Em 1969, com a criação do *Jornal Nacional* pela emissora da família Marinho, um novo telejornalismo é apresentado ao público. “... Antes de se pensar em ‘regionalização da notícia’ a meta era a sua ‘nacionalização’, a chamada integração nacional” (TOURINHO, 2007, p. 28).

Uma das diferenças entre o *Jornal Nacional* e os demais produzidos à época era a linguagem televisiva mais coloquial e direta, com manchetes curtas, diferente do modelo radiofônico presente no *Repórter Esso*, um dos seus principais concorrentes por audiência. Outra novidade era o uso da fala das fontes, recurso antes conhecido como “som direto”, bem como imagens cobertas com o áudio do locutor. A *TV Globo* também iniciou o uso de uma tecnologia diferente de câmeras, a CP (*cinema products*), mais leve e menor, facilitando o trabalho do repórter e cinegrafista nas ruas (RIBEIRO & SACRAMENTO, 2010).

---

<sup>23</sup> Também chamado de VT, é o “equipamento que grava os sinais de áudio e vídeo gerados por uma câmera” (PATERNOSTRO, 2006, p. 226). Antes do recurso, algumas produções eram gravadas em filme cinematográfico. No caso dos telejornais, algumas reportagens eram gravadas com câmeras cinematográficas, como a *Auricon*, cuja gravação era feita com filme 16 milímetros (o *Imagens do Dia* foi um dos telejornais a utilizar o recurso). No entanto, o processo era caro e demorado, uma vez que após a captação da imagem, os filmes eram revelados e posteriormente montados (REZENDE, 2000).

A transmissão dos telejornais em rede subordinava os telespectadores brasileiros às diferenças culturais de cada município e região, estabelecendo um padrão para os sotaques, por exemplo. Outros subgêneros como as novelas também reforçaram a ideia de unidade dos povos, de nação vivendo em conjunto. Tais esforços contribuíam à época para que se estabelecesse uma crise de identidade regional (COUTINHO, 2008), que pode ser estendida inclusive na contemporaneidade com os apelos à valorização de culturas vindas do estrangeiro, seja em programas de entretenimento como também os de cunho informativo.

Ao assistir os telejornais de transmissão em rede é possível elencar semelhanças tonais tais como linguagem formal, redução ou ausência de sotaques e/ou características que evoquem um regionalismo específico. Por atingir várias regiões, com culturas diferentes, geralmente propõe-se adotar uma comunicação clara e objetiva para que os telespectadores, mesmo com suas diferenças, possam receber as informações da mesma maneira. Nas décadas iniciais da TV, essa formalidade e padronização tonal eram conhecidas no meio profissional como “voz branca”, ou seja, a adoção de uma linguagem mais limpa, com tom grave, devido a redução das entonações harmônicas herdadas com o rádio (BRANDÃO, 2010, p. 50). Outro ponto comum presente nos telejornais exibidos em âmbito nacional é a presença da bancada com os apresentadores sentados, sem variação da posição como aparecem no vídeo (exceto na troca de câmeras durante a narração das cabeças<sup>24</sup> da matéria, por exemplo). Também é possível notar a exibição de reportagens internacionais, entre outras características.

O decreto n. 52.795 de 31 de outubro de 1963, determina uma série de obrigações aos detentores das concessões de rádio e TV comerciais, inclusive no que tange ao conteúdo como, por exemplo, a produção de material audiovisual regional e local. A produção de telejornais locais e regionais também está entre essas obrigações. Compreensível, uma vez que as emissoras nasceram locais, como a própria televisão brasileira. Todavia, com a nacionalização da programação de algumas emissoras a produção local/regional passou a ser reduzida. Na década de 1980 a programação local/regional se popularizou novamente, incluindo a criação de versões regionais e locais

---

<sup>24</sup> É onde se encontra o *lead* (ou lide) da notícia. O gancho da matéria. Geralmente lido pelo apresentador antes da entrada da matéria (PATERNOSTRO, 2006).

de telejornais, tanto nas cabeças de rede<sup>25</sup> quanto nas afiliadas (COUTINHO, 2008), como é o caso do telejornal analisado, o *RJTV*.

A emissora da família Marinho foi pioneira na expansão de novas praças. Foi se tornando uma “rede” com o apoio de geradoras, espalhadas em São Paulo, Belo Horizonte, Brasília e Recife. Posteriormente, as afiliadas também transmitiam o conteúdo produzido pela *TV Globo*. Em 1980 a então *Rede Globo* contava com 36 afiliadas pelo país. Neste cenário, a emissora promoveu a criação da Central Globo de Afiliadas e Expansão, responsável por monitorar e dar suporte para o desenvolvimento das afiliadas parceiras no projeto. Ainda nesta época o mesmo departamento criou o Projeto de Desenvolvimento do Telejornalismo das Afiliadas (Prodetaf), iniciativa que funcionou da seguinte forma: profissionais do primeiro escalão da emissora eram destacados para ir pessoalmente às novas praças, com o objetivo de implementar o telejornalismo local, adequando-o à perspectiva do Padrão Globo de Qualidade (TOURINHO, 2007).

O telejornalismo regional ganhou destaque na *Rede Globo* inicialmente com o *SPTV 1ª Edição*, no qual foi implementado um projeto com vistas a promover o jornalismo comunitário, aproximando a comunidade – entre moradores e líderes comunitários – do então telejornal, que se tornou um canal por meio do qual as autoridades eram obrigadas a dar um retorno sobre problemas com infraestrutura, defesa do consumidor e ações cidadãs. Posteriormente o mesmo modelo foi adotado pelas demais afiliadas, promovendo principalmente o jornalismo local (TOURINHO, 2007).

Nesse sentido, os telejornais regionais e locais atuam com propostas que visem a “constituição de uma identidade local” (COUTINHO, 2008, p. 96). Baseada nos estudos de Alain Bourdin, a autora diz que:

o vínculo e a identidade social seriam fundamentados em três grandes dimensões: 1) a complementaridade e a troca; 2) o sentimento de pertença à humanidade e 3) o compartilhamento de uma mesma cotidianidade a partir do fato da vivência comum. Nessa perspectiva de partilha de experiências, (...) “a proximidade surge então como produtora de vínculo social” (BOURDIN,

---

<sup>25</sup> Também chamada de emissora líder, é a responsável pela geração dos sinais de imagem e/ou som, posteriormente retransmitidos pelas afiliadas ou participantes da rede (LEGISLAÇÃO, 2013).

2001, p. 28), e seria através desse processo que, de acordo com o autor, se desenvolveriam as ilusões e paixões de identidade local. (COUTINHO, 2008, p. 97)

O conceito de território seria o espaço de e para onde as pessoas constroem um sentimento de pertença. Esses espaços passariam por processos de recorte, via telejornais locais que, por sua vez, são responsáveis por selecionar, recortar e reconstruir a realidade noticiada (COUTINHO, 2008).

Os programas veiculados a âmbito local são como uma praça pública virtual, por meio da qual os telespectadores se encontram para conhecer e tratar assuntos de seu entorno, da comunidade onde estão inseridos.

A televisão local nasce como um meio que se foca em um entorno imediato da vida, problemas e vicissitudes de uma sociedade delimitada por um espaço físico de convivência. Portanto, suas referências e vinculações da programação geral, da informação e da publicidade se concentram nesse entorno. (CEBRIÁN HERREROS, 1998, p. 114)

Dessa forma, os telejornais regionais e locais também seriam meios de criar um território de pertença, pelos quais os telespectadores e também os anunciantes estabeleçam laços de identidade, configurando o que Coutinho (2008, p. 98) chama de “jornalismo de proximidade”. A conquista de credibilidade do público por meio de vínculos como a sensação de pertencimento não só pode ser um facilitador no aumento dos índices de audiência, como uma “moeda de atração dos anunciantes” (COUTINHO, 2008, p. 100).

Comumente nos telejornais regionais e/ou locais é possível notar a presença do cidadão retratado de duas maneiras distintas: o cidadão encarado como vítima ou reivindicador e o cidadão visto como testemunha ocular dos fatos. No primeiro caso, o cidadão vítima/reivindicador é apresentado como uma vítima dos poderes públicos, que sofre com alguma injustiça social e clama na mídia pela reparação ao seu dano, material ou abstrato. O segundo, o cidadão testemunha, também seria utilizado para autenticar os fatos reportados. Ambos servem, ainda, para delimitar o espaço de democracia subentendido como presente nos órgãos jornalísticos, inclusive nos

telejornais, além de permitir o confronto de opiniões contrárias (CHARAUDEAU, 2009).

Há que se destacar, no entanto, diferenças entre telejornais regionais e telejornais locais. Os primeiros são produzidos em “parte da área de penetração do local (em geral nas cidades-pólo em que se localiza a sede da emissora)” enquanto que os locais seriam aqueles produzidos “na mesma área de emissão do canal” (COUTINHO, 2008, p. 101). Todavia, há casos que mesmo com a presença de um telejornal regional em uma emissora (que também conta com suas afiliadas, as quais veiculam telejornais locais nos municípios onde estão situadas), o telejornalismo praticado se volta mais para a localidade onde está inserida, como acontece no *RJTV*. Apesar de transmitir algumas notícias sobre municípios do interior do Rio de Janeiro, grande parte dos fatos noticiados diz respeito à capital e cidades adjacentes.

Ao comparar os telejornais locais e/ou regionais com os de transmissão em rede, as características são em parte alteradas – o que evidencia, em suma, aspectos pertinentes à cultura local ou da região, seja na presença de sotaque e/ou o uso de linguagem coloquial. No caso da questão visual do estúdio (como ocorre no *RJTV*), apesar da existência da bancada ora os apresentadores estão sentados atrás dela ora em pé ou mesmo sentados em poltronas. Também se nota em determinadas edições o abandono da formalidade nos trajes usados pelos apresentadores (traje social, porém sem gravata no caso dos homens, por exemplo). Nas reportagens é comum o aparecimento de aspectos referentes à cultura local/regional, seja no *background*<sup>26</sup> da reportagem, no uso de linguagem coloquial e até gírias (dependendo do tema da notícia a ser apresentada), entre outros pontos responsáveis por evocar nos telespectadores a sensação de pertencimento (SABACK, 2005).

Também é comum nos telejornais locais a presença do cidadão, explorada de várias formas, seja nas notícias seja em quadros temáticos, formando uma identidade particular não só ao próprio telejornal como à emissora de um modo geral:

ao inserir em sua programação, especialmente nos telejornais, imagens do cidadão comum, de entrevistados que estão nas ruas, prontos a dar sua opinião e ter sua imagem multiplicada, a emissora

---

<sup>26</sup> Também chamado simplesmente de BG, é o ruído ou a música presente na reportagem, junto com a fala do repórter. Não deve sobressair o áudio do repórter. (PATERNOSTRO, 2006, p. 194).



busca reconstruir sua marca local, de realização do que se denominou jornalismo de proximidade. (COUTINHO, 2008, p. 104-105)

Como um dos temas investigados na dissertação é o jornalismo participativo, foi um dos motivos fundamentais para a escolha de um telejornal local, o *RJTV 1ª Edição*. Considerou-se, inclusive, o quadro *Parceiro do RJ* como objeto empírico desta pesquisa, justamente por explorar discursivamente o considerado “cidadão comum” de modo diferente do adotado nos telejornais de transmissão em rede.

Como o que se propõe durante a análise do objeto empírico é considerar a forma como os participantes do quadro *Parceiro do RJ* atuam na reportagem dos fatos, observando nesse contexto as diferenças e/ou semelhanças do adotado por jornalistas na mesma ocupação (repórter), faz-se necessário remontar a trajetória dos telejornalistas no Brasil, com especial atenção aos repórteres e cinegrafistas.

## 1.2 A CONFIGURAÇÃO DISCURSIVA DO REPÓRTER E CINEGRAFISTA DE TELEJORNAL

A fim de compreender teoricamente como se dá essa configuração do jornalista, o primeiro passo é buscar nos estudos semióticos e linguísticos o significado do conceito. Segundo Greimas e Courtés (2011) para propor a configuração é necessário reconhecer os componentes do discurso analisado por meio do conjunto de regras existentes em seu percurso gerativo, isso porque as manifestações discursivas possuem uma organização narrativa própria. Trazendo tal explicação para o campo profissional do telejornalismo, entende-se que os profissionais da área, assim como os jornalistas de outros veículos, possuem funções estabelecidas. Estas funções, por sua vez, incorporam padrões, com características peculiares para cada atividade exercida.

Para o repórter de telejornal cabem determinadas funções, como preparar a pauta, ir à rua apurar a informação, elaborar um roteiro, gravar as sonoras, *offs* e passagem e, posteriormente, editar a matéria em conjunto com os profissionais que lhe auxiliam, quando necessário (tais como pauteiro, cinegrafista, editor de imagens, editor, dentre outros). Implícita e superficialmente (a título de exemplificação) esta poderia ser a configuração do papel de um repórter. Desse modo, cada profissional dispõe de uma rotina a ser cumprida, de acordo com as atividades

delegadas, compreendendo aspectos técnicos e éticos para o cargo ocupado.

Ainda sobre configuração discursiva Greimas e Courtés (2011, p. 89) dizem que “tal intervenção pressupõe, vê-se, um sujeito da enunciação dotado não somente da competência narrativa, mas também de um estoque de configurações discursivas acompanhado, por assim dizer, de seu ‘modo de usar’.”. Ou seja, no caso dos profissionais que atuam em um telejornal, por exemplo, cada um possui características inerentes à função que lhe é atribuída, somadas ao conhecimento prévio, seja técnico ou teórico (ou ambos), adquirido para o exercício das atividades que lhe são incumbidas.

Deste modo, as funções exercidas pelo profissional podem, ainda, aumentar o índice de credibilidade do telespectador sobre o conteúdo veiculado pelo telejornal ou emissora, firmando ainda mais o acordo tácito previsto entre ambos. Ou seja, o telespectador pode interpretar que as informações recebidas são condizentes com a realidade ou que possuem qualidade, caráter de verdade, objetividade, elementos que caracterizam o telejornalismo enquanto gênero e, portanto, categoria discursiva, onde são expostos fatos ligados ao mundo real. Como visto anteriormente, essa discussão se inscreve nas teorias de Jost (2004) sobre os gêneros televisuais.

Esse acordo existente entre emissora e, conseqüentemente, telejornal e público é chamado de contrato fiduciário. Ele estabelece que as informações repassadas naquele ambiente discursivo televisivo condizem com a verdade, cabendo ao público acreditar no conteúdo recebido e ao veículo promover a veridicção do material: “o contrato fiduciário é um contrato enunciativo (ou contrato de veridicção) que garante o discurso-enunciado” (GREIMAS & COURTÉS, 2011, p. 209). Outra definição específica voltada para o jornalismo e salientada por Rodrigo Alsina (2009, p. 199) ressalta que:

um contrato pragmático fiduciário (...) pretende que acreditemos que o veiculado pelos meios de comunicação é verdade, e, ao mesmo tempo, nos propõem que confiemos no discurso informativo dos supracitados meios.

É inerente, portanto, às atividades desempenhadas pelos profissionais no campo jornalístico. Por isso, “o profissionalismo jornalístico se caracteriza, acima de tudo, pelo papel social da

competência comunicativa que lhe é atribuída aos jornalistas, na geração das imagens da realidade coletiva” (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 212).

Essa configuração profissional dos telejornalistas, no entanto, passou por uma série de modificações ao longo das últimas seis décadas, principalmente em virtude das mudanças tecnológicas e técnicas que ocorreram durante este período. Nos anos iniciais do telejornalismo no Brasil, os profissionais encarregados para produzir jornalismo eram, em suma, destacados do rádio para o novo meio, o qual ainda carecia de inovações técnicas e tecnológicas que só vieram a ocorrer no final da década de 1960 e início da de 1970 (RIBEIRO & SACRAMENTO, 2010). Não havia um padrão a ser adotado pelos profissionais no que diz respeito ao *modus operandi* quanto aos telejornais. Entretanto hoje já existem os manuais utilizados nas faculdades de Jornalismo<sup>27</sup>, bem como orientações empregadas internamente nas redações, que denominam por exemplo como apresentadores ou mesmo âncoras (quando há a emissão de opinião) para se referir aos profissionais que atuam junto à bancada dos telejornais. No passado, na década de 1950 e até meados da década de 1960, este cargo foi ocupado pelos locutores, tal qual no rádio. Em síntese: durante as últimas seis décadas a televisão, bem como seus gêneros, subgêneros e formatos, passou por uma série de transformações, incluindo os cargos ocupados pelos profissionais em cada gênero/subgênero.

Na década de 1950, o que havia em relação à capacitação profissional e técnica era a apropriação dos recursos operacionais e profissionais utilizados no rádio, com a adequação das rotinas produtivas de um meio para outro. Assim, um novo problema encontrado era a ausência de bibliografia específica sobre produção para TV; não havia treinamento para os profissionais. Aprendia-se, sobretudo, na prática. O conceito de reportagem também era inexistente. As imagens para telejornal eram produzidas em filme preto e branco mudo, uma vez que faltavam recursos técnicos e tecnológicos para a captação de som. Praticamente todo o telejornal era feito com notícias ou nota-coberta lidas pelos locutores. O ambiente de trabalho era, portanto, precário e em suma improvisado, dificultando a prática de inovações por parte dos profissionais (KNEIPP, 2008).

Na década de 1960 o cenário começa a mudar, possibilitado principalmente pelos avanços tecnológicos. Com o uso do *videotape* para a gravação dos programas, houve uma melhora na técnica,

---

<sup>27</sup> A citar Squirra (1995), Barbeiro & Lima (2002), Paternostro (2006) e Yorke (2007), por exemplo.

refletindo na rotina produtiva. Já era possível, por exemplo, a gravação de entrevistas. Nesta mesma época houve a valorização da figura do redator, profissional deslocado das redações de jornais impressos para a televisão. Os textos para telejornais ganharam, com isso, maior agilidade (KNEIPP, 2008).

Inicia-se neste período a definição de algumas funções básicas – a de redator era uma delas. Os telejornais passam, neste momento, a ter horários fixos, com a busca por uma identidade própria, como foi o caso do *Jornal de Vanguarda*, por exemplo. Já o *Jornal Nacional* radicaliza o modelo de telejornal conhecido até então, promovendo uma série de transformações, muitas das quais provenientes do modelo norte-americano que em décadas posteriores passou a ser adotado como padrão hegemônico de técnica e estética (KNEIPP, 2008).

Os anos 1970 mais uma vez alteram a rotina de produção telejornalística. A ideia de programação se consolidou entre as emissoras. A tecnologia possibilitou novos avanços com a introdução da unidade portátil de jornalismo, agilizando o trabalho dos profissionais posteriormente conhecidos como repórteres. Inicia-se, pois, o desenvolvimento de programas voltados para a reportagem, termo difundido à época. Nesta prática era comum o emprego de cineastas para o aperfeiçoamento da técnica. O filme colorido, o uso do *cromaqui*<sup>28</sup> e do *Teleprompter* (ou apenas TP)<sup>29</sup> também revolucionaram as rotinas de produção. Apesar da existência de cursos de Comunicação Social, a formação acadêmica para atuar na área de telejornalismo ainda não era exigida pelas emissoras. A regulamentação profissional só ocorreu no final da década de 1970, alterando o mercado profissional nos anos seguintes (KNEIPP, 2008).

Na década posterior, nos anos 1980, a figura do repórter já havia se consolidado nos telejornais. Algumas faculdades iniciaram a oferta de disciplinas de Telejornalismo (chamadas inicialmente de Jornalismo Audiovisual; ministradas, sobretudo, por profissionais que aprenderam na prática). Também é efetivada a habilitação de Jornalismo nos cursos de Comunicação Social. A *TV Globo* produz nesse contexto um manual de telejornalismo usado internamente na redação. Concomitantemente

---

<sup>28</sup> Ou *Chroma Key*, consiste em telas nas cores verde ou azul sobre as quais é possível, por meio de computador, anular a cor e inserir um efeito visual, seja imagem, vídeo ou animação (PATERNOSTRO, 2006).

<sup>29</sup> Aparelho que reproduz para o apresentador de um telejornal ou programa o *script* a ser lido, narrado. Geralmente é posicionado sobre a câmera (PATERNOSTRO, 2006).

há uma sistematização de treinamento dos profissionais nas próprias emissoras, visando à melhora profissional. Também nesse período, algumas emissoras passam a exigir o diploma de Jornalismo para o exercício da profissão (KNEIPP, 2008).

A década de 1990 promove uma aceleração da produção com o início do processo de digitalização (promovido no final dos anos 1980 e início dos 1990, com o uso das ilhas de edição não-lineares). A chegada dos computadores às redações na década de 1990 também promove maior agilidade na produção. Os profissionais, então, passam a se adequar tecnicamente, em busca de conhecimento para operar o novo recurso tecnológico, tirando da rotina as máquinas de datilografia. Com a ampliação do número de manuais e pesquisas acadêmicas cujo foco era o telejornalismo, vislumbra-se, então, a definição de algumas características de cada função (repórter, produtor, editor, apresentador, âncora, etc.). Neste ínterim, há uma troca gradual da rádio-escuta pelo uso da Internet, principalmente na primeira década do século XXI, com posterior enxugamento no número de profissionais nas redações e adoção do termo jornalista multimídia (relembrando o profissional “faz tudo” dos primórdios da TV). Apesar da não-obrigatoriedade do diploma para exercício da profissão<sup>30</sup>, as emissoras ainda privilegiam o uso do profissional diplomado (KNEIPP, 2008, p. 161-162).

Os primeiros anos da segunda década do século XXI fortificam a tendência do (tele)jornalismo participativo (AMORIM, 2009) utilizada em anos anteriores, com a introdução do público no processo de produção da notícia em cargos até então ocupados majoritariamente por jornalistas, como é o caso da função de repórter. A fim de delimitar as atribuições e perfil de um repórter de telejornal, adota-se aqui algumas premissas estabelecidas nos considerados principais manuais de telejornalismo<sup>31</sup>, a fim de, durante a análise do objeto empírico, comparar as atribuições dadas a um repórter e ao participante capacitado do quadro *Parceiro do RJ*.

Quando publicou seu manual de telejornalismo durante a década de 1990 Squirra (1995, p. 75) elencou algumas características do chamado repórter de telejornal. No princípio era apenas a mão que segurava o microfone e o repórter apenas realizava as perguntas que,

---

<sup>30</sup> Apesar de o Supremo Tribunal Federal ter decidido em 2009 pela não-obrigatoriedade do diploma no exercício da profissão de jornalista (FALCÃO, 2009).

<sup>31</sup> Embora datados e, com isso, fatores tecnológicos e técnicos já foram adaptados à contemporaneidade

necessariamente, não eram postas no ar durante a transmissão da reportagem. Posteriormente este profissional teve a imagem valorizada, incorporada ao discurso da notícia. Durante seu trabalho de campo, é acompanhado por uma equipe – o autor estabelece quatro auxiliares, fato este alterado atualmente para um, o cinegrafista, com a redução de profissionais nas redações. Na rua, o repórter deve realizar em seu trabalho de campo entrevistas com as fontes estabelecidas pelo editor ou chefia de reportagem, ou ainda encontrar suas próprias fontes. Aliás, o repórter deve ter na chefia de reportagem um amparo decisivo para a composição e base da pauta, determinando também o sucesso da execução da apuração, produção e edição dos fatos (SQUIRRA, 1995).

Um dos pontos importantes para a posterior análise do objeto empírico é quanto a atuação do repórter para com as fontes. Nesse sentido, o autor listou algumas instruções do jornalista no trabalho com os entrevistados. Orienta-se ter postura para saber interromper a fala do entrevistado no momento correto, colhendo a informação necessária para a construção e embasamento da pauta. As perguntas a serem feitas devem ser claras, curtas e objetivas. O repórter só deverá interferir quando o entrevistado estiver sendo ambíguo em suas respostas. Não deverá haver, em nenhum momento, a emissão de opinião sobre o assunto reportado. E deverá, acima de tudo, buscar dar direito de fala a todos os lados envolvidos em um fato, notadamente naqueles que contiverem denúncia sobre determinado assunto (SQUIRRA, 1995).

Em outros aspectos de conduta, deve produzir junto com o cinegrafista a passagem da reportagem. No trabalho de pós-apuração deverá gravar os *offs*, complementando com informações as imagens gravadas. O trabalho invade, inclusive, a vida pessoal, uma vez que ao aparecer na tela o repórter passa a ser uma figura pública. Squirra (1995) descreve como importante o fato de o profissional cuidar de sua vida pessoal, evitando acontecimentos embaraçosos para não repercutir no âmbito profissional. O autor cita, ainda, uma das polêmicas existentes entre muitas emissoras: o fato de o repórter ter uma boa aparência física, formal e elegante ao vídeo, com padronização de cortes e tonalidade de cabelo e indumentária, por exemplo. Vaidade pessoal também pode ser um elemento importante para que o profissional consiga cativar o telespectador e obtenha a confiança do público, uma vez que este elemento poderá ser decisivo na forma como o repórter atua profissionalmente (SQUIRRA, 1995).

Barbeiro & Lima (2002) citam, ainda, a importância da reportagem para o telejornal, uma vez que também é por meio dela que se torna possível a busca pela isenção jornalística. Parte das atribuições

listadas por Squirra (1995) são novamente lembradas, como a elaboração de perguntas objetivas, claras, curtas e diretas, a boa relação entre fonte-entrevistado, entre outras características. Entre os pontos a serem ressaltados aqui por ambos os autores estão a necessidade de o repórter saber falar para a pessoa comum e conhecer o público para o qual o telejornal se dirige. Citam, ainda, a questão da segurança dos profissionais. “Para se fazer uma boa reportagem não é necessário arriscar a vida” (BARBEIRO & LIMA, 2002, p. 72). Também destaca o papel do cinegrafista, chamado de repórter-cinematográfico, cuja atuação em conjunto cinegrafista-repórter se torna primordial para o sucesso de uma reportagem, uma vez que ao trabalharem em conjunto, podem e devem, portanto, dialogar no momento da produção da reportagem entre construção do discurso oral e visual. Em telejornal, a imagem é senão o principal fator significante do discurso televisual: “o cinegrafista é um agente da reportagem. Deve opinar sobre todo o processo de produção e não somente sobre estética ou paisagens” (BARBEIRO & LIMA, 2002, p. 71).

Os autores citam, ainda, a importância da objetividade durante a elaboração da reportagem tanto por repórter quanto pelo cinegrafista, apesar de mencionarem que a subjetividade também acompanha o trabalho. O repórter não deve julgar o entrevistado, tampouco o que diz, mas apurar a informação recebida de forma tal que anule quaisquer dúvidas sobre o fato, para que o telespectador não saia prejudicado ao receber a informação. Deve-se ter cuidado e restrição quanto ao uso de adjetivos, tornando o discurso claro, isento e objetivo na medida do possível. “A reportagem é por dever e método a soma das diferentes versões de um mesmo acontecimento” (BARBEIRO & LIMA, 2002, p. 72).

Apesar de ressaltarem as atribuições de um repórter, os autores anteriores aqui apresentados não citam, diretamente, nos capítulos dedicados à reportagem, a questão da necessidade de se ter ou não alguma experiência prévia que coloquem os profissionais como aptos para os cargos ocupados. Diferente disso, Yorke (2007) apresenta o cenário profissional dos repórteres em uma perspectiva que lembra as primeiras décadas do telejornalismo no Brasil, descritas anteriormente.

Poucos repórteres de televisão começam a carreira no veículo. Em sua maioria, eles vêm dos jornais, das agências de notícias e do rádio; portanto, não conhecem as técnicas de televisão o suficiente para serem bem-sucedidos. Outros são contratados

mais por suas especialidades do que por sua experiência jornalística. Alguns são falhos nas duas categorias, enquanto outros se concentram em ser competentes sem jamais terem compreendido inteiramente como elaborar uma frase redonda sem competir com as imagens. Não chega a ser surpreendente que os maiores expoentes da arte da reportagem sejam, em geral, aqueles que passaram pela redação. (YORKE, 2007, p. 126)

O autor também assinala duas características importantes para a qualidade de um repórter: boa dicção e aparência “razoável”. Entretanto, ambas as características atualmente são discutíveis, uma vez que não há mais, nesse sentido, um padrão a ser seguido, principalmente quando se fala em aspectos estéticos. A técnica também é, em grande parte das vezes, aprendida na prática, ou por meio de estágio ou ainda treinamentos ofertados pelas próprias emissoras. A performance do repórter deve ser ancorada em três fatores: pela fala, que deve ser clara e em ritmo uniforme; pelos gestos, que devem ser relaxados e feitos de forma sutil, evitando-se movimentos exagerados, seja ao gesticular ou pela postura, seja por contorções faciais ou cacoetes; pelo vestuário, que deve estar em consonância com o estilo pregado pelo telejornal ou pela pauta a ser coberta. Na passagem a escolha da locação deve ser adequada. Para este momento da reportagem recomenda-se para os novatos a prática de decorar o texto a ser narrado (YORKE, 2007).

De um modo geral, os três manuais tomados aqui como referência inicial adotam conselhos semelhantes ao sugerir qual a função de um repórter e de um cinegrafista e suas desenvolturas frente aos cargos. Notou-se, ainda, que algumas características estão presentes principalmente nos telejornais de transmissão em rede, seguindo um formato mais tradicional, formal. Apesar de tais características também estarem presentes nos profissionais que atuam também nos telejornais regionais ou locais, o que se percebe, todavia, é que tais programas jornalísticos exibidos mais localmente agregam em seu discurso elementos presentes na cultura local ou regional, incidindo, inclusive, no discurso adotado pelos profissionais – e aqui se inclui o repórter. Contudo, as características assinaladas serão tomadas como parâmetro para diferenciar a atuação de um repórter profissional da de um telespectador que atua na mesma função.

O que se quis expor com a descrição das atribuições de um repórter sobre a perspectiva dos manuais de telejornalismo foi a



explanação acerca das tarefas e/ou desempenho deste profissional e, por conseguinte, do cinegrafista (ou repórter-cinematográfico), a fim de obter subsídios para a análise dos participantes no quadro *Parceiro do RJ*. Há outros manuais presentes tanto no campo acadêmico quanto profissional, porém a proposta neste momento era tomar algumas referências-chave a fim de reunir aspectos sobre ambas as funções. Dando continuidade à pesquisa, no capítulo seguinte destacam-se aspectos acerca do que vem a ser o conceito de Jornalismo Participativo, fenômeno aqui encarado como fundamental para a inserção desses atores sociais – não-profissionais – no processo de produção da notícia em telejornal.



## 2 JORNALISMO PARTICIPATIVO NA TELEVISÃO

Diante das discussões em torno dos níveis de audiência de veículos como a televisão e a popularização de outros meios de informação como a Internet, os telejornais, assim como a imprensa em geral, usam o jornalismo participativo como uma alternativa para recriar formatos, modos de reduzir gastos nas redações e coberturas jornalísticas, incluindo aí a manutenção dos níveis de audiência.

Antes de se falar a respeito de audiência, porém, é necessário ressaltar aqui que a proposta não é dizer que uma mídia prevalece sobre a outra, ou que com a Internet a televisão perderá seu espaço. Pelo contrário. O que se observa é justamente uma mídia reforçando a outra, em um ambiente de convergência. No caso das redes sociais, por exemplo, grande parte do público utiliza a segunda tela<sup>32</sup>, seja via *tablets*, *smartphones* ou *notebooks*, para expor sua opinião acerca do que é assistido pela TV. De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), 43% dos brasileiros usam a Internet enquanto assistem televisão. Dessa parcela, 70% buscam mais informações na *web* sobre o que estão assistindo<sup>33</sup>. A respeito de que uma mídia pode eliminar a outra, Cannito (2010, p. 17) diz que: “o cinema não eliminou o teatro, a televisão não eliminou o cinema. Da mesma forma, a internet não vai eliminar a televisão. Todas as mídias permanecem, interagem e se complementam”.

A convergência se refere “ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação” (JENKINS, 2008, p. 27), que permitem variar a busca pela informação e entretenimento entre várias plataformas informativas. Ainda de acordo com o mesmo autor: “a convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica (...). A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento” (JENKINS, 2008, p. 41).

Nesse contexto de convergência entre mídias, também ocorre concomitantemente a convergência entre públicos de várias classes sociais. Atualmente, o que é possível notar na programação das emissoras brasileiras é a inserção das camadas populares em gêneros,

---

<sup>32</sup> Pesquisas, entre elas cita-se a promovida por Finger & Souza (2012), já apontam a tendência de assistir televisão pelos dispositivos portáteis, também chamados de segunda tela.

<sup>33</sup> Dados disponíveis em (ROTHMAN, 2013).

subgêneros e seus formatos de natureza diversificada (informação e entretenimento), o que pode gerar a sensação de uma atmosfera de "praça pública" para com os indivíduos pertencentes a este público (LUCENA & BARRETO, 2008). Nesse ponto é fundamental destacar que os locais de atuação dos participantes do quadro *Parceiro do RJ* são os espaços de periferia da região metropolitana do Rio de Janeiro, onde eles também vivem.

Apesar de os índices de audiência não mensurarem sobre a satisfação ou não do público quanto ao que estão assistindo, focando-se apenas se há televisores sintonizados em determinada faixa da programação e horário, o que é considerado pelas emissoras é que se determinado programa tem audiência alta, a produção buscará manter o nível de conteúdo a fim de também manter a audiência. No caso da cultura periférica, esta é nos últimos anos vista mercadologicamente como difusora de consumo (LUCENA & BARRETO, 2008).

Sobre este cenário, o ex-diretor-geral da *TV Globo* Octávio Florisbal revelou alguns dados a respeito da audiência da TV aberta<sup>34</sup>. Não obstante o crescimento da adesão do público inserido na classe C para a TV paga, esses telespectadores ainda continuam assistindo mais TV aberta:

A TV aberta ainda tem 55% de participação na audiência de quem tem TV paga – selecionando só a classe C que entrou na TV paga, essa participação da TV aberta é de 75%. Fizemos uma pesquisa para saber sobre a classe C que agora está entrando bastante na TV paga: eles assistem maciçamente TV aberta, filmes dublados e canais de esportes. (FLORISBAL In: PADIGLIONE, 2012)

Em outro momento, Florisbal também se manifestou sobre o foco dado pela *TV Globo* a esta classe emergente, em virtude dos avanços econômicos. Nos últimos sete anos, a classe C incorporou 40,3 milhões de pessoas, tornando-se a maior classe econômica do país, o que representa 54% da população brasileira (CLASSE..., 2012). A fim de atender a este público, a emissora passou por uma transformação na programação.

---

<sup>34</sup> Em entrevista realizada no mês de agosto de 2012 (PADIGLIONE, 2012).

No passado, você não tinha que se preocupar tanto. ‘Estou fazendo uma televisão para todos, mas com foco em classe média’. Hoje, não. Atenção. Eu tenho que fazer para todos. Aquela divisão de que 80% do público é das classes C, D e E continua, mas eles têm mais presença, mais opinião. Eles ascenderam. Têm um jeito próprio de ser. Você tem que atendê-los melhor. Eles têm que estar mais bem representados e identificados na dramaturgia, no jornalismo. Antes, você fazia uma coisa mais geral. Hoje, não. A gente tem que ir, principalmente nos telejornais locais, ao encontro deles. Eles têm que ver a sua realidade retratada nos telejornais. Eles querem ter uma linguagem mais simples, para entender melhor. (FLORISBAL In: STYCER, 2011)

O foco na classe C influenciou, inclusive, uma transformação no jornalismo praticado pela emissora no âmbito regional/local. Florisbal cita como exemplo o quadro *Parceiro do RJ*.

No jornalismo é a mesma coisa. Tanto em São Paulo quanto no Rio estamos procurando nos telejornais locais fazer uma coisa mais coloquial, uma linguagem mais familiar, mais informal, no jeito de colocar e de se vestir. Não é só um apresentador, são vários. Tem a redação móvel, que vai nas periferias e faz de lá. Nos telejornais nacionais você também tem que cuidar bem para não colocar em excesso certos temas que não atendem tanto. E agora nós instituímos “os parceiros do jornalismo”. Nas comunidades que a gente elege, há um representante selecionado para ser nosso repórter lá. Ela recebe uma camerazinha simples e retrata o dia a dia lá. Um incêndio, um buraco na rua. Se a matéria é selecionada, entra no telejornal local. No Rio, são oito duplas, em oito comunidades diferentes. (FLORISBAL In: STYCER, 2011)

Dessa forma, o telespectador passa, então, a ser convidado a participar da busca, elaboração e mediação de informações, tornando-se um aliado na produção da notícia, principalmente em um momento no qual as emissoras reformulam seus modelos de negócio e atuação junto

ao público, inclusive na área comercial. As redações passam por um processo de enxugamento dos profissionais, o que acaba por interferir, de certo modo, na cobertura de acontecimentos no âmbito local e hiperlocal. É justamente nas camadas mais localizadas que se nota a manutenção e até aumento da audiência de determinados programas, que priorizam os fatos que acontecem localmente. “Nestas condições, a participação do público por meio de processos colaborativos de produção de informações torna-se a alternativa mais viável para atingir ambos objetivos” (CASTILHO, 2009, p. 56-57).

Devido às recentes transformações no jornalismo, os veículos tradicionais partem em busca de práticas diferenciadas a ser adotadas na produção da notícia, o que poderia ser encarado como meios de inovar o jornalismo tradicional tal qual o conhecemos.

Uma inovação quebra paradigmas. O lançamento de algo novo rompe modelos mentais, aborda pontos diferentes. Isso tem acontecido de forma cada vez mais veloz, numa grande amplitude de atividades econômicas e com largo espectro geográfico. (...) Pode-se dizer, então, que a inovação é uma “aposta” no desejo da sociedade de ter suas necessidades humanas atendidas em melhores condições. (TOURINHO, 2009, p. 167)

Em Comunicação Social o termo inovação não é utilizado apenas para designar algo novo tampouco uma invenção, mas também para considerar seus efeitos nos processos comunicacionais e/ou, ainda, seu impacto, proveito social ou apropriação nesse processo (GIACOMINI FILHO & SANTOS, 2008, p. 16). A participação do telespectador, neste contexto, está ligada ao advento da Internet e redes sociais, que possibilitaram ao público dispor das informações por esses canais. Dessa forma, a introdução deste público na produção da notícia pode ser considerada um exemplo de inovação no jornalismo?

A proposta hoje é diferente, está inserida num processo de digitalização mais amplo e tem os exemplos mais ricos na interatividade, estimulada e ampliada a partir da internet. Essa originalidade ganha valor quando associamos essa possibilidade de produzir para a TV com temas de interesse das comunidades. A relevância, então, fica caracterizada com essa possibilidade de garantir a

inserção das comunidades nesse processo, que parte de uma capacitação básica para uso da tecnologia para chegarmos a resultados ainda mais expressivos, que podem melhorar a vida das pessoas, levar informação para as famílias, para o trabalho e para que essas pessoas mostrem suas vidas comunitárias. (CROCOMO, 2007, p. 33)

Atendo-se à televisão, vale ressaltar, no entanto, que a participação dos telespectadores já ocorre há mais tempo, seja por telefonemas, cartas, por meio de entrevistas ou via “povo fala”, entre outros modos, mais precisamente desde o início das transmissões da televisão brasileira. Como exemplo, o programa *Pinga-Fogo*, exibido pela extinta *TV Tupi*, que incentivava a participação do público por meio de telefonemas. O apresentador ficava em uma mesa, ao lado de um telefone, aguardando ligações de telespectadores para participarem dos debates (SILVA, J., 2012). Em outro momento da televisão, na década de 1990, duas iniciativas exibidas pela *Rede Globo* podem ser citadas: 1) *Você Decide*, considerado o primeiro programa de teledramaturgia interativa da *Rede Globo*. Com estreia em abril de 1992, o programa tratava de assuntos polêmicos dramatizados por atores da própria emissora. Os telespectadores podiam votar por meio de telefonemas (geralmente "Sim" ou "Não"), decidindo o final da história. Permaneceu no ar até o ano 2000<sup>35</sup>. E 2) *Linha Direta*, programa que propunha uma linguagem diferente, onde havia a mescla entre dramatização e jornalismo, contando ainda com a participação dos telespectadores para denunciar e dar pistas a respeito do paradeiro de criminosos apresentados no programa (MENDONÇA, 2010).

Desse modo, ressalta-se que nem toda linguagem diferenciada em um programa poderá ser encarada como inovação. Pode ser apenas uma reciclagem de ideias praticadas no passado, por exemplo, ou ainda transportadas de um meio para outro, ou advindas de um modelo pregado em outro país. Necessariamente não é somente a forma como o conteúdo é produzido e conduzido no discurso televisual que pode resultar em inovação. Do mesmo modo, nem toda participação se constituirá em uma interatividade ou interação.

---

<sup>35</sup> Informação disponível em:

< <http://memoriaglobo.globo.com/institucional/cronologia/1992/estreia-voce-decide.htm>>. Acesso em: 10 de julho de 2013.

O fato de o público poder participar da produção do conteúdo é encarado em diversos estudos como uma forma de “interatividade”. O termo é um neologismo derivado do conceito de interação, o qual define, de forma genérica, ações entre duas ou mais pessoas, entre pessoa e computador, pessoa e máquina, pessoa e organizações, etc. Epistemologicamente, o conceito deriva das teorias da comunicação de vertente interacionista e já vem sendo estudado por autores clássicos como Gregory Bateson, G. H. Mead, Erving Goffman e nas Escolas de Chicago e Palo Alto, conforme informações apresentadas por Alex Primo (2009). Na relação homem-computador ou homem-máquina (no caso da televisão), vários são os níveis, uma vez que o simples trocar de canal por meio do controle remoto já pode ser considerado um tipo limitado de interatividade (PRIMO, 2009).

Há diferenças entre o que pode ser considerado como interação mútua e interação reativa. “Um sistema interativo deveria dar total autonomia ao espectador (...), enquanto os sistemas reativos trabalhariam com uma gama pré-determinada de escolhas” (PRIMO, 2000, p. 6). Considerando os estudos de Jenkins (2008) a respeito do conceito de participação, a visão adotada lembra a discussão sobre interação mútua, visto que: “a participação é mais ilimitada, menos controlada pelos produtores midiáticos e mais controlada pelos consumidores de mídia” (JENKINS, 2008, p. 183).

No caso da interatividade, esta seria subdividida em quatro níveis, de acordo com os estudos postulados por Jens F. Jensen (1998; BRASIL, 2011):

1. *Interatividade transmissional*: assim como ocorria nas emissoras de rádio e TV do passado, neste nível de interatividade não há um canal de retorno. A comunicação é feita de forma unilateral no modelo emissor-receptor, ou seja, o telespectador/ouvinte recebe as informações, podendo apenas decidir qual canal quer assistir/ouvir;
2. *Interatividade consultacional*: neste caso, o usuário pode solicitar informações em um sistema de mão dupla com canal de retorno, como são os casos dos serviços de informação online, fontes de consulta via FTP, CD-ROM, etc.;
3. *Interatividade conversacional*: aqui o usuário pode produzir e enviar suas informações em um sistema de mídia bidirecional, por meio de telefone, *e-mail*, videoconferência, listas de discussão na Internet, entre outros meios;
4. *Interatividade registracional*: seria um sistema onde há o registro das informações do usuário, com a preocupação em responder



suas necessidades e ações, tanto no que diz respeito à capacidade de o usuário optar pela fonte de informação que deseja, quanto a própria capacidade do sistema em adaptar essas informações automaticamente (por exemplo, sistemas de enquetes, agentes inteligentes, guias inteligentes, interfaces inteligentes, registro de conexão em sistemas de computador, etc.).

O jornalismo participativo, nesse contexto, poderia estar no patamar da “interatividade conversacional”, porém de um modo expandido, no qual o público não só interage com o veículo por intermédio desses canais descritos, como também auxilia na produção noticiosa, seja no envio de sugestões de pauta, seja na disponibilização de vídeos, fotos e outras fontes informativas. De todo modo, adequando ao ambiente televisivo, entende-se, neste momento, que somente poderia haver interação mútua quando de fato fosse estabelecido um intercâmbio de ideias, conteúdo e ações tanto entre público que recebe a informação, quanto por quem a produz – sem limitações quer seja por edição de material, quer por imposição editorial de algum veículo ou mesmo censura a determinados assuntos. Caso contrário, estabelece-se apenas uma interação reativa. Nesse último caso, “a comunicação como troca simbólica cai em um monopólio onde o pólo emissor se torna hegemônico prejudicando as trocas comunicativas e a plena capacidade de resposta” (PRIMO, 2000, p. 6).

Quanto a interatividade, vale destacar que:

muitos sistemas de interação reativa, na pretensão de produzir uma maior aproximação com o outro interagente, são programados com o objetivo de que haja um maior “envolvimento” dos interagentes. É preciso, porém, clarear o que se entende por este termo. [Assim] para que se alargue essa compreensão e se amplie a noção de interatividade é preciso que se veja “envolvimento” como um “tomar parte”, onde o interagente pode participar da construção do processo. Isto é, necessita-se ultrapassar a noção de mero encantamento e trabalhar para que a participação ativa e recíproca se torne regra e não exceção. (PRIMO, 2000, p. 12-13)

Voltando à televisão, Umberto Eco (1983) descreve dois momentos da televisão que podem ser analisados a fim de compreender esse panorama: “Paleotelevisão” e “Neotelevisão”. Aplicando essas

definições ao cenário brasileiro televisivo, o primeiro poderia se referir ao período que compreende desde a década de 1950 até meados da década de 1970, quando a quantidade de televisores ainda era pequena, assim como a de emissoras existentes. A televisão era marcada pelo controle do Estado. A interação com os telespectadores era limitada a cartas e telefonemas, por exemplo, e os temas eram tratados de forma professoral, com direcionamento pedagógico. A TV era encarada como janela para o mundo. Já o termo “Neotelevisão” pode se referir ao período que compreende a segunda metade da década de 1970 até o início dos anos 1990. No Brasil, nesse período houve a popularização da reportagem e a digitalização do processo de produção, o que alterou a rotina profissional, inclusive a técnica empregada pelos jornalistas nas redações. Na Europa, a principal característica seria a desregulamentação do setor, com funcionamento misto entre o público e o privado e com crescente oferta de novas redes de televisão (TOURINHO, 2012).

Já a televisão atual é diferente. Para Carlos Scolari (2009) estaríamos em um terceiro momento, o da “Hipertelevisão”. Com programação extensa, há também a aproximação com o público, uma vez que a televisão passa a ser ela mesma o objeto de atenção, a notícia. Os bastidores são revelados e os modos de fazer são apresentados em gêneros, subgêneros e formatos televisivos variados. Seria a “TV espelho” (TOURINHO, 2012), com forte apelo ao entretenimento e à busca para conhecer melhor os interesses do telespectador via “interatividade” e linguagem cada vez mais informal.

No telejornalismo seria este o momento em que o público também passa a colaborar com a produção da notícia, enviando fotos, vídeos e informações sobre determinado acontecimento. Há mais de uma década, quando a revolução tecnológica ainda se popularizava, sobretudo a Internet e as mídias sociais, Wilson Dizard Jr. (2000) já analisava o impacto das novas mídias sobre a televisão. Focado na realidade norte-americana, afirmou que: “em nenhum lugar o impacto da nova mídia sobre a antiga é mais evidente do que nas emissoras de televisão” (DIZARD JR., 2000, p. 126). Principalmente a partir da última década, as empresas brasileiras de TV também passam pela mesma situação.

## 2.1 JORNALISMO PARTICIPATIVO: EM BUSCA DE UM CONCEITO

Nos idos da década de 1920 um cineasta russo chamado Dziga Vertov criou um grupo de agentes colaborativos, com habilidades em áreas diversas, em suma ligados ao ambiente cinematográfico (editores e operadores de câmera, por exemplo) para promover cinejornais. Os temas eram propostos por Vertov que, por sua vez, indicava aos colaboradores o que deveria ser filmado, em várias regiões do país. Assim, pode-se dizer que a criação colaborativa vem do cinema, em um momento histórico no qual a era digital poderia ser considerada apenas ficção científica. Entretanto, décadas mais tarde, nos anos 1980, a criação da tecnologia de *Video Home System* (popularmente conhecida como VHS) também possibilitou a democratização da produção colaborativa, promovendo a concepção de vídeos alternativos, feitos de forma independente (CANNITO, 2010).

Apesar de haver várias denominações para designar essa colaboração entre os indivíduos na produção de conteúdo, tais como jornalismo cidadão, cívico, *grassroots*, comunitário e *open source* (de código aberto), cada um destes termos possui particularidades e não devem ser tomados como sinônimos para um mesmo movimento. O jornalismo *open source*, por exemplo, estaria ligado aos processos de produção colaborativa noticiosa, por parte dos usuários, através de *softwares*, como plataformas *wiki*, por exemplo (BRAMBILLA, 2005). Há também a denominação *user-generated content* (UGC), em tradução livre “conteúdo gerado pelo utilizador” segundo a qual os leigos também podem colaborar com os profissionais na elaboração de conteúdo, voltado especificamente para a Internet (SILVA, C., 2011).

O jornalismo *grassroots* (gíria de origem inglesa sem tradução literal) designa as ações desenvolvidas por indivíduos pertencentes às camadas periféricas, que agem de forma autônoma. Quem atua com esta modalidade geralmente defende a inclusão destas camadas nas novas mídias (FOSCHINI & TADDEI, 2006). No Brasil há exemplos que poderiam ser inseridos nesta prática, como é o caso da *TV Muro*<sup>36</sup>, bem como o estudante e blogueiro Rene Silva que em 2010 narrou, em tempo

---

<sup>36</sup> Os programas antigos da *TV Muro* podem ser assistidos pelo blog (<http://blogdatvmuro.blogspot.com.br/>), *Twitter* (<http://twitter.com/tvmuro>) e canal da *TV Muro* no *Youtube* (<http://www.youtube.com/chiquinhotvmuro>). Acesso em: 10 de outubro de 2012.

real, a ocupação da polícia no Complexo do Alemão, onde morava (RENE..., 2010).

Já o jornalismo comunitário dialoga com a cidadania na produção das notícias, em um esforço de promover a democracia informativa. O jornalismo cívico ou público, por sua vez, termo criado pelo professor norte-americano Jay Rosen no final da década de 1980, é um movimento que trabalha com a ideia de usar o jornalismo como base para o reforço cidadão. Nele há um engajamento por parte do indivíduo, conforme ressaltado por Amorim (2009).

Outro termo cunhado por Jenkins (2008) é o de cultura participativa, onde o indivíduo integrante do público, encarado como consumidor da informação, também age ativamente na produção midiática, colaborando com jornalistas de formas variadas. O jornalismo cidadão, por sua vez, é entendido como a prática que envolve atitudes cidadãs a partir do engajamento das pessoas que fazem parte de uma comunidade e que decidem atuar, também, na produção de notícias em plataformas variadas: internet, rádio, impresso, TV, etc. (FOSCHINI & TADDEI, 2006).

Por fim, o conceito de jornalismo participativo, que passa a ser usado com mais frequência nos primórdios da Internet, na década de 1990, popularizando-se com o advento dos *blogs* e outros meios sociais de comunicação na década de 2000. Está inserido no chamado Jornalismo 3.0, movimento no qual há a sociabilização do conteúdo e dos próprios meios onde essas informações são veiculadas (VARELA, 2007). Principalmente na década de 2000 houve um crescente uso do recurso por parte dos meios tradicionais, como os jornais impressos, revistas, rádio e a própria televisão. Esta última deixa de ser exclusivamente um meio unilateral, possibilitando modos de interação e inserção do público telespectador na produção da notícia, porém de forma limitada, uma vez que o poder de selecionar e editar o que será ou não veiculado continua nas mãos dos jornalistas.

No caso particular do jornalismo participativo, essa participação seria encarada por alguns pesquisadores como desprovida de ativismo, de engajamento:

o jornalismo participativo está desprovido de uma munção democrática ou do senso de cidadania que caracteriza o jornalismo cidadão (...) os utilizadores vestem-se mais de uma indumentária social do que política, evocando a necessidade de

pertencer a uma comunidade de partilha, laços sociais e interação. (SILVA, C., 2011, p. 4)

Todos os termos, no entanto, são unânimes ao se basearem na questão da colaboração dos usuários, muitas vezes leigos no que diz respeito às técnicas jornalísticas, para fomentar a produção de conteúdo. Aqui se utiliza, contudo, o conceito jornalismo participativo para designar a participação dos telespectadores especificamente no objeto empírico analisado, uma vez que por estarem vinculados à emissora como funcionários, não se adequariam, portanto, às particularidades apresentadas nos outros termos descritos<sup>37</sup>. Ou seja, o jornalismo participativo praticado no *Parceiro do RJ* é aquele no qual os participantes são selecionados, capacitados e remunerados pela emissora. Eles atuam na produção da notícia, supervisionados por jornalistas durante o processo, desde a reunião de pauta, produção da matéria, edição do material colhido (áudio, vídeo e texto; passível de verificação e apuração por parte dos profissionais) e posterior veiculação no telejornal.

Cabe esclarecer quem seria esse telespectador nos dias de hoje. De acordo com teorias como a da Agulha Hipodérmica (MATTELART & MATTELART, 2007), por exemplo, e as demais que dialogam com essa perspectiva de analisar os efeitos dos meios de comunicação sobre o público, acreditava-se que o espectador (público em geral dos *mass media*) apenas “consumia”<sup>38</sup> o conteúdo apresentado, incapaz de compreender, de interpretá-lo, passível, portanto, de manipulação. No cenário televisivo brasileiro, o telespectador que possivelmente se encaixaria neste perfil seria aquele que assistiu as primeiras transmissões da televisão. A participação nesse caso se restringia à reatividade, quando o telespectador dispunha de meios limitados para

---

<sup>37</sup> Além disso, não é possível saber, apenas ao assistir os vídeos, qual a motivação destes participantes para se candidatarem às vagas disponíveis para o quadro *Parceiro do RJ* (se a motivação se deu por conta da visibilidade, salário ou ato cidadão, ou ainda a mescla desses três fatores). Um dos motivos que justificam a realização das entrevistas, especialmente a feita com Ventura (2012).

<sup>38</sup> Nesta perspectiva, adota-se o termo “consumo”, considerando a notícia como um produto comercializado, à venda, quando a indústria cultural e, neste contexto, os veículos de imprensa lucram com os produtos jornalísticos produzidos. “Vista no complexo da comunicação de massa, [a mensagem jornalística] é realmente um dos produtos de consumo da indústria cultural” (MEDINA, 1988, p. 40).

responder aos programas que lhe eram oferecidos, como a troca de canal, desligar o aparelho televisor, ou até mesmo o envio de cartas e ligações telefônicas, por exemplo. Seria o momento da “Paleotelevisão” (ECO, 1983; TOURINHO, 2012), onde apesar de querer apresentar ao emissor sua opinião a respeito da programação, o telespectador não possuía muitos recursos para tanto, tampouco a garantia de que teria sua sugestão aceita, analisada.

Com os “Estudos culturais” passa-se, então, a vislumbrar outro receptor, capaz de compreender as mensagens e conteúdo repassado pelos meios de comunicação de massa (MATTELART & MATTELART, 2007), e aqui se inclui a televisão. Neste caso, o telespectador seria encarado como mais ativo, dotado de crítica. Estaria, então, no momento em que Eco (1983) chama de “Neotelevisão”. O telespectador ainda permanece, de certo modo, em um patamar de limitação quanto às ferramentas que dispõe para interagir com quem produz televisão. O controle remoto lhe possibilita a experiência do *zapping*<sup>39</sup>. Além disso, inclui-se a existência de meios tradicionais para contatar a produção de um programa (cartas e telefonemas, por exemplo). A partir da década de 1990 o público conta também com a Internet. Ainda em processo de popularização, a Internet, nesta década, era limitada a uma opção virtual de leitura e comunicação, com canais interativos como o *e-mail* e os *blogs*, por exemplo (TOURINHO, 2012).

Já a “Hipertelevisão” (SCOLARI, 2009) é marcada pela fragmentação da tela, multiplicação de programas, aceleração no ritmo do discurso televisivo, intertextualidade, interatividade limitada e simulada, novos formatos e hibridizações. O telespectador de hoje está imerso na cultura cibernética e hipertextual, onde a “Paleotelevisão” e a “Neotelevisão” definidas por Umberto Eco (1983) passam a um segundo plano. O público vivencia outra relação com a televisão: pode assisti-la, e por meio de um *notebook*, *tablet* ou *smartphone*, comenta com outros telespectadores o que assiste. Com sua câmera portátil, fotografa acontecimentos e compartilha na *web*. A convergência altera a significação do consumidor de informação: “se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos (...). Se os

---

<sup>39</sup> Com a criação e popularização do controle remoto, o ato de trocar de canal várias vezes por meio do dispositivo ganhou um verbo próprio, chamado de “zappear”. A palavra é derivada de um termo inglês “to zap” ou “zapping”, que significa fazer algo ou ir a algum lugar rapidamente (BRAUNE & RIXA, 2007, p. 20).

antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente” (JENKINS, 2008, p. 45).

Seja por *e-mail*, redes sociais ou a criação de uma plataforma própria para que o público desenvolva uma comunicação personalizada<sup>40</sup>, os veículos considerados tradicionais como a televisão adentram esse ambiente de convergência e passam a dispor de canais alternativos com vistas a atender o público ou propor uma sensação de estar disposto a ouvi-lo, inseri-lo na produção noticiosa, atender suas demandas. O caso é que podem ou não atendê-lo: fica a critério da linha editorial adotada por cada emissora e programa. O que se percebe, contudo, é uma simulação de interação, com vistas a adequar o modelo de negócios da empresa a este atual patamar social-informativo, manter a audiência e evitar a perda de receita financeira. “Produtores que não conseguirem fazer as pazes com a nova cultura participativa enfrentarão uma clientela declinante e a diminuição dos lucros” (JENKINS, 2008, p. 51).

Nesse caso, a “Hipertelevisão” pode promover ou simular, portanto, a participação. Além de dispor de canais para interagir com os veículos, o telespectador passa a não apenas sugerir um tema a ser pautado pela imprensa, ele envia o vídeo no formato de uma matéria telejornalística, com recursos como *offs*, sonoras e passagem. O público submete o material às emissoras que podem ou não utilizá-lo. Essa inserção do público no processo noticioso é compreendida nesta dissertação como jornalismo participativo. De todo modo, neste ambiente de convergência e colaboração, os integrantes do público são alçados a um outro patamar que não o de meros telespectadores: “o público deixa de ser ‘espectador’ e se torna, também, um usuário colaborativo” (CANNITO, 2010, p. 183).

Apesar de estar imerso em um contexto no qual ainda se desconhecia o futuro da televisão no cenário de convergência e interatividade propostos, principalmente, com o advento da Internet, Cebrián Herreros (1998) sugeria as possibilidades de uma televisão

---

<sup>40</sup> Exemplo disso é a *TV Muro*, criada em janeiro de 1997 por um telespectador que encontrou um link de TV em um ferro velho de sua cidade, Sabará, em Minas Gerais. Francisco dos Santos, conhecido como Chiquinho, passou a gravar seus próprios programas em sua residência, e instalou um televisor em um buraco no muro de sua casa para que outros telespectadores da região pudessem assistir à sua programação (ALMEIDA, 2007; *TV Muro...*, 2007; LEAL & LUCHETE, 2010). Em entrevista, Francisco disse que seu desejo era o de se profissionalizar e estudar Jornalismo (AZEREDO, 2007).

interativa, em razão das modalidades e ofertas de difusão proporcionadas com a TV paga. Segundo o autor, uma televisão que possibilite a interatividade plena “admite a possibilidade de que o usuário participe no desenvolvimento das narrativas audiovisuais” desde que possa dispor de uma série de opções ofertadas pelas próprias emissoras, entre as quais “a incorporação de imagens e sons produzidos por ele e sua integração, como coautor, no desenvolvimento da história” (CEBRIÁN HERREROS, 1998, p. 110).

Para Gillmor (2004, p. 42) a Internet revolucionou a comunicação, incluindo a produção de notícias. Foi uma das responsáveis por influenciar os antigos meios de comunicação a adotarem a participação do público na produção noticiosa. Enquanto nos últimos 150 anos os meios de comunicação funcionavam seguindo a lógica de “um para muitos” (inclui-se aqui a televisão) e de “um para um” (telefone, cartas, e-mail e outras mídias sociais), a Internet por sua vez promove a comunicação de “muitos para muitos” e de “alguns para alguns”. Ou seja, os antigos receptores têm a possibilidade de ocupar papéis variados, sendo também produtores de conteúdo.

Com a popularização da Internet, o curso das possibilidades de interação entre veículos de imprensa e público teve os rumos alterados. Aliás, grande parte dos livros e pesquisas dedicados ao jornalismo participativo tem como foco as experiências realizadas no ambiente cibernético, por meio de *softwares* variados, bases de dados, plataformas *wiki*, *blogs* e outras mídias sociais (GILLMOR, 2004; BRAMBILLA, 2005; PRIMO & TRÄSEL, 2006; VARELA, 2007; JENKINS, 2008; entre outros).

Ainda no contexto da Internet, uma ferramenta virtual em especial pode ser considerada o divisor de águas no que concerne à participação do público por meio de vídeos: o *Youtube*, lançado em 2005. Após sua consolidação anos mais tarde, emissoras já fazem uso dos vídeos disponibilizados pelos usuários. Uma proposta de jornalismo participativo também foi promovida por meio do site, em parceria com multinacionais como a *Sony* e *Intel*, além do *Pulitzer Center on Crisis Reporting*<sup>41</sup>, organização sem fins lucrativos cujo objetivo é apoiar iniciativas com destaque para o jornalismo independente internacional. Chamado de *Project: Report*, o projeto era destinado a qualquer usuário, desde que não fosse jornalista profissional (DOMINGUEZ, 2009).

É fato que o jornalismo participativo também se constitui em um método economicamente viável, reduzindo custos às emissoras que, ao

---

<sup>41</sup> Disponível em: <<http://pulitzercenter.org>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.



criarem laços com telespectadores e produtores de conteúdo, em contrapartida diminuem gastos como, por exemplo, o deslocamento de equipes à áreas consideradas de risco ou de difícil acesso. “A produção colaborativa expandiu-se enormemente no setor de informações utilitárias na medida em que a participação dos usuários provou ser uma ferramenta muito eficiente para gerar serviços de valor agregado com custo mínimo.” (CASTILHO, 2009, p. 45).

A fase de transição pela qual passa o Jornalismo, do analógico para o digital, vem apontando gradualmente para que o lugar de referência do telejornalismo, um ambiente ainda fortemente determinado pelo campo da produção, passe a contar com a colaboração e a contribuição cada vez mais efetiva de um novo agente. (VIZEU & SIQUEIRA, 2010, p. 83)

As novas tecnologias e as próprias práticas adotadas pelos veículos em usar o jornalismo participativo transformam o público em agente participante do processo de produção da notícia. Os veículos também fornecem ao público a oportunidade de agirem como cidadãos. “Usuários e criadores se aproximam e podem exercer os mesmos papéis.” (CAPRINO, ROSSETTI & GOULART, 2008, p. 86).

Quando Martín-Barbero debate critérios para propor uma televisão pública, cita a necessidade que os indivíduos possuem em se ver presentes nos conteúdos exibidos, indo além da luta pela representação, mas sim à exigência de reconhecimento pelas camadas que já são vistas e ouvidas pelos veículos de comunicação. O mesmo pode ser analisado quando se fala em telejornalismo: “o que os novos movimentos sociais e as minorias (...) exigem, nem é tanto ser representados, como ser reconhecidos: tornam-se visíveis socialmente na sua diferença” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 52). Contudo, o autor destaca a necessidade de se ter em mente que a participação viabilizada principalmente com as novas tecnologias é limitada, uma participação vigiada e, por vezes, uma simulação da liberdade em participar do processo noticioso.

Isso porque nem todo indivíduo conseguirá fazer parte do processo de produção noticiosa, primeiro por questões editoriais dos próprios veículos – aqui em especial as emissoras de televisão –; segundo que, mesmo participando, haverá limitações nessa participação, seja pela supervisão dos jornalistas que editam o processo ou por outro

profissional ligado à emissora, orientado a analisar o que pode ou não ser veiculado no programa em questão. Nesse sentido, Cannito (2010) explica que há dois pressupostos presentes no mito de que todos poderão participar, independente da forma de inserção: 1) nem todos conseguirão realizar obras televisivas, uma vez que é necessário uma capacitação técnica para tanto (para operar uma câmera, editar o material produzido, etc.). Além de vontade, é preciso ter talento para a atividade; 2) nem todos os indivíduos que integram o público telespectador irão querer participar do processo de produção de conteúdo; sempre existirão os que ainda preferem consumir o que está disposto na programação. “Na cultura da convergência, todos são participantes – embora os participantes possam ter diferentes graus de status e influência” (JENKINS, 2008, p. 182). Ainda assim, existirão os que não se adequam a esses dois pressupostos e, quer seja por talento, quer seja por sua inserção na produção de conteúdo, conseguirão ultrapassar o bloqueio imposto no mercado profissional, fazendo parte do processo.

No caso desse indivíduo que participa da produção noticiosa, há algumas denominações para designá-los. Soares & Becker (2011) intitulam como telespectador-repórter o leigo que também colabora na produção da notícia para a TV. Dan Gillmor (2004), por sua vez, elenca duas expressões para designar as pessoas que participam da produção noticiosa, sendo elas “fazedores de notícia” e até “fontes”, uma vez que não só colaboram na produção do conteúdo como também são, em alguns casos, a referência inicial no desdobramento dos fatos. Caio Túlio Costa (2009) sugere outras duas definições: indivíduo-repórter, que seriam as pessoas responsáveis por algum blog na Internet e/ou site onde produzam os próprios conteúdos; que participem de alguma comunidade *online* ou mesmo portais com conteúdo colaborativo, sem qualquer ligação ou engajamento regular, ou seja, “sem nenhuma ‘preocupação social’” (COSTA, 2009, p. 244). Já o cidadão-repórter seria o oposto do anterior. Neste caso, ele atua de uma forma mais engajada, em busca de informações independentes, confiáveis. “O cidadão-repórter seria o êmulo do jornalista tradicional. Em tese, teria as mesmas preocupações morais que deveria ter o jornalista” (COSTA, 2009, p. 245).

No entanto, aqui serão chamados tanto de participantes (pelo fato de participarem do processo) quanto de telespectadores capacitados, uma vez que apesar de estarem inseridos no processo de elaboração da notícia, continuam fazendo parte do público do telejornal, bem como possuem um contrato temporário e remunerado para atuação junto à produção noticiosa. A partir do momento que são “capacitados”,

recebendo subsídios técnicos e até teóricos sobre o ofício do jornalista, já não podem ser somente encarados como telespectadores comuns. Contudo, apesar de não possuírem formação acadêmica na área, cursada em um período aprofundado tal como é realizado nas faculdades de Jornalismo, ao olhar dos órgãos fiscalizadores como os sindicatos, por exemplo, os participantes do quadro também não podem ser considerados jornalistas. Logo, ao ocupar por determinado tempo um cargo e ser capacitado em oficina para isso, este participante será encarado como um telespectador capacitado na perspectiva teórica desta dissertação.

De acordo com a tradição sociológica no estudo das profissões (KUNCZIK, 2002), há uma diferenciação sobre o que seria um emprego, uma ocupação e uma profissão. O termo ocupação é aplicado nos estudos de classe social; não se constitui apenas como um meio de ganhar dinheiro, mas uma atividade que para ser exercida precisa de capacitação e educação prévias. O emprego, no entanto, é definido como um trabalho casual, no qual o indivíduo dedica parte da vida para ganhar dinheiro à sua subsistência. Já a profissão exige três fatores:

1. a ocupação requer um conhecimento altamente especializado, adquirido por uma formação ocupacional prolongada, com base teórica; 2. a introdução à ocupação é controlada, e as pessoas que a exercem se comprometem a cumprir certos regulamentos profissionais; e 3. há uma formação de grêmio formal que representa os interesses da comunidade ocupacional, a mesma que considera como uma de suas tarefas principais o encarecimento da importância dessa ocupação em particular. (KUNCZIK, 2002, p.33)

Desse modo, os participantes do quadro podem ser chamados pelo o que aqui se conceitua como telespectador capacitado, uma vez que dispõem de treinamento e capacitação básicos para o exercício da ocupação; são supervisionados por jornalistas, responsáveis por suas atividades e matérias; e são remunerados pela ocupação, que tem um período de duração pré-estabelecido pela direção do telejornal. Em virtude do aprendizado decorrente dos treinamentos a que foram submetidos, esses telespectadores possuem um olhar diferente sobre a notícia, consumindo-a de uma maneira distinta de um telespectador comum. Esse olhar considerado diferenciado se deve ao fato de que o telespectador capacitado dispõe de conhecimento sobre determinadas

técnicas no que diz respeito à produção da notícia em telejornalismo, o que altera, portanto, o modo como irá consumir as notícias após sua capacitação/treinamento e produção.

Voltando-se ao uso do jornalismo participativo no telejornalismo, nota-se que esse tipo de iniciativa ocorre mais no telejornal regional e local do que nos telejornais de transmissão em rede, exibidos no âmbito nacional, apesar de existirem exceções como o quadro *Outro Olhar*.

A proximidade desse veículo com os assuntos e problemas comunitários intensifica a iniciativa do público em fazer denúncias, reclamações, sugestões de pautas relacionadas aos interesses da comunidade. Assim, com o intuito de chamar atenção do poder público para a resolução dos problemas de sua rua, seu bairro, sua cidade, o cidadão confirma a reconfiguração de seu papel perante o telejornal. Atualmente o cidadão e a cidadã aparecem não apenas como telespectadores passivos, ou como entrevistados ou personagens nas matérias. (SILVA, J., 2012, p. 11)

Por isso, o telejornal local ou regional seria o ambiente mais propício a experimentações, além de evocar a proximidade junto ao público, atendendo à comunidade na resolução de problemas diários (COUTINHO, 2008).

## 2.2 EXEMPLOS DE JORNALISMO PARTICIPATIVO EM TELEJORNAIS

No cenário televisivo internacional uma ação que pode ser mencionada é a da *Deep Dish TV* que, apesar de não se ater especificamente a informações jornalísticas, contribui para mudar a opinião pública norte-americana sobre fatos de grande repercussão no jornalismo. O projeto de mídia alternativa proposto desde 1986, considerado por eles próprios como “a primeira rede nacional *Grassroots* via satélite”<sup>42</sup> dos Estados Unidos, tem por objetivo impulsionar a produção de conteúdo de forma colaborativa. Trabalham com temáticas e recebem materiais de vários lugares, incluindo outros

---

<sup>42</sup> “The First National Grassroots satellite network”, conforme descrito em seu site. Disponível em: <<http://www.deepdishtv.org>>. Acesso em: 14 de abril de 2013.

países. O material recebido é editado e transmitido via satélite, sendo também usados por emissoras de TV. Uma das maiores repercussões promovidas pelo projeto foi a de vídeos realizados sobre a Guerra do Golfo, fornecendo à opinião pública uma visão diferente da repassada pelas emissoras sobre o mesmo fato (CANNITO, 2010).

Conhecido por incentivar o engajamento cidadão em movimentos socioambientais, o ex-vice-presidente dos EUA *Al Gore* lançou em 2005 um canal de notícias exibido na TV a cabo chamado *Current*. A proposta era motivar a participação do público, principalmente jovens, a atuarem como jornalistas cidadãos, participando da produção do conteúdo de cunho variado, incluindo jornalístico, além de se envolverem com a seleção do que iria para o ar e a divulgação. Os interessados em participar deveriam produzir os vídeos, fazer o *upload* no site do canal e disponibilizar o vídeo para exibição e votação aberta. Os votados eram exibidos no canal de televisão (JENKINS, 2008). Em 2013 o canal foi vendido para a TV *Al Jazeera*, considerada a maior emissora de conteúdo telejornalístico do Catar<sup>43</sup>.

Embora não se restringisse ao conteúdo telejornalístico, um dos exemplos brasileiros semelhantes ao praticado na *Current TV*, no que diz respeito à colaboração dos internautas/telespectadores, foi a *FizTV*, emissora fundada pelo *Grupo Abril* em julho de 2007. Exibido pela TV paga, o canal possuía a programação feita exclusivamente com o auxílio de vídeos enviados por parte do público pela Internet. Antes de sua exibição, porém, os vídeos eram colocados à disposição dos internautas para serem avaliados e votados. Os mais votados eram posteriormente apresentados no canal de televisão. Não havia a mediação de apresentadores. Os vídeos eram organizados em blocos temáticos, semelhante à ideia de programa: *Fiz.Humor*, com vídeos humorísticos; *Fiz.Lugares* com vídeos de turismo; *Fiz.Anima*, sobre animação e *Fiz.Tura*, no qual eram exibidos os vídeos que não se classificavam nos anteriores (NEVES, 2007). A iniciativa, todavia, não durou muito tempo. Em virtude dos baixos índices de audiência à época pela dificuldade de distribuição do canal em outras operadoras de TV paga, a *FizTV* deixou de ser transmitida em 30 de junho de 2009 (PADIGLIONE, 2009).

---

<sup>43</sup> Disponível em:

<<http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2013/01/02/current-tv-near-sale-to-al-jazeera-likely-500-million-deal-for-al-gore-and-co/>>. Acesso em: 19 de abril de 2013.

Considerada uma referência no telejornalismo mundial, a rede norte-americana *Cable News Network* (CNN) também aderiu à onda de interatividade com o público, propondo inicialmente em seu site uma seção na qual os internautas podem produzir vídeos e enviá-los. O material é posteriormente inserido na página virtual da empresa. Chamado de *iReport*,<sup>44</sup> a ideia da iniciativa, criada em agosto de 2006<sup>45</sup>, é convidar as pessoas para enviarem suas histórias, sobre diversos temas. De acordo com informações disponíveis no site, os vídeos não são editados. Apenas são verificados por jornalistas aqueles vídeos que contêm fatos urgentes e considerados relevantes para serem exibidos também na TV. "Na CNN acreditamos que olhar para a notícia de diferentes ângulos nos dá uma profunda compreensão do que está acontecendo"<sup>46</sup>. Este modelo seria, portanto, uma das ações pioneiras da participação do público pela qual os internautas e telespectadores podem não só enviar um conteúdo audiovisual que será divulgado no site, como também pode ser exibido na emissora de TV internacional.

Uma das ações pioneiras voltadas para a prática do jornalismo participativo em telejornais brasileiros é o quadro *Outro Olhar*<sup>47</sup>, veiculado no telejornal *Repórter Brasil*, da *TV Brasil*. Criado em dezembro de 2007, no quadro são exibidos vídeos de temas variados, enviados por telespectadores de várias partes do Brasil. Os vídeos são enviados pelo site do quadro ou do telejornal<sup>48</sup>, ou ainda por *e-mail*. Para tanto, basta que o telespectador forneça além do material, informações como *e-mail*, título, ano de produção do vídeo (pode ser matéria factual, documentários ou de outro tipo), sinopse e nome dos realizadores/diretores responsáveis por produzi-lo, além de aceitar os termos de uso<sup>49</sup>. O material enviado está disponível tanto no site do

---

<sup>44</sup> Disponível em: <<http://ireport.cnn.com/>>. Acesso em 17 de abril de 2013.

<sup>45</sup> Disponível em: <<http://edition.cnn.com/2007/US/08/01/ireport.first.year/index.html>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

<sup>46</sup> "At CNN we believe that looking at the news from different angles gives us a deeper understanding of what's going on." Trecho e informações disponíveis no site do *iReport*, na página *About CNN iReport*. Disponível em: <<http://ireport.cnn.com/about.jspa>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

<sup>47</sup> Disponível em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/outroolhar>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

<sup>48</sup> Disponível em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

<sup>49</sup> Disponível em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/flat/termos/>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

quadro quanto em seu canal no *Youtube*<sup>50</sup>. O *Repórter Brasil* mantém, ainda, um canal interativo com os telespectadores chamado *Pergunta do Dia*, pelo qual também é possível enviar vídeos com perguntas ou opiniões, mas tem sido subutilizado. Ao invés de vídeos, o espaço deu lugar à interação via *Twitter*<sup>51</sup> ou *Facebook*<sup>52</sup>, porém ainda mantém em aberto o recebimento de vídeos.

Além do próprio objeto empírico analisado adiante, outra proposta que chama a atenção nesse sentido em um telejornal de transmissão local e/ou regional é praticado no *Paraná TV 1ª Edição*. O telejornal é exibido pela *Rede Paranaense de Comunicação* (RPC), emissora afiliada à *Rede Globo* no estado do Paraná. No programa é veiculado o quadro *Na Hora Certa*<sup>53</sup>, onde são apresentados vídeos enviados por telespectadores. O material enviado geralmente contém flagrantes em vídeo de determinados acontecimentos, que englobam o clima em regiões do estado paranaense, acidentes e demais fatos considerados noticiáveis. O texto, geralmente lido pelos apresentadores por nota-coberta, não é necessariamente provido pelos telespectadores, com caráter meramente descritivo acerca da imagem audiovisual (RUDEK & PEREIRA, 2012). Neste caso, a interação é reativa e limitada, uma vez que o telespectador apenas sugere, via envio do material, determinada pauta que pode ou não ser utilizada pelo programa jornalístico em questão.

Assim como a emissora paranaense, outras emissoras afiliadas da *Rede Globo* promovem em suas páginas na Internet (com chamada propondo "interatividade" nos programas jornalísticos na televisão) espaços cujo foco seja a interatividade reativa (PRIMO, 2000), via enquetes ou o envio de sugestões de pauta e de vídeos, promovendo a convergência entre Internet e televisão. Alguns telejornais de transmissão em rede da emissora também dispõem dos mesmos canais em suas páginas na Internet. Em pesquisa junto aos sites das emissoras,

---

<sup>50</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/user/outrolhar?feature=watch>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

<sup>51</sup> Perfil do jornal no *Twitter*: <http://twitter.com/reporterbrasil>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

<sup>52</sup> Perfil do telejornal no *Facebook*:

<http://www.facebook.com/reporterbrasilnarede>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

<sup>53</sup> Para enviar os vídeos, os telespectadores devem preencher um cadastro e anexar o material. Disponível em: <<http://www.rpctv.com.br/na-hora-certa/>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

baseados no portal de notícias da *Globo, G1* ([www.g1.com.br](http://www.g1.com.br)), constatou-se outros exemplos que valem ser apresentados.

A *Rede Amazônica*, no Acre, mantém em sua página a editoria *Fala Comunidade*<sup>54</sup>, pela qual os internautas/telespectadores podem participar de enquetes para ajudar a definir qual matéria será contemplada e posteriormente exibida no *Acre TV*, programa jornalístico da emissora. Já na *TV Anhanguera*, de Goiás, pelo site<sup>55</sup> o público pode participar da editoria *Quero ver na TV*<sup>56</sup>, do *Jornal Anhanguera 1ª Edição*. A sugestão de pauta, se aceita, pode ser transformada em reportagem, produzida pelos próprios repórteres do telejornal.

A afiliada *TV Morena*, de Mato Grosso do Sul, mantém em seu site<sup>57</sup> uma página com um formulário<sup>58</sup> por meio da qual os internautas/telespectadores podem enviar sugestões de pauta, além de promover críticas ou elogios sobre a programação. Por sua vez, a *TV Rede Clube* do Piauí promove entre os telespectadores o concurso *Caçadores de Reportagens*<sup>59</sup>. A proposta está em sua terceira edição e tem o objetivo de fomentar a busca de pautas relevantes, produzidas em forma de vídeo, a fim de celebrar os 40 anos da emissora. De acordo com o edital<sup>60</sup>, para participar da seleção o internauta/telespectador deve ter acima de 12 anos de idade, produzir uma reportagem audiovisual com até um minuto de duração, com tema livre. O material pode ser ou não editado e deve posteriormente ser enviado para a emissora, juntamente com uma ficha de inscrição. As matérias selecionadas são exibidas nos telejornais da emissora.

---

<sup>54</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/ac/acre/>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

<sup>55</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/goias/>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

<sup>56</sup> Disponível em: <<http://www.tvanhanguera.com.br/programacao.php?formulario=3>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

<sup>57</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/mato-grosso-do-sul/>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

<sup>58</sup> Disponível em: <<http://rmtonline.globo.com/institucional.asp?p=1&em=3>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

<sup>59</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2013/04/abertas-inscricoes-para-3-edicao-do-cacadores-de-reportagens.html>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

<sup>60</sup> Disponível em: <[http://estaticog1.globo.com/2013/04/11/edital\\_cacadores\\_etapa\\_3.pdf](http://estaticog1.globo.com/2013/04/11/edital_cacadores_etapa_3.pdf)>. Acesso em: 17 de abril de 2013.



A *TV Globo São Paulo*, co-geradora de conteúdo juntamente com a *TV Globo Rio* e *TV Globo Brasília*, também mantém no site<sup>61</sup> duas editorias chamadas *VC no SP* e *SP Comunidade*, por meio das quais os internautas/telespectadores podem enviar desde vídeos a sugestões de pautas que, se selecionadas, poderão ser exibidas em uma das edições do *SPTV*, além de possuir uma versão do quadro *Parceiro do SP*. A *TV Globo Brasília*, que também possui o quadro *Parceiro do DF*, dispõe de outros canais de interação reativa, como é o caso do *Sem noção*<sup>62</sup>, por meio do qual o internauta/telespectador pode enviar vídeos com flagrantes inusitados da cidade.

No caso dos telejornais de transmissão em rede da própria *Rede Globo* vale destacar alguns canais interativos disponíveis para o recebimento de material produzido pelo público telespectador. Três telejornais, o *Bom Dia Brasil*, *Jornal Hoje* e *Jornal da Globo* possuem em seus sites páginas pelas quais o público telespectador/internauta pode enviar sugestões de pauta, fotos e materiais audiovisuais com denúncias e outros registros, que serão posteriormente avaliados pelos jornalistas de cada programa. Tanto o telejornal matutino quanto o vespertino e noturno possuem em seus sites páginas intituladas *Vc no Bom Dia Brasil*<sup>63</sup>, *VC no JH*<sup>64</sup> e *VC no JG*<sup>65</sup>, por meio das quais o público pode enviar o material, tendo que, antes, se identificar por meio de cadastro feito no próprio site. Em tais páginas é disponibilizado um texto padrão, no qual são descritas as instruções para participação: leitura e aceitação dos termos de uso do site, especificações técnicas de formato e tamanho dos vídeos e fotos submetidos e a identificação do usuário por meio de cidade, estado e data de produção do material. É informado, ainda, que o material cedido poderá ser usado tanto no telejornal quanto na Internet (na *web* o vídeo poderá ficar disponível durante um período de até seis meses; já fotografias e textos cedidos

---

<sup>61</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

<sup>62</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/distrito-federal/>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

<sup>63</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/colaborativo-vcnobomdiabrasil.html>>. Acesso em: 14 de maio de 2013.

<sup>64</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/colaborativo-vcnojornalhoje.html>>. Acesso em: 14 de maio de 2013.

<sup>65</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/colaborativo-vcnojornaldaglobo.html>>. Acesso em: 14 de maio de 2013.

estarão disponíveis na Internet por tempo indeterminado, de acordo com informações nas próprias páginas).

Estes são apenas alguns exemplos de como a participação vem sendo incorporada à televisão e, especialmente, no telejornalismo (ou na convergência entre televisão e Internet, e os espaços garantidos pelos telejornais na *web*). Todavia, no campo científico há uma preocupação em não se adotar a participação pura e simplesmente, sem a supervisão de profissionais devidamente capacitados para auxiliar o indivíduo participante nesse processo, a fim de resguardar aspectos éticos presentes na rotina produtiva jornalística bem como do próprio Jornalismo enquanto instituição social (VIZEU & SIQUEIRA, 2010).

A participação do telespectador pode ser considerada como um modo de incorporar esse ator social no processo noticioso, indo além do telespectador no texto como fonte, entrevistado (LACALLE, 2001; MOTA, 2012). Permitir sua participação corresponde ao cenário atual vivenciado tanto pelo público quanto pelos veículos de imprensa. Apesar de recente e ser apontado como inovador, não se pode afirmar até quando e de que modo o jornalismo participativo continuará sendo adotado.

Nesse contexto, é necessário analisar o telejornal contemporâneo e sua relação com o público, e a qualidade do jornalismo produzido. A respeito disso, considera-se como telejornal de qualidade aquele que promove a diversidade de temas tratados, a polifonia de vozes e atores sociais na elaboração das notícias, visando a contextualização e aprofundamento dos temas nos telejornais (BECKER, 2005; 2009; 2012).

A diversidade devida na representação dos acontecimentos do telejornalismo visa enriquecer os perfis sociais representados pela mídia e, ao mesmo tempo, democratizar o acesso de grupos excluídos ou com pouco espaço de fala nos telejornais. A inclusão de novos atores sociais no telejornalismo corresponde ao reconhecimento dos seus lugares de fala, como capazes de despertar interesse do público e, ao mesmo tempo, representá-lo da maneira mais ampla possível. (SOARES & BECKER, 2011, p. 5)

Não significa dizer, porém, que apenas a inserção de uma gama de atores sociais tanto como telespectador no discurso textual e visual como na produção noticiosa seja a chave para que o público seja ativo.

Tanto ou mais ativo será o público que souber não só participar desse processo, acompanhando o jornalista e o auxiliando na produção do relato noticioso, como ser mais crítico ao consumir a informação (GÓMEZ, 2008; FONTCUBERTA, 2008).

Na era digital e da convergência entre as mídias, com a possibilidade de inserção do público no processo de produção do conteúdo, os objetivos da educação midiática devem ser repensados, principalmente no que diz respeito às crianças, adolescentes e jovens. Nesse cenário, os adultos, sendo pais ou responsáveis, possuem um papel fundamental na formação dos novos consumidores de informação, e devem receber informações para ensinar aos filhos como podem consumir as mídias. É a educação para o letramento midiático (JENKINS, 2008).

Pais, por exemplo, recebem muitos conselhos sobre se devem ou não permitir que seus filhos tenham uma TV no quarto ou quantas horas por semana de consumo de mídia devem permitir aos filhos. Contudo, não recebem quase nenhum conselho sobre como podem ajudar os filhos a construir uma relação significativa com as mídias. (JENKINS, 2008, p. 328)

O telejornal como local de estabilidade, fonte de saber e de entretenimento (COUTINHO, 2012) com qualidade necessita de telespectadores mais engajados, e não apenas de um padrão estético referencial para outros programas similares ou por contar em sua produção com o auxílio de profissionais devidamente capacitados com subsídios técnicos e teóricos nas faculdades de Jornalismo – apesar de se defender aqui a importância da existência destes na produção, edição, supervisão e mediação do relato noticioso na televisão. Também será de qualidade o telejornal que contar com um público receptor capaz de interpretar e compreender as informações consumidas, apoiado também por um letramento midiático, como Jenkins (2008) sugere. Um telespectador ativo se torna importante tanto no que diz respeito à participação e interação com os produtores do telejornal quanto com a capacidade de criticar e analisar o conteúdo recebido, caso o telejornal tenha canais bidirecionais de comunicação para ouvir o público. Um telespectador capaz de cobrar de quem produz jornalismo uma informação adequada, condizente com os anseios da coletividade, mas ciente das limitações na rotina profissional jornalística. Todavia, quem

deveria guiar esse letramento midiático são os próprios jornalistas em conjunto com a sociedade:

se os jornalistas pretendem continuar sendo uma referência informativa, é obrigatório e inadiável o compromisso com a busca de um novo modelo. Trata-se de uma responsabilidade social porque no momento atual as pessoas ainda estão descobrindo as vantagens e obrigações resultantes do acesso às novas tecnologias de comunicação (...). Portanto cabe a nós, jornalistas, desenvolver uma nova identidade profissional voltada especificamente para o novo tipo de relacionamento com o público imposto pela era digital. (CASTILHO, 2012)

A adesão da participação dos telespectadores, porém sob a supervisão de profissionais, é necessária para a garantia da ética jornalística, uma vez que se subentende que os jornalistas sejam aptos para o exercício da profissão, considerando seu aporte teórico e técnico adquirido no campo acadêmico. Apesar de dialogar sobre o ambiente *online*, Gillmor (2004) também enfatiza a importância de o público produtor de conteúdo andar lado a lado com profissionais, estes últimos aptos a praticarem um jornalismo com isenção, objetividade e ética, cuidando para que as notícias não sejam tendenciosas.

O autor ressalta, por exemplo, o papel do editor, fundamental para pôr ordem nas sugestões de pauta enviadas, bem como verificar a triagem dos fatos feita pelos repórteres junto às fontes que também colaboram no processo. “Podemos ajudar o novo jornalismo a compreender e a valorizar os princípios éticos, a importância de merecer a confiança do público e o profissionalismo. Não podemos, e não devemos, afastarmo-nos deles” (GILLMOR, 2004, p. 140).

Mesmo com a não obrigatoriedade do diploma, ainda é consenso, principalmente no meio acadêmico, da importância das faculdades de Jornalismo na formação e aprendizado de saberes específicos peculiares dos jornalistas. Buscar a formação acadêmica não garante ao jornalista apenas um diploma. Isso porque a capacitação destes profissionais não preenche apenas técnicas para o exercício da prática, mas saberes específicos, tanto deontológicos quanto cognitivos, necessários para a construção de valores profissionais e éticos pertinentes à profissão. O jornalismo não se dedica apenas a reprodução de conteúdo, mas também à reflexão teórica para a evolução e melhoria constante da prática (BENEDETI, 2009).

O uso de determinadas técnicas ou mesmo acepções a respeito sobre determinado fato e a forma como será apresentado ao público requer uma série de habilidades. Subentende-se que um jornalista, formado em uma faculdade de Jornalismo, detenha a aptidão para tanto. “Portanto, será oportuno considerar a presença do jornalista por detrás de qualquer operação técnica”, uma vez que é “o jornalista quem dá a orientação e o enfoque da informação e que a técnica deve se por a este serviço” (CEBRIÁN HERREROS, 1998, p. 77).

Além disso, ter os jornalistas como referência e fazer com que eles priorizem a educação profissionalizante e a encorajem pode incentivar os cidadãos e telespectadores que desejam participar deste processo a também optarem pela profissionalização. Três casos de participantes do quadro *Parceiro do RJ* podem ser citados como exemplo desta afirmação. Na matéria de despedida da dupla de *parceiros* da Rocinha<sup>66</sup>, a telespectadora Cecília Vasconcelos, que participou do quadro, diz à repórter que deseja estudar Jornalismo para seguir a carreira. Em outros dois casos, os participantes já são estudantes de Jornalismo: Felipe Saldanha, que representou a região de São Gonçalo<sup>67</sup> e Luana Rodrigues, da dupla representante da região de Copacabana<sup>68</sup>. Portanto, apesar de aceitar a colaboração dos telespectadores, é o jornalista quem ainda dará a avaliação final do que é ou não relevante para ser noticiado ao público específico do programa, de como será exibido e inserido nas reportagens.

---

<sup>66</sup> Matéria “Dupla de *Parceiro do RJ* se despede das reportagens feitas na Rocinha” publicada no site do quadro em 10 de agosto de 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/08/dupla-de-parceiro-do-rj-se-despede-das-reportagens-feitas-na-rocinha.html>>. Acesso em: 26 de setembro de 2012.

<sup>67</sup> Matéria “Dupla de São Gonçalo se despede do projeto *Parceiros do RJ*”, publicada em 8 de agosto de 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/08/dupla-de-sao-goncalo-se-despede-do-projeto-parceiros-do-rj.html>>. Acesso em: 26 de setembro de 2012.

<sup>68</sup> Matéria “Dupla de Copacabana se despede de projeto *Parceiro do RJ*”, publicada em 15 de agosto de 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/08/dupla-de-copacabana-se-despede-de-projeto-parceiro-do-rj.html>>. Acesso em: 26 de setembro de 2012.



### 3 MODOS DE ENDEREÇAMENTO NO QUADRO *PARCEIRO DO RJ*

Neste capítulo toma-se como foco o quadro *Parceiro do RJ*, exibido no *RJTV 1ª Edição*, exibido no horário do almoço na *TV Globo Rio*. Antes de iniciar a análise sobre o objeto empírico, faz-se relevante uma remontagem histórica a respeito da emissora e do programa no qual o quadro está inserido.

Inaugurada em 26 de abril de 1965, a *TV Globo Rio de Janeiro* (conhecida como *TV Globo Rio*) é a cabeça de rede da *Rede Globo*, de onde é produzida grande parte da programação exibida nacionalmente (alguns programas também são feitos em outras emissoras, como o *Jornal Hoje* e *Jornal da Globo*, ambos produzidos na *TV Globo São Paulo* e parte do *Bom Dia Brasil*, feito pela *TV Globo Rio* em parceria com a *TV Globo São Paulo* e a *TV Globo Brasília*). No âmbito local, a emissora veicula na região metropolitana do Rio de Janeiro o telejornal *Bom Dia Rio* e o telejornal *RJTV*, este último veiculado em duas edições<sup>69</sup>. Atualmente abrange uma área de cobertura composta por mais de 11 milhões e 700 mil telespectadores potenciais, espalhados em mais de 3 milhões e 800 mil domicílios com um ou mais aparelhos televisores. Os principais municípios abrangidos são Rio de Janeiro, Duque de Caxias, Niterói, São João de Meriti, Itaboraí, Nilópolis, São Gonçalo, Nova Iguaçu, Belford Roxo, Magé, Mesquita e Queimados<sup>70</sup>. Uma parcela significativa da audiência possui faixa etária acima de 50 anos de idade (40%); o público adolescente e jovem (compreendendo as faixas etárias de 12-17 anos, 18-24 anos e 25-34 anos de idade) compreende 32% da audiência, quando somados. Do total, 60% do público é composto por mulheres e mais da metade, 54%, se enquadra na classe econômica “C”, seguida de 32% pertencentes às classes “AB” e 14% referentes à “DE”<sup>71</sup>.

---

<sup>69</sup> Informações disponíveis em: <<http://memoriaglobo.globo.com/>>. Acesso em: 3 de abril de 2013.

<sup>70</sup> Informações do Atlas de Cobertura *Rede Globo*, disponíveis na página da Direção Geral de Comercialização em: <<http://comercial2.redeglobo.com.br/feiradeeventos16/Paginas/exibidora.aspx?exib=114>>. Acesso em: 19 de abril de 2013.

<sup>71</sup> Dados via Ibope MW *Telereport*, referentes ao primeiro semestre de 2012. Informações disponíveis em: <<http://comercial2.redeglobo.com.br/feiradeeventos16/Paginas/exibidora.aspx?exib=114>>. Acesso em: 19 de abril de 2013.

Criado em janeiro de 1983, inicialmente em uma única versão transmitida no turno da noite, o *RJTV* foi desenvolvido para apresentar notícias locais e regionais com matérias de prestação de serviço e outros comentários a respeito dos fatos mais importantes do dia. No mesmo ano ganhou outra versão, exibida às 12h40, dividindo-se, portanto, em duas edições: a primeira no horário do almoço e a segunda à noite. Esta primeira edição, contudo, foi suspensa em 1989, sendo novamente exibida a partir de 1992, existindo até hoje e com transmissão de segunda-feira a sábado, assim como a versão noturna. Atualmente o *RJTV 1ª edição* é apresentado ao meio-dia, com duração de quarenta e cinco minutos, enquanto a 2ª edição vai ao ar às 19h, com quinze minutos de duração<sup>72</sup>.

O *RJTV 1ª edição*, onde é exibido o quadro *Parceiro do RJ*, é estruturado em uma média de quatro blocos, com duração que varia de dez a doze minutos, cada. Os blocos comerciais veiculados durante sua exibição possuem entre dois a três minutos. Além disso, também possui outros quadros tais como o *RJ Móvel*. Em grande parte das vezes as notícias são seguidas de comentários feitos por especialistas fixos ou mesmo jornalistas destacados para a função de comentaristas, voltados para assuntos específicos: violência, trânsito, assistencialismo, etc. A jornalista Ana Paula Araújo é a atual apresentadora e também desempenha a função de editora-executiva da primeira edição.

O cenário, atualizado em 2011, é composto de um *Glass Studio*, estúdio de vidro localizado no último andar do prédio da sede da emissora no bairro Jardim Botânico, de onde se tem uma vista panorâmica para vários pontos importantes da capital carioca, como o Cristo Redentor, cartão-postal da cidade, e o Pão de Açúcar, entre outros pontos turísticos, reforçando o aspecto de proximidade com os telespectadores. Também há a presença de dois monitores deslizantes (que podem ser utilizados e, após seu uso, recolhidos de forma automática) no qual são apresentadas entradas ao vivo dos repórteres, bem como as reportagens (em alguns momentos, após a leitura da cabeça da matéria<sup>73</sup> feita pelo apresentador em questão). No estúdio há além da bancada um espaço para entrevistas, permitindo que os apresentadores circulem, apresentando ora à bancada (em pé) ora sentados em poltronas. Uma mesa de som e comando está disposta

---

<sup>72</sup> Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/>>. Acesso em: 16 de setembro de 2012.

<sup>73</sup> É a leitura do *lead* (também chamado de lide) feita pelo apresentador do telejornal (PATERNOSTRO, 2006).



próxima à saída. Três câmeras (com TP acoplado) são utilizadas para a captação das imagens. Três monitores também estão dispostos no teto, em frente ao local onde a apresentadora do telejornal atua, exibindo imagens de retorno.

O telejornal investe, desde 1999, no fortalecimento do jornalismo dedicado em especial à comunidade ou o que Coutinho (2008, p. 105) intitula como “jornalismo de proximidade”. Nessa época o telejornal possuía cinquenta minutos de duração. O público passou, então, a ser convidado a participar do processo de produção das notícias, inicialmente por meio de telefonemas, *e-mails* e comentários via site. Em 2000 a primeira edição do *RJTV* firma parceria com a *Central de Atendimento ao Trabalhador*, entidade ligada a *Social Democracia Sindical*, e com o *Centro de Integração Empresa-Escola* (CIEE), órgão responsável por gerir ofertas de estágio e contratar estudantes. A iniciativa fomentou maior divulgação de ofertas no mercado de trabalho, um dos temas de interesse das camadas mais populares, fortalecendo a relação do telejornal com as classes econômicas que compõem estas camadas. No ano seguinte, em 2001, grande parte das pautas eram provenientes dos telespectadores, que entravam em contato com a produção do telejornal de diversas maneiras: telefone, carta, Internet e contato com a equipe de reportagem nas ruas. Em 2002, urnas eletrônicas foram espalhadas em pontos estratégicos da capital carioca a fim de colher, por meio de votação pública, a opinião dos telespectadores para assuntos que deveriam receber maior destaque ou mesmo denúncias<sup>74</sup>.

A partir de 2005 uma nova série de iniciativas para dar voz aos telespectadores foi promovida pelo telejornal. Em abril do mesmo ano foi criada a coluna *RJ nos bairros*, na qual repórteres visitavam vários bairros cariocas para ouvir os moradores sobre queixas de problemas nas comunidades e cobrar do poder público as soluções cabíveis. Exibido diariamente, o quadro *RJ na baixada* também surgiu nesse contexto e funcionava da seguinte forma: uma base de jornalismo foi instalada na Baixada Fluminense, composta por uma equipe de dez funcionários que, inclusive, residiam na região, com a proposta de ouvir os moradores de treze municípios que compõem a localidade e apresentar suas reivindicações no quadro. Também se buscava junto às prefeituras e governo do Estado do Rio de Janeiro a resolução das queixas apresentadas. No mesmo ano também foi criado o quadro *Direito do*

---

<sup>74</sup> Informações disponíveis em: <<http://memoriaglobo.globo.com/>>. Acesso em: 3 de abril de 2013.

*Cidadão*, com informações de temas variados, como defesa do consumidor, dicas de saúde e vagas de emprego (DOMINGUEZ, 2009).

Em 2006 o telejornal estreia um outro modo de agilizar as coberturas jornalísticas, por meio de uma unidade móvel em uma motocicleta, chamada de moto-link. Nessa época, a duração do *RJTV 1ª Edição* é reduzida de cinquenta para quarenta minutos<sup>75</sup>. Em 2007 surge o *RJ Móvel*. Com proposta diferenciada, uma redação móvel circula por vários municípios da região metropolitana do Rio, com entradas ao vivo, exibindo denúncias de moradores sobre ausência de infraestrutura nas comunidades. Concomitante à realização desses quadros, outras ações foram criadas para marcar a presença dos telespectadores durante o telejornal, como foram os casos dos quadros *Disque reportagem* e *Caixa postal*, pelos quais o público enviava sugestões de pauta por telefone e e-mail, respectivamente. Os repórteres se encarregavam, posteriormente, de verificar as denúncias e cobrar, junto aos órgãos competentes, respostas para a resolução das pendências apontadas (DOMINGUEZ, 2009).

Dando continuidade às ações em prol do telespectador, surge em 2008 o quadro *VC no RJ*. Nele o público podia enviar vídeos para o site do telejornal registrando flagrantes com denúncias e problemas que aconteciam em vários pontos da cidade. Para tanto, o usuário deveria fazer um cadastro no site e preencher um formulário com informações pessoais que o identificassem. Os vídeos selecionados eram apresentados aos repórteres em reuniões de pauta, para discutir sua relevância e a qualidade das imagens. Após a escolha definitiva dos vídeos que poderiam virar notícia, a produção entrava em contato com o telespectador responsável por produzi-lo e enviava uma equipe de reportagem ao local para apurar o fato, verificando a veracidade da denúncia. Só então a reportagem era feita e o próprio telespectador aparecia como personagem da matéria. Em alguns casos participava da passagem do repórter e até narrava partes da matéria, como um *off* (DOMINGUEZ, 2009).

Em 2011 estreia o *Parceiro do RJ*, no qual telespectadores participam do quadro desempenhando as funções de repórter e cinegrafista. Em razão da forma como participam do quadro, esta seção vem sendo objeto de pesquisa recorrente em estudos. Entre eles podem-se citar as discussões de Sabadini & Mendonça (2010), Soares & Becker (2011), Becker (2012), Mota (2012) e Guimarães (2012).

---

<sup>75</sup> Informações disponíveis em: <<http://memoriaglobo.globo.com/>>. Acesso em: 3 de abril de 2013.



Figura 1: imagem da vinheta utilizada na abertura do quadro até 2011.

Fonte: *RJTV/TV Globo*

Tantas ações desenvolvidas a fim de possibilitar uma interação com o telespectador possui uma razão de ser, respaldada pelo anseio em obter audiência.

A audiência é, em última instância, a própria razão de ser do telejornalismo, pois de nada adianta fazer um bom telejornal se ele não for visto – não conquistar a atenção – do receptor. Para atender ao receptor/consumidor o telejornalismo segue em direção aos temas/assuntos que despertam a atenção do público, muitas vezes assumindo a posição de representante não eleito da população e proclamando na sua atuação a “defesa do interesse público” (...). De fato, a noção do jornalismo como um serviço público é um dos principais valores jornalísticos, e regula o próprio *ethos* da prática profissional. (TEMER, 2010, p. 104-105)

O telejornal local passa, então, a suprir a ausência de um canal de comunicação entre a comunidade e o poder público. Na medida em que há uma abertura para que o telespectador faça suas denúncias, com

problemas do local onde mora, o telejornal expande sua função de ser não somente um meio informativo, como um instrumento de prestação de serviço, razão pela qual as notícias com esta temática tenham maior destaque durante o programa (SABACK, 2005).

No caso da iniciativa proposta pelo *RJTV 1ª edição*, o quadro *Parceiro do RJ*, as funções de repórter e cinegrafista são ocupadas por indivíduos que eram, até então, telespectadores. Essa participação ocorre em um nível diferente. Ao invés de somente sugerir uma pauta, o público passa a atuar na linha de frente da reportagem, cabendo aos jornalistas fazer a apuração e supervisão do material produzido.



Figura 2: sequência de imagens da nova vinheta utilizada no quadro a partir de 2012.

Fonte: *RJTV/TV Globo*

### 3.1 *PARCEIRO DO RJ*: DA SELEÇÃO À CAPACITAÇÃO DOS PARTICIPANTES

A fim de compreender como se deu a capacitação dos participantes do quadro em sua primeira edição, bem como eram realizadas as atividades desempenhadas pela equipe responsável pelos *parceiros* (como são chamados pelos jornalistas do *RJTV*), foram realizadas entrevistas semiestruturadas – com roteiro de perguntas previamente elaborado, porém com resposta aberta (MANZINI, 2004) –,

junto à direção da *TV Globo Rio*. Um dos entrevistados, o Diretor Executivo de Jornalismo da *TV Globo* Erick Bretas, responsável por idealizar o quadro, explica a motivação da criação do *Parceiro do RJ*<sup>76</sup>:

a gente queria algum tipo de contribuição que não fosse tão esporádica, e especialmente em lugares da periferia ou favelas em que a gente percebia que pra levar a nossa mensagem aquelas pessoas queriam o nosso jornalismo, mas queriam de um jeito diferente. Elas não se identificavam tanto com o repórter que chegava com o figurino tradicional, com a linguagem tradicional. Então, pra gente levar a nossa mensagem, a gente precisava levar de um jeito diferente. (...) Acho que a maneira da gente levar a mensagem genuinamente próxima a elas é que elas próprias façam esse conteúdo. (BRETAS, 2012)

O processo seletivo foi promovido pelo departamento de Recursos Humanos da emissora, e gerenciado pela equipe de profissionais da *TV Globo*. Na primeira edição do quadro, o processo de seleção dos participantes foi estruturado em quatro fases: aplicação de prova de conhecimentos gerais, raciocínio lógico, português e redação sobre um tema específico relacionado à comunidade em que o participante residia. Após a prova e a pré-seleção de alguns candidatos, foram aplicadas dinâmicas em grupo, produção de vídeos feitos pelos próprios candidatos e, posteriormente, entrevistas com a equipe de profissionais da *TV Globo* responsável pelo *Parceiro do RJ*. As entrevistas foram, em seguida, analisadas por meio de um painel pela equipe responsável por planejar e implementar o projeto, composta pelas

---

<sup>76</sup> Por meio do *Globo Universidade* foi permitida a concessão de entrevistas junto aos responsáveis e participantes do quadro. Parte das entrevistas foi realizada presencialmente na sede de Jornalismo da *TV Globo Rio*, no Rio de Janeiro, em 22 de outubro de 2012. Outra parte foi realizada via telefone e e-mail, nos dias 26 de março de 2013 e 18 de abril de 2013, respectivamente. Ao todo foram entrevistados quatro representantes ligados ao *RJTV*: Erick Bretas, Thiago Ventura (ex-participante da primeira edição do *Parceiro do RJ*), Vera Íris Paternostro (gerente de desenvolvimento de jornalismo da *TV Globo*, responsável por coordenar a seleção e treinamento dos participantes) e Monica Labarthe (editora-chefe de projetos especiais e uma das jornalistas responsáveis por assinar as matérias veiculadas no quadro). As entrevistas estão disponíveis em apêndices.

seguintes funções: coordenador do projeto, editora-chefe do *RJTV*, jornalista apresentador do telejornal e membros da Direção Geral de Jornalismo e Esportes da *TV Globo*. A seleção da primeira edição do quadro durou dois meses, entre novembro e dezembro de 2010. O treinamento foi realizado entre os meses de janeiro e fevereiro de 2011 e em 1º de março de 2011 foi veiculada a primeira matéria produzida por uma das duplas que compuseram a primeira edição do projeto (PATERNOSTRO, 2013).

Embora as provas tivessem o objetivo de avaliar o conhecimento adquirido por cada inscrito, para a gerente de desenvolvimento de jornalismo da *TV Globo* Vera Íris Paternostro, responsável por coordenar a seleção e treinamento dos participantes do quadro, o mais importante era compreender, por meio das entrevistas e dinâmica de grupo, qual era o nível de conhecimento individual sobre a comunidade onde cada um dos participantes vivia, trabalhava e morava.

A gente estava procurando o perfil de uma pessoa que conhecesse muito a fundo a sua região, que participasse de eventos sociais, de organizações, até de trabalhos sociais, de projetos sociais, que tivesse um conhecimento do que rolasse em termos de cultura, hábito, comportamento da sua região diferencial. E isso não reflete numa prova de conhecimentos, nem de redação. Isso a gente só vai conseguir perceber se aquele candidato tem essas características que a gente queria na dinâmica, conversando com eles, vendo o que que eles trazem pra gente, e não numa prova formal. (PATERNOSTRO, 2013)

Para um dos participantes selecionados, Thiago Ventura, representante da região do Complexo do Alemão, o conhecimento acerca dos acontecimentos recentes do Brasil e, principalmente, do Rio de Janeiro e das regiões que integraram a primeira edição do projeto foi essencial para que os participantes se destacassem nas provas realizadas.

As provas foram de português, raciocínio lógico, redação... Em geral, assim, eu não senti muita dificuldade não. (...) A prova de conhecimentos gerais tinha sido feita um dia antes, eles rodaram na madrugada pro dia seguinte. Ou seja: se você não é uma pessoa que lê dificilmente você teria

passado no processo. Muita gente não sabia. Tinha pergunta de política, pra saber se você está antenado com tudo o que acontece. Mas eu achei do processo de seleção o mais difícil a dinâmica de grupo. (...) Na minha dinâmica, pra 14 pessoas disputando a vaga, a gente tinha que falar sobre o quanto a gente conhecia da nossa região, quanto tempo morava ali, o que achava das coisas que estavam acontecendo. Enfim, mostrar que você conhece realmente a região, porque eu tive essa sensação que de repente as pessoas poderiam estar só querendo aparecer na televisão e não participar do projeto de fato com a proposta dele. E aí acho que o processo de seleção foi muito isso: você mostrar o quanto você conhecia da sua região e o que você passou nela, tudo o que você vivenciou ali. (VENTURA, 2012)

Concluída a fase de testes, foram anunciadas as duplas vencedoras que iriam representar as oito comunidades iniciais. A última dupla, representando a Rocinha, foi escolhida mais tarde, entre os meses de outubro e novembro de 2011, uma vez que no início do projeto esta região ainda não havia sido pacificada pelas autoridades locais (BRETAS, 2012). As duplas passaram, então, para a fase de capacitação inicial com duração de dois meses, com reforços periódicos por meio de oficinas técnicas e teóricas.

O treinamento preparado foi amparado em duas vertentes: 1) treinamento técnico-operacional, com a proposta de fornecer noções básicas de captação de imagens, incluindo iluminação e áudio, além de enquadramento, foco, entre outros detalhes presentes em um curso de cinegrafia. Um repórter-cinematográfico experiente da emissora foi destacado para ministrar o conteúdo desta etapa, fornecendo aos participantes os subsídios necessários para a produção de uma matéria telejornalística; 2) treinamento jornalístico, momento em que foram repassados conteúdos acerca dos fundamentos do Jornalismo, sobre objetividade, entre outros fatores éticos pertinentes à área. "Eles não eram jornalistas (...). Eles precisavam ter essas noções. Então nesse treinamento a gente também deu essas noções" (PATERNOSTRO, 2013). Os profissionais entrevistados responsáveis por coordenar o projeto ressaltam um ponto em particular apresentado aos participantes durante a capacitação: o treinamento "para a vida":

Eles foram treinados tecnicamente no manuseio da câmera; foram treinados com noções de produção de roteiro; tiveram treinamento de segurança também (...) do que se deve ou não se deve fazer para preservar a segurança. E tem uma parte que a gente considera que é o treinamento deles pra vida que são questões éticas, conversas com pessoas importantes, com jornalistas, com personalidades de várias áreas que vieram aqui. Em uma frequência de quinze em quinze dias nós fazíamos uma palestra pra eles. (BRETAS, 2012)

A *TV Globo* trouxe-os para um trabalho de jornalismo colaborativo, vamos dizer assim, específico, porque não eram jornalistas, mas também ao mesmo tempo a *TV Globo* deu a eles uma formação aqui dentro pra vida que com certeza eles se transformaram bastante. (PATERNOSTRO, 2013)

Foram escolhidos dois representantes de cada região. Não havia um critério específico para a escolha de homens ou mulheres, tampouco para a composição das duplas:

a gente teve um cuidado de formar duplas com perfis complementares. Nem em todos os casos a gente conseguiu isso, mas as melhores duplas foram aquelas que a gente tinha perfis complementares. De repente alguém mais de classe média tinha um pouco mais de conhecimento das ferramentas, de vídeo, e alguém que tinha mais identificação com a comunidade, com as lideranças comunitárias, então essas foram as duplas mais interessantes. Não teve uma regra. (BRETAS, 2012)

Além do treinamento ofertado antes da execução da primeira edição, também foram oferecidas oficinas obrigatórias com conteúdo tanto técnico quanto ético, para aperfeiçoar, durante o projeto, o conhecimento adquirido pelos participantes. Para tanto, profissionais da própria emissora como de outros ramos de atividade eram convidados para a apresentação de palestras e conversas:



a gente sempre tenta trazer nos dias da reunião de pauta um palestrante, uma pessoa pra conversar com eles. Ou é um repórter, ou é uma pessoa do jurídico, ou é a fonoaudióloga, ou é uma pessoa de fora. A gente sempre mantém nesse dia (...) mais alguma coisa do que a reunião de pauta. Não que nos outros dias eles não precisem vir. Eles vêm até a emissora. Mas não necessariamente todos no mesmo horário nem todos juntos. Eles vem decupar, vem entregar fita, vem ver edição, em todos os momentos. Mas a gente mantém eles nessa reunião de pauta às segundas-feiras pra ter essa troca, ter essa variação, e fazê-los crescer mais ainda. (PATERNOSTRO, 2013)

Para o exercício das atividades as duplas receberam uma câmera de vídeo e um microfone para realizar gravações de matérias em sua região. A cada segunda-feira era realizada uma reunião de pauta, na sede da emissora, onde todas as duplas se reuniam para apresentar sugestão de conteúdo para o telejornal, bem como conversar com os jornalistas. As pautas eram analisadas pelos editores do *RJTV* e demais profissionais ligados especificamente ao quadro. Raramente os editores solicitavam alguma pauta específica; na maioria dos casos eram os participantes quem escolhiam os temas apresentados no quadro. O trabalho realizado era supervisionado por jornalistas e profissionais dos departamentos de arte e edição de imagem. A editora-chefe de projetos especiais Monica Labarthe, que também foi uma das jornalistas responsáveis por assinar as matérias produzidas pelos participantes da primeira edição, apresenta detalhes da rotina das duplas:

com as pautas decididas eles saiam pra produzir e gravar. Normalmente as funções nas duplas se revezavam: quem era repórter numa semana, seria o câmera na outra. Nós tentávamos fazer com que eles trabalhassem de fato como uma dupla. Apurando juntos, marcando as gravações juntos e discutindo a matéria entre eles. Não tínhamos *deadlines*. Eles gravavam quando era possível. Depois de o material ter sido gravado, eles decupavam o material aqui na emissora. A decupagem foi uma ferramenta importante no aprendizado. Eles percebiam melhor o que fizeram de errado, o que poderia ter sido feito

diferente e como. O material era então avaliado pelo editor que fazia uma revisão na decupagem e roteirizava. Estimulávamos que as duplas acompanhassem a edição. (...) A nossa ideia era que eles produzissem, gravassem e que fossem exibidas uma matéria por dupla por semana. Mas nem sempre isso era possível. Algumas duplas tinham mais dificuldade para produzir do que outras. (LABARTHE, 2013)

O fato é confirmado pelo o ex-participante que representou a região do Complexo do Alemão:

cada dupla tem o seu ritmo, a sua forma de trabalho. Eu sempre tive uma média de uma matéria por semana. Sempre trabalhamos pra isso. Uma vez só que a gente teve problemas na comunidade mesmo, que saiu tiro, e aí gente teve que ficar um mês sem gravar. Mas, não por nada. Ninguém nos ameaçou, a gente sabia que se a gente fosse gravar, não ia ter problema, mas é uma precaução da casa [TV Globo], a gente não se arrisca. E aí foi a única vez que a gente ficou um tempo maior sem gravar. Mas a matéria continuava indo ao ar porque tinha gaveta, matéria de gaveta. Então a gente sempre gravava, gravava, gravava. Nunca faltou matéria. (VENTURA, 2012)

Como reforçado por Ventura (2012) e destacado anteriormente por Bretas (2012), uma das normas repassadas pela emissora era de que os participantes não podiam se envolver em matérias cujo foco fosse direcionado para uma denúncia de tráfico de drogas ou qualquer outro tipo de crime, a fim de evitar riscos.

Em relação à segurança eles também foram orientados a nunca fazer nenhum tipo de matéria que pudesse colocar em risco a segurança deles, ou seja, nunca denunciar a polícia, nunca denunciar o traficante de drogas. “Se houver alguma situação de crime que precise ser denunciada na comunidade de vocês, tragam a situação pra cá que nós temos profissionais capacitados pra fazer isso. Denunciar um crime,

denunciar uma situação, denunciar qualquer coisa que seja ilegal é uma coisa que demanda uma técnica, e nós temos a técnica pra fazer isso. Não precisa fazer isso. Nós queremos de vocês outras coisas, nós queremos as histórias das comunidades de vocês”. (BRETAS, 2012)

A escolha [da pauta] obedecia a muitos critérios: a oportunidade do tema, a importância do assunto para a comunidade deles, a curiosidade do assunto. Muitas pautas de cultura ou, como diziam eles, “o lado bom” da nossa comunidade. Perfis de gente bacana, exemplos de trabalho voluntário, não havia restrição de assunto. Eles só não podiam (e isso era fundamental) cobrir nada que remotamente os colocassem numa situação de perigo ou de fragilidade. (LABARTHE, 2013)

Não havia uma predeterminação de pautas a serem cobertas. Cada dupla adotava critérios distintos para pesquisar temas que pudessem ser transformados em notícia:

bom, a gente ia pra campo mesmo, andava a comunidade inteira procurando, quando as matérias não chegavam até nós. Andava a comunidade toda nos lugares onde o acesso era mais complicado. E aí a gente analisava: “Isso aqui realmente é uma pauta, vai repercutir”. Fazia uma análise pra ver se aquilo dali era relevante. (...) no começo você tinha que mostrar matérias mais pontuais mesmo. E o grande problema de você mostrar uma matéria pontual é que de repente ela não vai interessar todo mundo que tá [sic] assistindo. E você tem que fazer todo mundo querer ver aquela matéria. O que interessa pro cara que mora em Copacabana que o acesso ao teleférico é complicado? Você tem que fazer aquilo se tornar interessante. Então chegou a um ponto que a gente não queria mais matéria simples. Então a gente começava a vasculhar pra procurar matérias um pouco mais elaboradas pra poder botar no ar. E a gente foi trabalhando dessa forma e acho que até o final a gente conseguiu manter uma coerência. (VENTURA, 2012)

Um dos diferenciais era o blog<sup>77</sup> mantido e atualizado pelos participantes. Na página virtual os jovens contavam detalhes dos bastidores de determinadas matérias realizadas. Em alguns casos, colocavam-se claramente como parte integrante do público morador dos locais representados, tal como personagens dos acontecimentos noticiados.

Os jovens, no entanto, não atuavam voluntariamente. Foram contratados temporariamente e remunerados pelas atividades. Trabalhavam quatro horas diárias, de segunda a sexta-feira. O *Parceiro do RJ* poderia ser considerado como a “profissionalização do jornalismo participativo” (SILVA, C., 2011, p. 6), quando as empresas noticiosas capacitam e instrumentalizam os indivíduos integrantes do público para auxiliar os jornalistas e colaborar na produção da notícia. Em outra vertente, esta iniciativa também poderia ser encarada como um modo de “alfabetização midiática”, de acordo com Caprino & Santos (2012), apoiadas nos estudos sobre o *media literacy*<sup>78</sup>.

Nos meses iniciais do projeto, o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro (SJPMRJ) e a Associação Profissional dos Repórteres Fotográficos e Cinematográficos do Rio de Janeiro (Arfoc) se pronunciaram em comunicado contestando a iniciativa. Em 29 de abril de 2011 as entidades formularam uma carta de repúdio, enviada posteriormente à *TV Globo*. Em um dos trechos a indignação de ambos os órgãos foi disposta como “precarização inadmissível do mercado de trabalho” (SINDICATO..., 2011).

Em resposta, a Central Globo de Comunicação emitiu nota informando que a proposta do projeto é “dar voz às comunidades para que elas retratem o seu dia a dia, naquilo que consideram importante, com a supervisão de nossos jornalistas.” Informaram, ainda, que os jovens contratados não ocuparam vagas de profissionais, mas sim que novos postos de trabalho foram gerados (SINDICATO..., 2011). Segundo Bretas (2012) legalmente os participantes foram enquadrados na carteira de trabalho como *parceiros*. Apesar das críticas dos

---

<sup>77</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/platb/rio-de-janeiro-parceiro-do-rj/>>. Acesso em: 24 de janeiro de 2012.

<sup>78</sup> O conceito de *media literacy* – abordado em estudos de Pérez Tornero (apud Caprino & Santos, 2012) – seria designado para descrever ações nas quais os usuários devem possuir um conjunto de habilidades e competências em sua atuação no campo comunicacional.

sindicatos, a primeira edição do projeto continuou entre os meses de março de 2011 e agosto de 2012.

### 3.2 ANÁLISE DOS VÍDEOS

Buscou-se identificar aspectos que comprovassem a capacitação dos participantes (e a falta de) no material produzido. O corpus desta etapa de análise foi constituído de dezoito matérias, sendo duas representando cada dupla: Campo Grande, Cidade de Deus, Complexo do Alemão, Copacabana, Duque de Caxias, Nova Iguaçu, Rocinha, São Gonçalo e Tijuca, veiculadas entre os meses de julho e agosto de 2011 e os meses de junho e julho de 2012<sup>79</sup>, compreendo as fases inicial e final da primeira edição do *Parceiro do RJ* no *RJTV 1ª Edição*. A escolha desse período atende, principalmente, a disponibilização dos vídeos para análise no site do quadro na Internet, uma vez que não foi possível assisti-los de outro modo<sup>80</sup>. Os vídeos foram escolhidos aleatoriamente, ou seja, não se quis privilegiar nenhum tipo de editoria específica.

Ressalta-se, ainda, que como não havia regularidade no número de matérias produzidas por dupla em cada mês, foi necessário assistir vídeos de um mês próximo ao mês adotado como central em ambos (julho)<sup>81</sup>. No caso da comunidade da Rocinha o período de análise é diferente. Foram analisadas duas matérias, sendo uma veiculada em janeiro de 2012 e a outra em julho do mesmo ano. Isto porque os participantes desta região foram selecionados em novembro de 2011, tendo a primeira matéria veiculada apenas em janeiro de 2012<sup>82</sup>. As

---

<sup>79</sup> Foram escolhidos oito vídeos – referentes às oito primeiras regiões representadas na primeira edição – exibidos em 2011, e dez vídeos (de nove regiões, considerando a inserção tardia em janeiro de 2012 da região da Rocinha), exibidos em 2012.

<sup>80</sup> Durante a elaboração da dissertação foram solicitadas cópias de vídeos ao Centro de Documentação Histórica (Cedoc) da TV Globo, departamento responsável por administrar e arquivar a produção audiovisual da emissora. No entanto, não houve resposta acerca deste pedido em particular, igualmente mediado pelo *Globo Universidade*.

<sup>81</sup> O mês de julho foi escolhido por ser considerado o último mês de produção efetiva das duplas que participaram da primeira edição do quadro. Deste modo, optou-se por também analisar o mês de julho de 2011, sendo necessário verificar a disponibilidade de vídeos em meses próximos das duplas restantes que não produziram tanto em julho/11 quanto em julho/12.

<sup>82</sup> De acordo com o levantamento *Aglomerados Subnormais* realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em dezembro de 2011, a

referências das matérias analisadas estão disponíveis em suas respectivas tabelas de análise, dispostas como apêndices. A proposta neste ponto da análise é comparar a produção de cada dupla, observando uma possível evolução – ou não – na produção e mediação das matérias, ou seja, verificar se houve mudanças entre o início e final de atuação das duplas e, posteriormente, comentando a respeito do conjunto delas.

Como o objetivo da presente dissertação também é verificar as diferenças em como os participantes do *Parceiro do RJ* produzem a reportagem, em contraponto ao trabalho realizado pelos jornalistas, foi necessário analisar duas reportagens produzidas por jornalistas do *RJTV*, vide apêndices 19 e 20. A fim de harmonizar com o período escolhido para constituir o corpus dos vídeos do quadro, foram escolhidas uma reportagem referente ao primeiro semestre de 2011 (quando o quadro foi lançado) e uma matéria referente ao segundo semestre de 2012, quando foi encerrada a primeira edição do *Parceiro*. Ambas as matérias foram veiculadas entre os meses de março de 2011 e agosto de 2012. Os dois vídeos também foram escolhidos aleatoriamente, conforme disponibilização no arquivo de vídeos do *RJTV* na Internet<sup>83</sup>, uma vez que não foi permitido outro modo de captação desse material durante a pesquisa.

Entre as metodologias já existentes e difundidas no campo da Comunicação Social bem como do Jornalismo, buscou-se um método que dialogasse com os conceitos teóricos e o objetivo adotado na dissertação para guiar a análise dos vídeos. Optou-se por utilizar a perspectiva dos Modos de Endereçamento (GOMES, 2011) por considerar dispositivos que dialogam com o discurso televisivo e seus gêneros e/ou subgêneros e formatos.

Desenvolvido pelo *Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo da Faculdade de Comunicação e Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia*, o método considera os elementos tanto visuais quanto textuais e sonoros da linguagem televisiva, a maneira como os programas são configurados, no que diz respeito à técnica empregada e os recursos materiais utilizados em sua produção, ou seja, a forma como o discurso do programa é organizado e apresentado para o

---

Rocinha é considerada a maior favela do Brasil e do Rio de Janeiro, com cerca de 70 mil moradores (LEITÃO, 2011). Seria incongruente, portanto, deixar de fora da amostra uma região tão representativa.

<sup>83</sup> Disponível em: <<http://globoTV.globo.com/rede-globo/rjtv-1a-edicao/>>. Acesso em: 16 de abril de 2013.

entendimento do público receptor, interpretando, deste modo, a produção do programa.

Levando em conta que o gênero televisivo funciona como uma “estratégia de comunicabilidade” (GOMES, 2001, p. 8) e guiado pela perspectiva teórica e metodológica dos Estudos Culturais, o grupo desenvolveu três métodos de análise e interpretação de programas jornalísticos: estrutura de sentimento, gênero televisivo e modos de endereçamento. Tal metodologia foi criada ao assumir a premissa de que “o telejornalismo é uma forma cultural e uma instituição social, nos termos de Raymond Williams” (GOMES, 2011, p. 18). Para avaliar os vídeos do quadro *Parceiro do RJ* é de interesse, neste momento, conhecer e interpretar o modo como se endereça ao seu público, tomando, portanto, a perspectiva dos modos de endereçamento como o fio condutor da análise.

O conceito do modo de endereçamento surge a partir da análise fílmica, sendo adaptado e utilizado desde a década de 1980 para interpretar a maneira como os programas televisivos constroem sua relação com os telespectadores imaginados ou reais. No caso do telejornal, analisa-se por meio do conceito de modo de endereçamento a relação que o programa constrói seu discurso para com seus espectadores. Seria, então, a forma como é construído um determinado tom no telejornal para que se oriente a sua audiência.

A análise do modo de endereçamento associada ao conceito de gênero televisivo deve nos possibilitar entender quais são os formatos e as práticas de recepção solicitadas e historicamente construídas pelos programas jornalísticos televisivos. Na nossa perspectiva, o conceito de modo de endereçamento tem sido apropriado para ajudar a pensar como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um **estilo**, que o identifica e que o diferencia dos demais. (GOMES, 2011, p. 33) [grifo da autora]

O modo de endereçamento também considera os dispositivos semióticos presentes na linguagem televisiva: “os recursos de filmagem, edição e montagem de imagens e de som empregados pelos programas jornalísticos – e os elementos propriamente verbais” (GOMES, 2011, p. 37). Como apenas a descrição dos elementos semióticos que configuram a produção não é suficiente para a

interpretação do modo como o programa se endereça aos seus telespectadores, foram criados quatro operadores de análise: o mediador, o contexto comunicativo, o pacto sobre o papel do jornalismo e a organização temática do programa (GOMES, 2011), considerando os elementos característicos da linguagem televisiva:

- 1) *O mediador*: referente a quem são os apresentadores ou âncoras, comentaristas, repórteres e correspondentes e os vínculos que podem estabelecer com os telespectadores. O desempenho desses mediadores também é considerado neste operador de análise;
- 2) *O contexto comunicativo*: compreende o emissor e receptor da mensagem repassada, bem como circunstâncias temporais e espaciais onde/como se dá o processo comunicativo;
- 3) *O pacto sobre o papel do jornalismo*: a relação entre telejornal e telespectador, no sentido deste tipo de programa dispor de um acordo tácito do que oferecerá ao público, com a atualização dos valores e normas – objetividade, interesse público, ideia de verdade, etc. – do Jornalismo como instituição social;
- 4) *A organização temática*: implica ao telejornal a aposta em interesses e competências específicos do telespectador e na forma como organiza e apresenta suas editorias e temas na estrutura do telejornal.

É necessário ressaltar que como o objeto primordial de análise é o *Parceiro do RJ*, houve uma adequação, portanto, dos objetivos dos operadores para a observação específica do quadro. O uso do método também permitirá conhecer a estratégia utilizada no modo como a notícia é produzida e posteriormente mediada pelos telespectadores participantes. Ainda com base no método e adequando sua proposta e operadores à pesquisa, contempla-se três categorias, compreendendo:

- a) *Aspectos técnicos*: análise dos detalhes técnicos previstos das matérias (da captação e qualidade de imagem e som, sonoras, *offs*, inserção de arte, etc.); a atuação dos participantes em suas funções atribuídas (como repórter ou cinegrafista) e as diferenças e semelhanças entre o trabalho praticado por profissionais em ambas as funções;
- b) *Aspectos éticos*: análise da conduta ética dos participantes enquanto repórter e cinegrafista; do distanciamento (ou falta de); da objetividade (quem a pratica, se os participantes ou se os jornalistas do telejornal e como é marcada na matéria – como é possível constatar-la ou não); da abordagem das fontes (como é feita, se todos os lados da pauta são ouvidos e de que modo), entre outros pontos relacionados;



- c) *Conteúdo das pautas*: análise do tema das pautas; da abordagem dos participantes para o tratamento do tema e execução da pauta; dos diferenciais identificados (diferenças entre o tratamento das informações por parte dos participantes do quadro e a forma como os jornalistas – repórteres e demais profissionais – conduzem a reportagem e tratam a informação).

Essas categorias – juntamente com os operadores adotados no método – serviram para a elaboração de uma tabela padrão para a análise dos vídeos (APÊNDICE 1), por meio da qual foi possível observar e elencar as informações cabíveis para cada operador/categoria de análise. Além do uso do método durante esta etapa, também foram utilizadas as entrevistas como base para explicar eventuais pontos que não estão claramente apresentados nas matérias. Tanto o método e categorias de análise quanto a própria tabela também foram utilizados para a análise das duas matérias dos repórteres profissionais do *RJTV*, por meio da qual é feita a comparação entre o trabalho dos participantes e o dos jornalistas nesta dissertação, ressaltando, assim, aspectos diferentes entre um e outro. Com base nesses critérios, é possível identificar de que maneira foi feita a capacitação dos participantes, bem como compreender como se dá a (re)configuração do jornalista nesse contexto.

A partir deste ponto, apresenta-se a análise dos vídeos separada de acordo com os operadores de análise sugeridos no método Modos de endereçamento (GOMES, 2011) e nas categorias descritas anteriormente.

### **3.2.1 Aspectos técnicos**

Conforme explicitado, neste tópico está concentrada a análise referente aos detalhes técnicos das matérias (da captação e qualidade de imagem e som, sonoras, *offs*, inserção de arte, etc.); a atuação dos participantes em suas funções atribuídas (como repórter ou cinegrafista; quem são, como se vestem e se portam diante das câmeras) e as diferenças e/ou semelhanças entre o praticado por profissionais em ambas as funções. Emprega-se o conceito do mediador (GOMES, 2011), um dos operadores de análise previstos no método e de trechos das entrevistas realizadas, quando oportuno.

Com idades entre dezoito e trinta anos, os jovens são moradores das comunidades e municípios da região metropolitana do Rio de Janeiro, sendo eles: Campo Grande, Complexo do Alemão, Cidade de Deus, Copacabana, Duque de Caxias, Nova Iguaçu, São Gonçalo, Tijuca

e Rocinha. Embora não tenha sido um critério obrigatório, alguns dos participantes já eram estudantes de Jornalismo (BRETAS, 2012; PATERNOSTRO, 2013), enquanto outros trabalharam em profissões que não tinham ligação com a área. A integrante da dupla da Rocinha, por exemplo, era cabelereira<sup>84</sup>. Já o participante da região de Campo Grande era gari<sup>85</sup> antes de entrar para o projeto.

No caso dos participantes que atuavam como repórteres nas matérias analisadas, a informalidade era presente tanto visualmente, nas roupas e acessórios (no caso dos homens era permitido inclusive o uso de boné, vide apêndice 11), como na linguagem, marcada por sotaques e gírias. No caso da vestimenta, nota-se que enquanto alguns integrantes mantiveram os trajes joviais, com presença de estampas, uso de bermuda e tênis, ou no caso das mulheres, trajes mais despojados, como o uso de blusa de alça ou regatas, em algumas matérias analisadas (vide exemplos adiante), referentes ao ano de 2012, outros modificaram o visual incorporando trajes usados comumente por repórteres profissionais, como casacos semelhantes ao terno ou camisa social, por exemplo, também constatado durante análise das duas reportagens feitas por repórteres do *RJTV*. A participante de Nova Iguaçu (vide apêndice 15) é um dos exemplos. Na ocasião, percebeu-se que ela, inclusive, tentou adotar postura semelhante a de um repórter (com redução de gesticulações). O mesmo acontece na matéria produzida em 2012 pela dupla de Campo Grande (APÊNCIDE 10). Apesar da linguagem coloquial, o participante que atuava como repórter tentou minimizar o uso de gírias, reduziu o ato de gesticular durante a mediação da matéria, ou outras características presentes no ambiente fora do trabalho.

Além da roupa, um dos pontos que mais chama a atenção ao observar comparativamente a atuação de um repórter com a de um participante do quadro *Parceiro do RJ* é quanto à linguagem empregada no discurso. Era permitido o uso de gírias, bem como o uso de linguagem próxima ao cotidiano, como na matéria produzida em 2011

---

<sup>84</sup> Matéria “Dupla de *Parceiro do RJ* que vai representar a Rocinha é escolhida”, publicada em 16 dez. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/12/dupla-de-parceiro-do-rj-que-vai-representar-rocinha-e-escolhida.html>>. Acesso em: 3 de março de 2013.

<sup>85</sup> Matéria “Veja a dupla escolhida de Campo Grande para o Projeto *Parceiro do RJ*”, publicada em 18 de fevereiro de 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/02/veja-dupla-escolhida-de-campo-grande-para-o-projeto-parceiro-do-rj.html>>. Acesso em: 14 de janeiro de 2013.

pela dupla de Duque de Caxias (APÊNDICE 5). Na ocasião, ao perguntar para uma das fontes o que ela cozinhava, a participante desenvolveu o seguinte discurso à câmera, ao cinegrafista e ao próprio telespectador que assiste o vídeo: “Esse aqui [aponta para a panela] é o baião de dois. Felype, chega mais aqui. Mostra aqui o baião de dois. Gente, isso aqui é de dar água na boca, fala sério”. Houve casos, inclusive, onde foi constatado este tratamento não só com pessoas da comunidade, que eles conheciam previamente, quanto com fontes fora do seu círculo de amizades.

Produzida em 2011 (APÊNDICE 8), a matéria de denúncia mostra que o participante da dupla da Tijuca abordou a fonte da seguinte forma: “Sabia que você ‘tá’ [sic] parado em um local irregular, cara?”. Esta fonte em especial respondeu com rispidez à abordagem do repórter, apesar de estar em condição considerada errada (por ter estacionado em local irregular): “Por que eu vou entregar mercadoria na sua casa... Como?”. O participante, então, retruca: “Isso não justifica”, ao passo que o motorista responde: “Como é que eu vou entregar mercadoria numa residência aqui? Vou parar aonde?”. O então repórter o aconselha a procurar um local permitido para carga e descarga. O entrevistado pergunta onde seria o local. Após corte da sonora (na edição), o *parceiro* pergunta se o motorista tem ciência de que está em local irregular e se irá retirar o automóvel. O entrevistado, por sua vez, reconhece o erro mas se recusa a retirar o caminhão. O fato de o motorista ter ficado nervoso com a abordagem do participante do *Parceiro do RJ* foi lembrado pelo apresentador na nota-pé<sup>86</sup>: “O motorista ficou bravo, ein?”. Em outro exemplo, ao fazer uma das passagens da matéria sobre a história de ocupação da Rocinha (APÊNDICE 16), a participante que desempenhava a função de repórter se dirige ao telespectador da seguinte forma: “Então estamos aqui no Largo do Boiadeiro. Vem comigo, 'vamo' [sic] conhecer a famosa feira, e 'vamo' [sic] comer alguma coisa que eu sou filha de nordestino, né?”.

Outro caso curioso envolve a dupla de São Gonçalo. Na matéria da editoria de serviço produzida em 2011 (APÊNDICE 7), o participante que atuava como repórter fez uma passagem com duração muito além da desenvolvida por um repórter, de um minuto. Na tentativa de esmiuçar os problemas detectados em um posto de saúde desativado para reformas, o participante descreveu o cenário da seguinte forma:

---

<sup>86</sup> Espaço após o término de uma reportagem no qual o apresentador do telejornal narra informações complementares à matéria, ou ainda fazer alguma correção a respeito do fato tratado (PATERNOSTRO, 2006).

o estado do posto do Largo da Ideia que iria ser reformado “tá” muito ruim [sic]. Vocês podem reparar muito mato alto aqui, muita sujeira, muito lixo, é entulho; tem vaso jogado. Pra passar aqui na parte de trás também é muito ruim, continua tendo muito mato. “Tá” parecendo que eu “tô” numa câmara de biólogo, sei lá, eu “tô” numa estufa do que num posto de saúde. Tem uma cadeira jogada; tem um esgoto a céu aberto aqui, enfim, pode prejudicar com insetos, com mosquitos também (...) muito lixo, muito lixo mesmo. É um lugar que além de fora de manutenção é perigoso também pra qualquer pessoa que entrar aqui. O muro “tá” quebrado também ali na frente. Então, um grande problema aqui pro Largo da Ideia e “pros” moradores [sic] (...). (APÊNDICE 7)

Ainda sobre o uso do recurso da passagem, de um modo geral, notou-se o uso irrestrito delas, diferente das matérias feitas por repórteres profissionais. No caso dos participantes do quadro, era permitido a realização de mais de uma passagem na matéria, isso porque se evitava a gravação de *offs*, com o objetivo de não retirar a naturalidade de seu desempenho perante o ato de reportar os fatos.

As matérias não tinham textos gravados na edição. Pensamos sempre num formato em que eles narrassem tudo o que viam ou que viam os outros fazerem. Dava mais naturalidade, procurávamos um tom que aproximasse mais e os diferenciasse das matérias feitas pelos nossos repórteres. (LABARTHE, 2013)

Diferente da dupla de São Gonçalo, o que se notou, de um modo geral, foi que tanto nas matérias produzidas em 2011 quanto nas realizadas em 2012 a linguagem coloquial, incluindo o uso de gírias, era feita em excesso em matérias cujo foco fosse o entretenimento. Já naquelas inseridas nas editorias de serviço, por exemplo, evitava-se o uso excessivo de coloquialismos, apesar da falta de distanciamento nesses casos ser menor, quase nula. Esse detalhe, porém, será explicitado adiante por meio de quadros.

No caso da atuação dos participantes/cinegrafistas o que se notou é que as imagens captadas eram, em grande parte, enquadradas em plano médio e geral. Fizeram muito uso do *travelling*<sup>87</sup>, porém sem o uso de tripé (suporte para acoplar a câmera e, assim, evitar problemas durante a captação do vídeo), o que acarretou imagens tremidas, em alguns casos que poderiam deixar, inclusive, de serem utilizadas. A técnica empregada pelos cinegrafistas é corriqueira em telejornalismo. No entanto, os mais experientes sequer usam tripé, devido ao costume e treino cotidiano ao longo dos anos, o que reduz a quantidade de imagens tremidas ou inutilizáveis, diferente do que aconteceu com as matérias do quadro analisadas.

Com a proposta de observar comparativamente a vestimenta e linguagem usadas pelas duplas nos dois anos de duração da primeira edição do projeto, foram elaborados dois quadros resumidos para melhor visualização dos detalhes colhidos durante a análise dos vídeos. Necessário ressaltar o entendimento por “linguagem coloquial”. É compreendida como a informal, falada no cotidiano, diferente da linguagem formal, na qual há o uso da norma culta gramatical. Desse modo, considera-se como “coloquial reduzida” a linguagem mais objetiva, com frases curtas e claras. A linguagem “coloquial moderada”, por sua vez, seria àquela desprovida ou com uso moderado de gírias ou, ainda, com vocábulos escassos, passível de repetição de palavras em uma mesma expressão. Já a “coloquial em excesso” é, portanto, a linguagem onde foi identificado um número maior de gírias ou, ainda, com vocábulos escassos e repetição de palavras em uma mesma expressão. É possível ver exemplos dos trechos nas tabelas de análise dos vídeos, disponíveis como apêndices.

Primeiramente, o quadro referente às matérias exibidas no ano de 2011, separadas pelas duplas e as respectivas observações levantadas:

Ano	2011	
Dupla	Vestimenta	Linguagem
Campo Grande	Informal, exagerada: uso de regata, corpo desnudo na parte frontal.	Coloquial moderada
Cidade de Deus	Discreta: camisa de gola alta de cor escura.	Coloquial moderada, prejudicada pelo nervosismo da

<sup>87</sup> “Movimento de câmera para acompanhar uma cena, um objeto ou uma pessoa em andamento” (PATERNOSTRO, 2006, p. 223).

		participante, com má articulação das falas, muito rápidas, impedindo a compreensão das frases em alguns momentos
Complexo do Alemão	Jovial, entrevendo tatuagens no braço do participante já que se tratava de uma camisa de manga curta.	Coloquial moderada
Copacabana	Jovial e despojada. Matéria produzida em dois momentos: de dia - blusa regata justa, casaquinho e calça jeans; e à noite - saia jeans, camisa quadriculada e tênis.	Coloquial em excesso, talvez por se tratar de uma matéria de entretenimento
Duque de Caxias	Formal: blusa de tom escuro (roxo) com pequenos babados na manga; sem decote.	Coloquial em excesso, com uso de gírias
Nova Iguaçu	Jovial, porém mais formal: consistia em camisa quadriculada, cinto, calça jeans.	Coloquial reduzida
Rocinha	Jovial, despojada: camisa com gola V, jovial, calça quadriculada, tênis e barba por fazer.	Coloquial moderada, apesar de a relação entre os entrevistados pelo participante ser muito próxima, subentendendo que já se conheciam anteriormente,
São Gonçalo	Jovial e despojada: o participante vestia blusa preta, bermuda e tênis. Além disso, o cabelo, na altura dos ombros, reforçava seu estilo despojado.	Coloquial em excesso
Tijuca	Jovial: camiseta com estampa discreta, e como suas aparições em vídeo foram gravadas em plano médio, não foi possível visualizar o traje completo.	Coloquial moderada

Quadro 1: Descrição resumida dos detalhes acerca da vestimenta e linguagem observadas nas matérias produzidas em 2011<sup>88</sup>.

Fonte: Elaboração própria.

<sup>88</sup> Exceto a dupla da Rocinha, uma vez que esta matéria foi produzida em 2012, mas por se tratar da primeira desta dupla a ser analisada, permanece, portanto, junto com as demais matérias produzidas pelas duplas em 2011.

A seguir, o quadro referente às matérias veiculadas no ano de 2012, igualmente dividido pelas duplas e a análise da vestimenta e linguagem de cada uma:

Ano	2012	
Dupla	Vestimenta	Linguagem
Campo Grande	Jovial, porém mais formal: calça jeans, blusa azul gola polo.	Coloquial reduzida
Cidade de Deus	Informal: com presença inclusive de acessórios, como o boné, usado para trás.	Coloquial moderada
Complexo do Alemão	Informal (blusa quadriculada em tons pastel; como acessório, par de argolas nas orelhas).	Coloquial moderada
Duque de Caxias	Formal: camisa social preta. O enquadramento em vídeo era em plano médio, impossibilitando ver o resto da vestimenta usada pela participante.	Coloquial moderada
Copacabana	Formal, se comparada com outras dupla: casaco semelhante a um terno feminino e calça jeans.	Coloquial moderada
Duque de Caxias	Formal: camisa social preta. O enquadramento em vídeo era em plano médio, impossibilitando ver o resto da vestimenta usada pela participante.	Coloquial moderada
Nova Iguaçu	Formal: veste um terninho sobre camiseta informal, estampada, na tentativa de tornar-se mais formal em vídeo.	Coloquial em excesso, com forte sotaque
Rocinha	Como se tratou de uma matéria atípica, com o revezamento entre repórter/cinegrafista em ambas as funções, foi possível ver ambos os participantes em vídeo. A vestimenta de ambos era informal (ela usou blusa vermelha decotada e calça jeans enquanto ele vestia blusa preta com grafismos estampados e calça jeans).	Coloquial em excesso, com uso de gírias
São Gonçalo	Informal: roupa casual e jovial; blusa gola polo azul com listras brancas horizontais e calça jeans. Também se notou um <i>piercing</i> em uma das orelhas, como acessório, comprovando a liberdade que possuem de se vestirem informalmente.	Coloquial reduzida

Tijuca	Jovial: blusa branca e calça jeans.	Coloquial moderada
--------	-------------------------------------	--------------------

Quadro 2: Descrição resumida dos detalhes acerca da vestimenta e linguagem observadas nas matérias produzidas em 2012.

Fonte: Elaboração própria.

No que diz respeito à linguagem empregada pelos participantes, diferente do praticado no primeiro ano de existência do quadro, é possível notar que a linguagem coloquial empregada no segundo ano, em 2012, é de moderada a reduzida. Já quanto à vestimenta não se notou maiores alterações entre um ano e outro, permanecendo, entre os participantes, a liberdade no uso dos trajes de sua preferência.

Em relação a roupa, a gente dizia assim: “A gente quer que vocês se vistam como vocês são, sem mais nem menos”. Tem detalhes ali que são detalhes técnicos. Não pode usar, por exemplo, essa calça aqui que eu estou usando; não fica boa no vídeo, que ela dá o que a gente chama de *moiré* [interferência ótica na imagem, em vídeo]. Não pode usar uma marca, mas não tinha terno, blazer, nada disso. Você nunca via um *parceiro* com terno. (BRETAS, 2012)

A desenvoltura de uns participantes era melhor se comparada com outros, no que diz respeito ao nervosismo frente às câmeras. No caso das matérias produzidas em 2011 dois casos em particular denotam o nervosismo de ambos diante das câmeras, durante a condução da reportagem. Tanto a participante representando a região de Cidade de Deus (APÊNDICE 2) quanto o participante representante de São Gonçalo (APÊNDICE 7) falaram de forma muito rápida, atropelando as palavras durante cabeça do repórter<sup>89</sup> e passagem, fato que dificulta a compreensão em televisão, considerando que o telespectador terá apenas uma vez para assistir a matéria. Além do problema na articulação das falas, a respiração inapropriada também aumentava a sensação de nervosismo de ambos os participantes. Soma-se, ainda, o excesso de gesticulação.

Exceto a dupla da Rocinha, com menor tempo de atividade em comparação com as demais duplas que estiveram no projeto há mais tempo (um ano e meio), notou-se que entre os participantes veteranos há

<sup>89</sup> Também chamada de boletim, é a abertura da matéria, feita pelo repórter (PATERNOSTRO, 2006).



exemplos de manutenção das características peculiares do projeto: engajamento no sentido de se colocarem como personagens da matéria, como indivíduos que também sofrem com os problemas de infraestrutura apresentados, mesmo que não sejam diretamente atingidos. Já outras duplas, como foram os casos de São Gonçalo e Campo Grande (ambas matérias produzidas em 2012, vide apêndices 17 e 10, respectivamente), notou-se um interesse maior por parte dos participantes em serem mais isentos, em distanciar-se do tema reportado, seja na postura adotada para reportar os fatos, seja no discurso textual empregado nas matérias.

Embora não fosse o objetivo desta pesquisa entrevistar todos os participantes da edição analisada do *Parceiro do RJ*, uma das questões pessoais enquanto pesquisadora era a de saber a opinião dos participantes sobre seu papel, se eles se consideravam repórteres profissionais ou amadores. O único entrevistado, o ex-representante da dupla do Complexo do Alemão, Thiago Ventura, expõe sua opinião a respeito da questão. Na ocasião, ele se considerou apenas como um “morador com microfone”:

nenhum de nós, em momento algum, nos consideramos repórteres profissionais. Isso é uma convicção de todo mundo. E nem repórter amador. A gente só era repórter no sentido de reportar, mostrar aquilo que acontecia ali e reportar isso. Porque a gente se considerou sempre como um morador com microfone. Nunca foi além disso. Era até engraçado quando chamavam a gente de repórter. Uma vez estava passando em Copacabana e passou um taxista: “Fala repórter!”. Aquilo ficou na minha cabeça: “Caraca, eu não sou repórter”. Ele pode estar me enxergando assim, porque se aparece com microfone, naquele formato tradicional, te leva a ver como repórter, mas nenhum de nós nos achávamos repórter. (VENTURA, 2012)

O participante relatou que acompanhava as edições do *RJTV* que participava, tanto nas dependências da emissora quanto em casa com os familiares, quando era possível. Mencionou, inclusive, que já acompanhava o telejornal antes, considerando-se um telespectador antes e durante a proposta. Também se mostrou crítico quando indagado a

respeito do que considera como telejornal de qualidade e a atuação dos participantes no quadro, neste contexto:

o jornal eu acompanho bastante, sempre, ele sempre tiveram essa preocupação com essa parte de qualidade, de colocar o fato mais importante, o melhor momento, a melhor imagem, isso sempre foi uma preocupação. (...) não é que os *parceiros* tenham agregado qualidade ao programa. Eles agregaram uma classe que não pertencia ao programa, você entendeu? E foi mais do que os repórteres saírem daqui e entrarem na favela pra fazer uma matéria sobre a favela ou o problema delas. Eu acho muito legal você não dá pra mensurar: você pega um morador, dá uma câmera e um microfone pra ele e traz pra dentro da *Globo*. E agora você vai fazer a matéria da sua comunidade. Então, isso não é questão de trazer qualidade. Nossas matérias não tinham a qualidade visual que tem as outras. A câmera dos outros é melhor, os câmeras são melhores, os repórteres tem um texto melhor que o nosso, mas a gente conseguiu agregar coisas que não eram agregadas ao jornalismo da casa. A gente conseguiu mostrar a rotina que realmente tem dentro da favela e que os repórteres jamais conseguiriam mostrar. Não porque eles não são capacitados, mas porque eles não vivem aquilo dali. Eles não sabem que aquilo ali acontece. Não aumentou a qualidade do programa, o programa sempre teve muita qualidade, mas acho que a gente agregou coisas que não faziam parte do cotidiano do *RJ*. (VENTURA, 2012)

### 3.2.2 Aspectos éticos

Neste tópico será dado maior enfoque a dois operadores presentes no método: o contexto comunicativo e o pacto sobre o papel do Jornalismo (GOMES, 2011). Retomando a explicação anterior, nesta categoria será considerada a análise referente à conduta ética dos participantes, envolvendo os seguintes fatores: enquanto repórter e cinegrafista e o papel dos jornalistas diretamente envolvidos no quadro; o distanciamento (ou falta de) dos participantes na condução das

matérias; a abordagem das fontes (como é feita, se todos os lados da pauta são ouvidos e de que modo), entre outros pontos. Também serão utilizados trechos das entrevistas realizadas.

A fim de rotular os temas trabalhados nas matérias, recorreu-se ao uso de editorias para classificá-las. Fazem parte desses elementos analíticos de classificação sete editorias<sup>90</sup>. A cada uma são associados aspectos que se pretende observar com a análise:

- a) *Serviço*: compreende as matérias sobre infraestrutura precária dos locais, incluindo atendimento da saúde, transporte e educação ofertados à população de cada região;
- b) *Esporte*: práticas esportivas nas comunidades representadas;
- c) *Cultura*: matérias que contemplassem a cultura local (música, festas, dança, religião);
- d) *História*: aspectos sobre a história dos locais ou empreendimentos nestas regiões;
- e) *Curiosidades*: perfis de moradores conhecidos na região, entre outras peculiaridades (como por exemplo a DJ Vovó da região de Campo Grande<sup>91</sup>);
- f) *Cidadania*: projetos voluntários promovidos na comunidade pelos próprios moradores ou por terceiros, que privilegiassem a comunidade;
- g) *Economia*: aspectos econômicos da região (como banco comunitário e a nova moeda a circular na Cidade de Deus<sup>92</sup>, por exemplo).

De modo particular, nas matérias classificadas na editoria de serviço, grande parte das fontes consultadas é, geralmente, vinculada a um dos lados do fato reportado (geralmente moradores das localidades ou pessoas diretamente envolvidas no fato). No caso de denúncias envolvendo problemas de infraestrutura, o poder público responsável

---

<sup>90</sup> Com base nas classificações adotadas por Soares & Becker (2011) e Coutinho (apud GUIMARÃES, 2012).

<sup>91</sup> Matéria de 29 de março de 2012 disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/03/parceiro-do-rj-em-campo-grande-vai-show-de-dj-de-quase-70-anos.html>>. Acesso em: 24 de janeiro de 2013.

<sup>92</sup> Matéria veiculada em 9 de setembro de 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/09/parceiro-do-rj-mostra-nova-moeda-que-vai-circular-na-cidade-de-deus.html>>. Acesso em: 24 de janeiro de 2013.

por apresentar uma solução ou dar uma resposta a respeito dispõe da nota-pé para apresentar sua versão dos fatos<sup>93</sup>.

No caso específico das matérias de serviço, entende-se como fontes denunciantes os entrevistados que apontam o problema/denúncia apresentado na matéria. Já as fontes respondentes seriam justamente o oposto, representando o chamado outro lado da notícia, geralmente ligado ao poder público e demais fontes cuja responsabilidade atribuída discursivamente seja a de dar uma resposta ao problema/denúncia.

<b>Matérias da editoria de serviço veiculadas em 2011</b>					
<b>Dupla</b>	<b>Tempo total da matéria</b>	<b>N. de fonte denunciante</b>	<b>Tempo total de sonoras fonte denunciante</b>	<b>N. de fonte respondente</b>	<b>Tempo total de sonoras fonte respondente</b>
Campo Grande	3'34"	7	1'09"	1	18"
Nova Iguaçu	6'15"	9	1'56"	1	1'47"
São Gonçalo	4'23"	6	1'24"	1	1'47"
Tijuca	4'24"	3	1'04"	4	57"

Quadro 3: número de fontes em matérias da editoria de serviço veiculadas em 2011.

Fonte: elaboração própria.

Das quatro matérias veiculadas em 2011, a que possui maior harmonia entre a quantidade de fontes denunciantes e respondentes é a referente à dupla da Tijuca. Há que ser considerado que no caso da pauta analisada sobre a desordem urbana no bairro, especificamente o estacionamento de carros em locais irregulares e calçadas, a culpa atribuída não foi só ao poder público que não fiscaliza o espaço, mas também aos motoristas que estacionam de forma irregular. Nesse caso, o comentarista, via nota-pé, apresentou a versão dada pelos órgãos competentes para fiscalizar o problema, enquanto na matéria a dupla de

<sup>93</sup> Geralmente o poder público se manifesta por meio de comunicado, emitido por assessoria de imprensa, no qual indica as possíveis soluções para as denúncias apresentadas por telespectadores. Em algumas situações, um representante indicado pelo órgão competente para resolução do problema é entrevistado. Nesse caso, o relato também é apresentado via nota-pé, quando se trata de matéria produzida pelos participantes do *Parceiro do RJ*.

*parceiros* entrevistou duas fontes que agiam de forma irregular, questionando e os responsabilizando pela denúncia apresentada.

Outro exemplo é o caso da matéria de Campo Grande feita em 2011, uma suíte<sup>94</sup> sobre a reativação de um projeto esportivo. A versão da prefeitura, via Secretaria de Esportes e Lazer, foi apresentada tanto por uma das fontes que denunciou a desativação do projeto quanto pela apresentadora do *RJTV*, via nota-pé, porém apenas na matéria de origem, feita em 6 de maio de 2011. A suíte deu conta de apresentar a reativação da escola de futebol e a satisfação dos usuários do projeto devido à reabertura.

Matérias da editoria de serviço veiculadas em 2012					
Dupla	Tempo total da matéria	N. de fonte denunciante	Tempo total de sonoras fonte denunciante	N. de fonte respondente	Tempo total de sonoras fonte respondente
Campo Grande	4'	9	2'16"	1	13"
Duque de Caxias	3'21"	7	40"	2	32"
Nova Iguaçu	4'43"	5	1'33"	1	10"
São Gonçalo	3'09"	3	1'16"	1	10"

Quadro 4: número de fontes em matérias da editoria de serviço veiculadas em 2012.

Fonte: elaboração própria.

Em 2012, quatro matérias foram classificadas na editoria de serviço. Diferente do ocorrido no ano anterior, desta vez as fontes respondentes tiveram espaço menor, com pouco tempo de duração destinado a apresentar suas versões dos fatos e soluções aos problemas denunciados. O número de fontes denunciantes e respondentes por matéria praticamente se equipara, ao se comparar os dois anos de veiculação da primeira edição do quadro.

A relação estabelecida discursivamente entre emissores – *TV Globo Rio*, *RJTV* e participantes do *Parceiro do RJ* – e receptores

<sup>94</sup> Matéria sequencial feita a partir de uma notícia considerada relevante e que ainda desperta interesse no público. Deve atualizar a matéria anterior com informações novas a respeito do fato (PATERNOSTRO, 2006).

(telespectadores) desperta o sentimento de pertença (COUTINHO, 2008). Sempre que possível, também ressaltam nas matérias essa mesma sensação de pertencimento, seja pelos participantes do quadro ou nas sonoras dos entrevistados. Como exemplo, na matéria feita em 2011 pela dupla representante do município de São Gonçalo a respeito de um posto de saúde desativado, uma das fontes entrevistadas é destacada pelo participante que desempenha a função de repórter como a responsável pela denúncia, feita em um dos canais interativos estabelecidos pelo quadro com os telespectadores. “Tô aqui com a Suzy. A Suzy que fez a denúncia pra gente; mandou por *e-mail* essa proposta de matéria pra gente fazer”.

Na matéria feita pela dupla de Nova Iguaçu (APÊNDICE 15), ao final da reportagem – em nota-pé – o jornalista Edimilson Ávila diz o seguinte:

Bem, a prefeitura diz que vai mandar lá secretarias, vai mandar equipe da secretaria de transportes e também de serviços públicos pra fazer uma vistoria na cidade, pra descobrir onde estão os problemas. Poxa, só dar uma olhadinha ai nos *parceiros* pra saber onde estão os problemas.

Em outro exemplo, mais descontraído, denota-se a relação entre apresentadores e participantes do quadro, na matéria produzida pela dupla de Duque de Caxias, em 2011 (vide apêndice 5), sobre uma feira de tradições nordestinas existente no município. Ao final do vídeo, em tom de brincadeira, o apresentador reclama em nota-pé o fato de a dupla não ter levado para a equipe do telejornal os quitutes apresentados: “A Flávia e o Felype fizeram uma bela reportagem. Só erraram em um ponto: não trouxeram nada pra gente”.

Ao analisar as reportagens feitas pelos repórteres do *RJTV*, bem como a postura adotada pelos apresentadores e comentaristas ao final de cada matéria, percebeu-se uma conduta que buscava apontar culpados para o problema apresentado, reforçando a cobrança junto ao poder público. O mesmo também ocorreu nas matérias feitas pelos participantes. Tal atitude leva a crer que tanto o quadro quanto a conduta adotada pelos jornalistas é um reflexo da linha editorial do *RJTV*, além de ser objeto mercadológico (notícia enquanto produto<sup>95</sup>) da emissora

---

<sup>95</sup> Aqui se adota o termo produto, considerando a notícia como um algo comercializado, à venda, quando a indústria cultural e, neste contexto, os

junto às camadas populares que constituem a maior porcentagem de classe econômica presente na audiência da *TV Globo Rio*.

Para reforçar a ideia utiliza-se, outra vez, a matéria de Campo Grande feita em 2011 sobre a reativação de um projeto esportivo e o início da construção de uma praça no mesmo bairro (APÊNDICE 1). Uma das fontes que denunciou o problema atribuiu o retorno das atividades do projeto devido à veiculação da matéria no quadro *Parceiro do RJ*. Essa leitura pode ser comprovada na transcrição da sua sonora: "no dia seguinte da reportagem o prefeito mandou reativar o projeto e foi tudo reativado". A matéria também reforça via sonora de um dos moradores que a presença da dupla no local foi fundamental para o engajamento da prefeitura junto à obra: "depois que vocês tiveram aqui, a obra começou a andar".

Voltando-se ao operador de análise do pacto sobre o papel do Jornalismo (GOMES, 2011) previsto nesta categoria e que aqui diz respeito à falta de distanciamento, a proposta do projeto é de que os participantes não tivessem neutralidade frente aos temas abordados, ponto este identificado por meio da observação dos vídeos. Notou-se que em alguns momentos os *parceiros* se colocavam como personagens da matéria, fato posteriormente comprovado em entrevista concedida. "Nós não queríamos neutralidade. E eles não podem ser neutros, eles são parte [da comunidade]" (BRETAS, 2012). O participante entrevistado reforçou que a falta de distanciamento era inerente ao quadro. "Você não precisa ser imparcial, você é um morador e está mostrando aquilo ali, pode se revoltar com aquilo ali, você tem direito de se revoltar com aquilo ali" (VENTURA, 2012).

Porém há exceções, como foram os casos das matérias produzidas em 2012 pelas duplas de São Gonçalo, Cidade de Deus e Campo Grande<sup>96</sup>. Estas mais moderadas ao demonstrar distanciamento perante os fatos apresentados. Apesar de nesses casos haver a existência de elementos que os caracterizem como sendo indivíduos integrantes da realidade apresentada, seja nas roupas ou na linguagem, nesses três casos em particular notou-se maior formalidade no discurso textual, em comparação com outras duplas.

Nas duas reportagens analisadas (vide apêndices 19 e 20) produzidas por jornalistas do *RJTV*, diferente dos telespectadores que

---

veículos de imprensa lucraram com os produtos jornalísticos produzidos. "Vista no complexo da comunicação de massa, [a mensagem jornalística] é realmente um dos produtos de consumo da indústria cultural" (MEDINA, 1988, p. 40).

<sup>96</sup> Vide apêndices 17, 11 e 10, respectivamente.

atuaram no quadro, os repórteres não fizeram cabeça da matéria. Percebeu-se, por parte dos repórteres, um maior uso de *offs*, enquanto os participantes do *Parceiro do RJ* não utilizam o recurso, dando maior destaque para passagens. Nas reportagens analisadas, os jornalistas fizeram cada um apenas uma passagem, enquanto os participantes do quadro gravaram mais de uma por matéria.

Ainda considerando as reportagens feitas por jornalistas, a roupa de ambos os repórteres é formal, assim como a linguagem. Gesticulam pouco, diferente dos telespectadores capacitados. Além disso, a construção da narrativa das matérias, por parte dos repórteres, é mais encandeada, clara e objetiva. Outro fator que os diferencia dos participantes é a exposição da segunda versão dos fatos, dada no decorrer da reportagem e ampliada, quando necessário, em forma de nota-pé pelo(a) apresentador(a) do *RJTV*.

Como citado anteriormente, também há o quadro *RJ Móvel* conduzido por uma jornalista que traz reportagens com denúncias feitas por moradores (o quadro também se enquadra na editoria de serviço). Nesta perspectiva, o *RJ Móvel* possui proposta semelhante ao *Parceiro do RJ*, porém as inserções são feitas “ao vivo” com suíte dessas entradas, a fim de tentar dar respostas e/ou ações das autoridades para a resolução dos problemas. Apesar de ser repórter (aqui se subentende como jornalista), traja roupas mais básicas e de certo modo informais, diferente dos dois exemplos avaliados antes. A coloquialidade presente na fala/discurso da repórter também é moderada (mantem a formalidade textual em certa medida). Exemplo de coloquialismo: “Tá brabo o negócio por aqui!”; “Isso aqui era buraqueira pura”; “Quantos buracos na rua, gente, olha aqui!”<sup>97</sup>.

Mas, diferente do praticado no quadro *Parceiro do RJ*, a própria repórter informa, durante a matéria, a segunda versão dos fatos (geralmente das autoridades). Na ocasião, ela entrega um calendário em que registra a data informada pelas autoridades para resolver o problema apontado na reportagem (a apresentadora também destaca em estúdio outro calendário com a mesma data). E pelo constatado em análises posteriores, a repórter também suíta as reportagens, para apresentar respostas das fontes respondentes ou verificar se o problema foi resolvido com alguma ação proposta pelo poder público. O que se notou

---

<sup>97</sup> Reportagem intitulada *Vazamento de água destrói rua em Realengo*; disponível em: <<http://globoTV.globo.com/rede-globo/rjtv-1a-edicao/t/edicoes/v/vazamento-de-agua-destroi-rua-em-realengo/2506494/>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.



é que nesses casos há também um apelo propagandístico, mercadológico por parte do telejornal, uma vez que os moradores geralmente demonstram o agradecimento pela equipe de reportagem por meio de faixas ou cartazes (nesses casos, o *RJTV* se faz presente no discurso promovido pelos moradores). Ou seja, o telejornal mantém quadros semelhantes, porém com perspectivas diferentes e agentes igualmente distintos. Enquanto no *Parceiro* quem age são os telespectadores capacitados, no *RJ Móvel* apenas uma jornalista é destacada para trabalhar.

Como os participantes moram nas regiões de onde reportam os fatos, notou-se que possuem mais liberdade ao abordar as fontes, demonstrando mais proximidade na relação construída com os receptores, se comparada com aquela estabelecida com os emissores da informação. E como analisado nas matérias da editoria de serviço e constatado em uma análise geral a respeito do quadro, grande parte das pautas produzidas são classificadas nesta editoria, muito em parte do próprio apelo das fontes para a resolução de problemas presentes em suas regiões de moradia.

Com relação à relação estabelecida entre jornalistas e participantes e participantes e comunidade/fontes, Bretas (2012) diz que:

eles eram vistos como representantes das comunidades deles. E na comunidade deles eram vistos como representantes da *TV Globo*. Então, eles tinham que cuidar para que a imagem da *TV Globo* fosse uma boa imagem: fosse a imagem de alguém que escuta, dialoga, não olha pra ninguém com olhar de superioridade, que consegue explicar a razão de não mostrar aquela denúncia [que fosse mais irrelevante].

O retorno dos telespectadores quanto ao quadro foi positivo. A fim de constatar os resultados com a audiência, regularmente são promovidos grupos focais, administrados por instituições especializadas, com o intuito de saber a opinião de alguns telespectadores a respeito dos programas jornalísticos da emissora (BRETAS, 2012). O *RJTV*, assim como o quadro *Parceiro do RJ*, também estiveram em pauta em um dos grupos focais promovidos e a resposta foi considerada satisfatória:

uma pesquisa dessa é muito cara, custa uma fortuna. Então a gente fez uma pesquisa em 2008, que foi pra servir de parâmetro para medir as

mudanças que a gente fez no jornal em 2009. E a gente voltou a fazer uma no ano passado, em 2011. E essa de 2011 foi de todo o *RJTV 1ª edição*, e uma parte dedicada aos *Parceiros*. E a gente conseguiu mensurar o que a gente tava [sic] querendo, o sucesso do quadro, e a pesquisa confirmou aquilo que a gente esperava: que os grupos de moradores de favela ou os grupos de classes C, D e E, as pessoas identificavam muito positivamente o *Parceiro*, viam como um ganho do jornal, ganho de aproximação. Até mesmo aqui nos nossos e-mails que a gente recebe as pessoas começaram a escrever. Na verdade a grande crítica era: “Por que não tem *Parceiro* no meu bairro, na minha comunidade?”. E as pessoas dos lugares onde tinha *Parceiro* começaram a pedir não a presença do jornalista da *Globo*. “Eu quero pedir ao *Parceiro do RJ* que venha aqui fazer uma matéria sobre a situação tal”. (BRETAS, 2012)

Com a introdução de outros atores sociais no processo de produção da notícia que não os profissionais subentendidos como aptos de forma técnica e teórica para o exercício da função, e a fim de resguardar o padrão de qualidade adotado pela emissora, a *TV Globo Rio* passou a destacar profissionais que já atuavam no referido telejornal para ocupar cargos diferenciados. Assim, foram constatadas as funções de “jornalistas responsáveis” por assinar as matérias veiculadas no quadro, gerente de desenvolvimento responsável pelo treinamento dos participantes e coordenadora do projeto, por exemplo (BRETAS, 2012). No caso das jornalistas responsáveis pelo quadro, nota-se uma atribuição inexistente entre os repórteres. Por serem jornalistas, já possuem o respaldo técnico e ético sobre o material produzido, sendo desnecessário, portanto, o aval de um outro jornalista que não seja o editor-chefe ou editor da pauta ou chefia de reportagem, cargos para os quais é de praxe que este profissional forneça informações sobre o trabalho desempenhado. Desse modo, atribuem-se outras funções; criam-se outros cargos pelos quais seja possível supervisionar o trabalho feito pelos participantes do *Parceiro do RJ*, alterando, portanto, a configuração profissional e discursiva de determinados jornalistas.

Abaixo uma das imagens capturadas durante a exibição do vídeo, no qual consta a descrição da jornalista responsável destacada para supervisionar o trabalho realizado pela dupla de *parceiros*.



Figura 3: imagem cujo GC descreve a jornalista responsável pela matéria (sobre história de fundação da Rocinha, vide apêndice 16).

Fonte: Fonte: *RJTV/TV Globo*

Especificamente para o cargo de “jornalista responsável”, as profissionais supervisionam o material produzido pelos participantes do projeto, monitorando as atividades exercidas por eles e auxiliando desde a reunião de pauta à edição do material. O trabalho é feito em conjunto com a dupla responsável por executar a pauta, com a presença de um editor de imagem e editor de artes (quando se utiliza este último recurso). Também é requisitada a supervisão por parte de outros profissionais no que diz respeito não somente aos aspectos técnicos do material, mas principalmente aspectos éticos do trabalho produzido (no caso de matérias contendo denúncias, há a necessidade, portanto, de colher o testemunho de todos os “lados” possíveis, concedendo o direito de resposta sempre que necessário; e, quando feito, fica a cargo dos jornalistas concederem esse espaço, dar voz às fontes cabíveis). No geral, o papel desempenhado por esses profissionais vislumbra não somente alcançar a qualidade técnica do material produzido pelos não-profissionais, mas especialmente aspectos éticos pertinentes ao conteúdo para que seja considerado apto como produto jornalístico. Nesse contexto, sua (re)configuração profissional (entendida quando há a atribuição de outras atividades ou mesmo redefinição de determinado

cargo) serve para auxiliar quanto à qualidade das reportagens produzidas pelos integrantes do quadro *Parceiro do RJ*.

Além das denominações diferenciadas concedidas aos cargos criados para os jornalistas que supervisionam o quadro, a atribuição das funções e a percepção dos profissionais sobre o trabalho produzido no *Parceiro do RJ* passam a ser diferentes. O critério de avaliação se torna mais seletivo, porém objetivando resguardar a natureza presente no discurso do quadro.

Foi um desafio muito maior do que eu imaginava. Primeiro, como editora, foi muito difícil mudar os meus critérios sobre o que era uma “boa” entrevista, um “bom” texto, uma “boa” passagem. No começo o material que vinha era muito fraco, era um desafio transformar o material numa matéria coerente e jornalisticamente correta. (LABARTHE, 2013)

Eles passam a ter sempre um contato semanal de apoio aqui com a gente, que é a reunião de pauta. E nesse dia da reunião de pauta a gente aproveita pra fazer várias ações. (...) é um momento de avaliação do material. A gente mantém o ano inteiro, o tempo todo avaliação do material e avaliação não particular pra aquela dupla, mas uma avaliação do grupo. O que aquela dupla faz, o que fez ou o que não fez pode servir também de exemplo para as outras duplas. (PATERNOSTRO, 2013)

Indagado a respeito do retorno dado aos participantes, Bretas (2012) reforça a atuação dos jornalistas ligados ao *RJTV* no *feedback* ao desempenho das duplas:

Mais com as duas coordenadoras, as jornalistas Monica Labarthe e Mônica Bernardes, e a Gisela Pereira. E a Vera Íris, que era coordenadora de treinamento, também dava bastante *feedback*. O Eduardo Torres, que foi o monitor de cinegrafia, também dava *feedback* em relação à imagem. Era um programa muito completo. A parte de desenvolvimento foi muito bem estruturada. E era uma preocupação nossa de que quando eles

saíssem daqui, que eles também tivessem preparados para fazer outra coisa. Não simplesmente jogá-los de volta. Acho que eles saíram bem treinados. Foi uma experiência enriquecedora pra eles. (BRETAS, 2012)

Ou seja, de acordo com os jornalistas ligados ao quadro, havia uma preocupação em supervisionar tanto a parte técnica quanto de conteúdo das pautas, resguardando os participantes bem como o próprio jornalismo praticado como apto a ser veiculado no *RJTV*.

### **3.2.3. Conteúdo das pautas**

Na terceira e última categoria será considerado o conteúdo das matérias produzidas pelos participantes, com foco para o operador de análise previsto no método e definido como organização temática (GOMES, 2011), observando a forma como organiza e apresenta suas editoriais e temas especificamente no quadro. Também serão empregados trechos das entrevistas realizadas, quando for o caso.

Dividido em quatro blocos com duração média de dez minutos cada, o telejornal *RJTV 1ª Edição* apresenta notícias com temas variados, sobretudo fatos da região metropolitana do Rio de Janeiro. A principal editoria identificada é a de serviço, fato que também reflete nas pautas abordadas no quadro *Parceiro do RJ*.

Durante o período de exibição da primeira edição foram veiculadas 187 matérias em 2011 e 131 em 2012, totalizando 318 matérias em vídeo, inseridas posteriormente no site do *Parceiro do RJ*. Foram excluídas da contagem as matérias sobre a seleção de novos participantes e da despedida destes da primeira edição, uma vez que essas reportagens foram produzidas por jornalistas da própria emissora, não sendo material produzido pelos participantes, mas sim sobre eles. Análises quantitativas posteriores foram realizadas em outros estudos, a citar Soares & Becker (2011) e Guimarães (2012), porém de períodos distintos. O que se propõe aqui é apresentar uma análise quantitativa mais ampla, compreendendo o início e fim de produção das matérias feitas pelos participantes na primeira edição do quadro.

No que diz respeito às editoriais das matérias produzidas nos dois anos de análise e consideradas no corpus da dissertação, a editoria de serviço teve uma maior representatividade, seguida da editoria de cidadania. Das mais de trezentas matérias veiculadas durante o período de exibição da primeira edição do quadro, 166 estão inseridas na editoria

de serviço. Outra editoria identificada que teve quantidade elevada de matérias foi a de cidadania (50 matérias) seguida de cultura (48 matérias). As demais editorias tiveram menor representatividade. Assim como se constatou de um modo geral no *RJTV 1ª Edição*, no quadro *Parceiro do RJ* as matérias da editoria de serviço têm maior popularidade e quantidade do que as demais matérias das outras seis editorias eleitas e usadas para classificar os temas nesta pesquisa.

A seguir são apresentados três gráficos. Os dois primeiros mostram o total de matérias produzidas pelas duplas nos anos de 2011 e 2012, respectivamente, e o terceiro destaca o total de matérias por editoria. Ressalta-se, novamente, que os dados se referem ao material produzido pelos participantes durante a primeira edição do quadro *Parceiro do RJ*.



Gráfico 1: Total de matérias produzidas durante a primeira edição do quadro no ano de 2011.

Fonte: Elaboração própria.

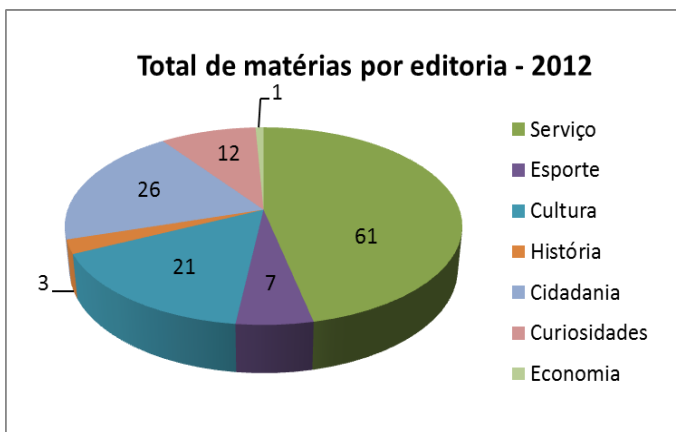


Gráfico 2: Total de matérias produzidas durante a primeira edição do quadro no ano de 2012.

Fonte: Elaboração própria.

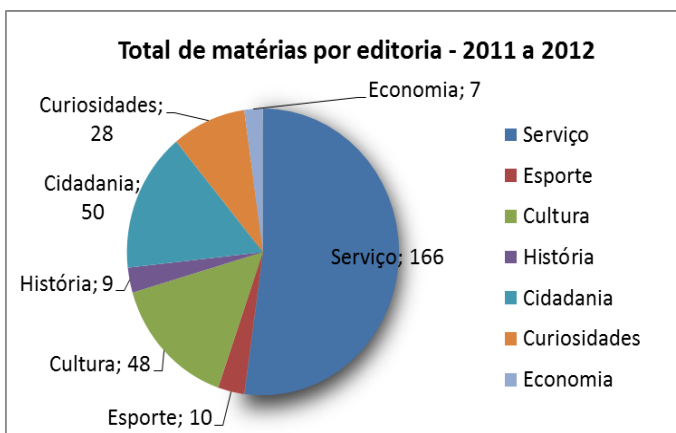


Gráfico 3: Total de matérias produzidas durante a primeira edição do quadro, entre 2011 e 2012

Fonte: Elaboração própria.

Os temas foram assim identificados no corpus analisado: oito matérias de serviço; cinco de cidadania; três sobre cultura; uma sobre curiosidade e uma sobre história. Das dezoito matérias analisadas, quatro delas veiculadas no ano de 2011 foram classificadas como

pertencentes à editoria de serviço, e outras quatro também foram definidas na mesma editoria, veiculadas em 2012:

<b>Ano</b>	<b>2011</b>
<b>Dupla</b>	<b>Editoria</b>
Campo Grande	Serviço
Duque de Caxias	Cultura
Complexo do Alemão	Curiosidade
Cidade de Deus	Cidadania
Copacabana	Cultura
Nova Iguaçu	Serviço
Rocinha	Cidadania
São Gonçalo	Serviço
Tijuca	Serviço

Quadro 5: Editoria das matérias produzidas em 2011<sup>98</sup>.

Fonte: Elaboração própria.

<b>Ano</b>	<b>2012</b>
<b>Dupla</b>	<b>Editoria</b>
Campo Grande	Serviço
Duque de Caxias	Serviço
Complexo do Alemão	Cidadania
Cidade de Deus	Cultura
Copacabana	Cidadania
Nova Iguaçu	Serviço
Rocinha	História
São Gonçalo	Serviço
Tijuca	Cidadania

Quadro 6: Editoria das matérias produzidas em 2012.

Fonte: Elaboração própria.

---

<sup>98</sup> Exceto a dupla da Rocinha, uma vez que esta matéria foi produzida em 2012, mas por se tratar da primeira desta dupla a ser analisada, permanece, portanto, junto com as demais matérias produzidas pelas duplas em 2011.



O fato da produção elevada de matérias inseridas na editoria de serviço é compreensível se considerar a linha editorial adotada pelo *RJTV*, somado, ainda, ao papel público atribuído à televisão e, conseqüentemente, telejornais, na ausência do poder público. Mais ainda ao considerar que indivíduos pertencentes a esta realidade são carentes, portanto, de melhorias onde vivem, por isso as matérias reportam esses acontecimentos tão presentes no cotidiano das comunidades.

A televisão apresenta as estrelas e seu público navegando no mesmo fluxo cultural. Essa comunidade de sentidos reforça um imaginário igualitarista e, ao mesmo tempo, paternalista. O público recorre à televisão para alcançar aquelas coisas que as instituições não garantem: justiça, indenizações, atenção. É difícil afirmar que a televisão seja mais eficaz do que as instituições para assegurar essas demandas, mas sem dúvida parece ser, uma vez que não precisa ater-se a adiamentos, prazos, procedimentos formais que retardem ou transfiram as soluções. (SARLO, 2000, p. 77).

Durante a primeira edição do quadro, algumas duplas se destacaram mais que as outras, isso porque não havia uma definição de quantas matérias deveriam ser produzidas durante a semana ou mês. Em decorrência de fatores adversos, conforme exemplificado por Ventura (2012) em entrevista, houve casos em que algumas duplas deixaram de produzir durante uma semana, por exemplo.

Ainda com base nos dados disponibilizados no site do quadro, foram quantificadas as matérias produzidas pelos participantes em 2011 e 2012, respectivamente, como pode ser visto nos dois gráficos a seguir. O primeiro apresenta o total de matérias produzidas por cada dupla durante o ano de 2011 (primeiro ano de existência do quadro). Já o gráfico seguinte apresenta o total de matérias produzidas por cada dupla em 2012 (ano em que a dupla da Rocinha iniciou sua produção):

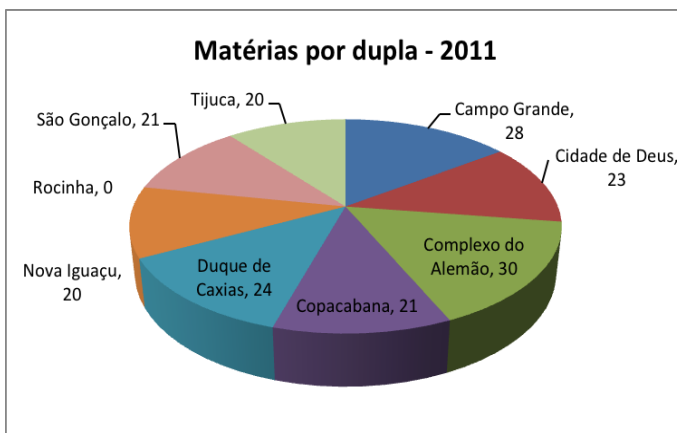


Gráfico 4: Total de matérias por dupla produzidas durante a primeira edição do quadro no ano de 2011.

Fonte: Elaboração própria.

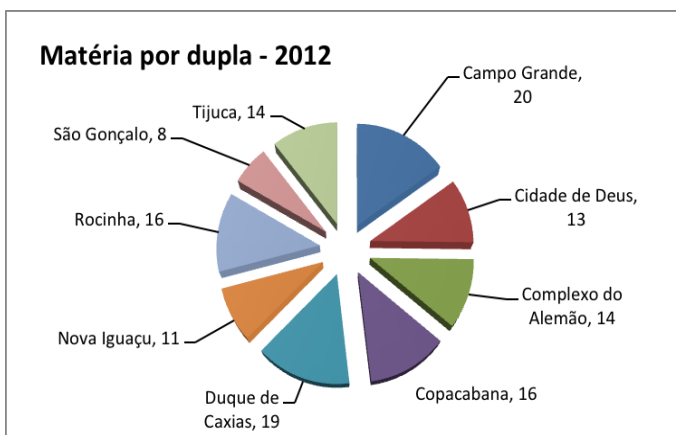


Gráfico 5: Total de matérias por dupla produzidas durante a primeira edição do quadro em 2012.

Fonte: Elaboração própria.

As duplas com maior produção durante o período de exibição da primeira edição do projeto foram Campo Grande, com 48 matérias, seguida da dupla do Complexo do Alemão, com 44 matérias. Por ter sido escolhida tardiamente e tendo sua produção divulgada em 2012, os representantes da Rocinha são os que menos produziram (16 matérias no total).

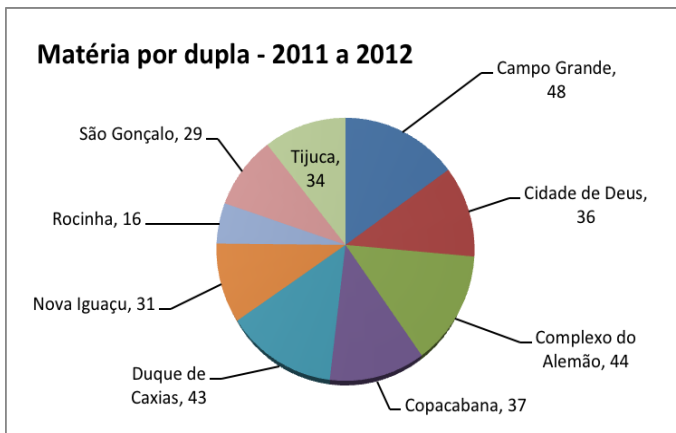


Gráfico 6: Total de matérias produzidas durante a primeira edição do quadro, entre 2011 e 2012.

Fonte: Elaboração própria.

Apesar de possuir um viés fiscalizador, esse tipo de jornalismo deve ser mais contextualizado, a fim de não banalizar seu papel enquanto catalisador da mudança social e lugar para a promoção da esfera pública:

a informação de fatos relevantes para a sociedade é ponto central da atividade jornalística e pressupõe um respeito ao interesse público, um compromisso com a divulgação do que sirva para benefício comum, ou do que se imponha como necessidade coletiva. As relações das empresas de comunicação com os poderes públicos e privados limitam a construção de relatos jornalísticos, assim como as condições de produção, e os recursos financeiros disponíveis para serem investidos em matérias mais elaboradas. Não podemos compreender o jornalismo como uma atividade filantrópica, a notícia é um produto, mas há possibilidade de trabalhar os conteúdos jornalísticos, garantindo lucros, com notícias mais contextualizadas. (BECKER, 2009, p. 107)

Nesse sentido, não há um consenso para definir o que seria o telejornalismo de qualidade. Se para as emissoras as melhorias em aspectos técnicos como da imagem e som são primordiais para garantir a qualidade de um produto televisual, incluindo o subgênero telejornal, no

âmbito ético o conteúdo da pauta e a forma como é estruturada são ainda mais importantes. O telejornalismo de qualidade se dá quando em uma cobertura jornalística há a "pluralidade de interpretações e a diversidade de temas e atores sociais" (BECKER, 2005, p. 63), engendradas por meio de pautas contextualizadas, com múltiplas vozes a respeito de determinando assunto. No entanto, a fragmentação dos fatos diante da limitação no tempo destinado às pautas telejornalísticas impossibilita o aprofundamento sobre os acontecimentos retratados, cabendo ao telespectador buscar mais informações a respeito em outros meios, seja pela internet ou pelos jornais impressos, dentre outros veículos.

Diante dessa perspectiva, o que caracterizaria o telejornalismo como sendo de qualidade seria o uso de uma gama de fontes sobre determinado tema, ampliando o leque de versões sobre um mesmo fato. Ainda assim, no caso das matérias analisadas, e especialmente as classificadas como da editoria de serviço, notou-se que apesar do uso elevado de fontes, estas pendiam para um dos lados apresentados, notadamente reforçando as denúncias feitas, em detrimento do número reduzido de fontes consultadas para solucionar o problema.

Quanto à matéria de Nova Iguaçu<sup>99</sup> sobre a falta de mobilidade nas calçadas da região e a ausência de espaços adequados para a população aguardar ônibus, foram consultadas seis fontes. Cinco eram passageiros de ônibus que esperavam a condução nas calçadas, e a última, a Secretaria de Transporte e Serviços Públicos, representando o poder público. Apesar do tema relevante, a matéria poderia ter explorado outras fontes como um arquiteto e/ou um engenheiro, os quais poderiam propor soluções para criar ambientes agradáveis à população em espaços reduzidos, como uma calçada que é ocupada não só por pedestres, mas vendedores ambulantes, etc.

Como o telejornal também se reporta aos telespectadores da capital e demais municípios que integram a região metropolitana, seria interessante, ainda, o pronunciamento de outras secretarias municipais sobre o assunto, ou propor uma matéria conjunta entre as duplas, fiscalizando a mesma situação nas demais regiões abrangidas pelo projeto e as propostas fornecidas por arquitetos e demais especialistas no tema para a resolução do impasse.

No caso da edição do material, em grande parte das matérias foi inserida trilha para o encerramento ou no BG; em alguns casos, a trilha usada contém elementos que remetem ao rap e hip hop, também presente na vinheta já que são ritmos característicos presentes em

---

<sup>99</sup> Matéria produzida em 2012, vide apêndice 15.

algumas das regiões representadas no quadro. Outro aspecto observado em certas matérias condiz ao uso de *fade in/fade out* na transição entre uma ou outra imagem.

Produzida pela dupla de Campo Grande a matéria de 18 de julho de 2012 cuja manchete é *Parceiro do RJ mostra universidade em espaço provisório há 7 anos*<sup>100</sup> possui uma proposta distinta. Inserida na editoria de serviço, aborda uma denúncia feita por estudantes da Universidade Estadual da Zona Oeste (Uezo). A instituição foi criada em 2005 e até aquele momento não possuía uma sede própria, funcionando em um espaço provisório, no Instituto de Educação Sarah Kubitschek, em Campo Grande. Dessa forma, alunos reclamaram da falta de espaço adequado para ambos os públicos frequentadores do local – alunos da Uezo e alunos do Sarah –, da falta de manutenção de equipamentos bem como da área de uso comum dos alunos.

Em formato tradicional, semelhante ao feito por jornalistas, na matéria foram utilizadas várias fontes, apesar de grande parte delas (nove) serem as fontes denunciantes. Foram ouvidas dez fontes, sendo quatro usadas no recurso do “povo fala”, cinco alunos tanto da Uezo quanto do instituto Sarah e uma fonte representando as autoridades competentes para resolução do problema (assessoria de imprensa da Secretaria Estadual de Ciência e Tecnologia). No caso, o segundo lado do fato foi apresentado em forma de nota-pé pela apresentadora do telejornal. A argumentação apresentada pelo participante que atuou como repórter foi amparada tanto pelas imagens quanto pelas fontes consultadas.

Houve uso de imagens de apoio feitas por celular, provavelmente por parte dos próprios alunos; porém este ponto não pode ser comprovado, uma vez que não foi devidamente identificado por meio do GC. As fontes, exceto as encaixadas dentro do “povo fala” foram identificadas por meio de GC, assim como os próprios *parceiros*, jornalista responsável e editor de imagens. Ainda sobre as imagens captadas por celular, a qualidade não era boa, porém utilizável. O som ambiente também poderia ter sido diminuído na edição, já que em alguns momentos o *background* das imagens sobrepunha às sonoras. A linguagem, apesar de coloquial, estava mais formal, se comparado com outras duplas.

---

<sup>100</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/07/parceiro-do-rj-mostra-universidade-em-espaco-provisorio-ha-7-anos.html>>. Acesso em: 17 de agosto de 2012.

Comparando as matérias analisadas, notou-se que duplas com mais tempo no quadro (desde março de 2011, diferente, por exemplo, dos representantes da Rocinha que entraram em janeiro de 2012) fizeram a diferença no que diz respeito à capacitação. Alguns participantes, como foi o caso dos *parceiros* de Campo Grande e Cidade de Deus, já haviam se apropriado das funções de “repórter” e “cinegrafista”, portando-se como tal e tentando minimizar problemas na condução da reportagem. Os participantes da dupla de Nova Iguaçu demonstraram um posicionamento natural diante das câmeras, tanto na matéria produzida em 2011 quanto na de 2012 (salvo o jeito despojado e jovial no tratamento de fontes, linguagem e vestimenta), com boa desenvoltura nas passagens, embora mantivessem a ausência de neutralidade diante dos fatos reportados. Ou seja, o sucesso na desenvoltura de determinado participante poderia ou não englobar o *parceiro* de dupla. O observado foi que alguns participantes se destacavam sobre seus *parceiros* de trabalho, como o caso de um dos integrantes da dupla representante da região de Cidade de Deus, no que diz respeito a desenvoltura diante das câmeras, articulação da voz, linguagem, encadeamento das orações usadas na passagem e narração em geral (em contraponto, a sua *parceira* de dupla demonstrou maior insegurança frente às câmeras e nervosismo nas passagens).

Assim como jornalistas, os participantes do quadro também produziam suítes dos fatos por eles reportados, como aconteceu com a dupla representante da região de Duque de Caxias em matéria produzida em 2012. Quando a pauta permitia, isto é, quando havia a conexão de fatos entre comunidades representadas, também era possível unir duplas em uma mesma produção jornalística, como ocorreu na matéria produzida em 2011 pelas duplas de Copacabana e Campo Grande sobre uma festa que ligava as regiões. Apesar de ter se tratado de um tema inserido na editoria de curiosidades, também seria interessante que a mesma proposta fosse adequada para matérias inseridas na editoria de serviço, unindo não só duplas, mas perspectivas diferentes sobre um mesmo fato.

Em geral, nas dezoito matérias analisadas a técnica adotada é semelhante à usada por jornalistas, exceto o estilo empregado na abordagem das fontes e no conteúdo (com clara existência de traços de ligação entre participantes e áreas de cobertura do fato, roupas e linguagem, como o uso de gírias, por exemplo). A respeito da supervisão do material produzido pelos participantes:

naturalmente que a gente tinha uma flexibilidade maior com a matéria dos *parceiros*, até o equipamento era diferente (a qualidade da textura da imagem era diferente), mas isso não significa que vamos colocar qualquer coisa no ar. Imagem fora de foco, imagem muito tremida não entrava. E em muitos casos era necessário refazer. Especialmente no começo eles tiveram que voltar várias vezes a matéria. Eles faziam uma primeira saída e o material não estava com uma qualidade que a gente julgava. Isso não só em relação a atributos técnicos, mas às vezes faltava informação. Faziam uma entrevista e faltava uma questão fundamental, tinha que voltar, refazer a entrevista. (BRETAS, 2012)

Como também foi analisado nas matérias que constituíram o corpus da pesquisa, o observado é que por parte dos jornalistas responsáveis pelo quadro propunha-se supervisioná-los a tal ponto que o jornalismo praticado não fosse considerado tendencioso, embora haja a clara ausência de distanciamento dos telespectadores capacitados sobre os fatos reportados, principalmente no que diz respeito às matérias classificadas na editoria de serviço.

Tanto nas matérias produzidas para o quadro *Parceiro do RJ* quanto nas reportagens feitas por jornalistas (as duas selecionadas e analisadas nesta pesquisa), observou-se que o modo de endereçamento adotado no discurso, principalmente textual, é o de agir como fiscalizadores do poder público, buscando culpados e, na mesma medida, soluções para os problemas apontados pelas fontes denunciantes.

A estratégia adotada pelo *RJTV* na aplicação do jornalismo participativo capacitado conforme os moldes e técnicas utilizados pelos profissionais da *TV Globo Rio* pode ser considerada positiva, uma vez que o modelo de quadro foi importado para outras praças, a exemplo da *TV Globo São Paulo* e *TV Globo Brasília*. Em 2013, a *TV Globo Minas* iniciou sua primeira edição do projeto e em 2014 a *TV Globo Recife* também terá seu próprio *Parceiro*, segundo depoimento de Paternostro (2013). Se a iniciativa, aplicada no âmbito regional e local, permanece em sua segunda edição, com chances de ser importada para outras afiliadas, indica que a *Rede Globo* continua acreditando no projeto e no seu objetivo.





## CONCLUSÃO

A iniciativa praticada no quadro *Parceiro do RJ* reflete claramente a postura adotada pelo *RJTV*, de se colocar como um canal de mediação direta entre comunidades e poder público, principalmente no sentido de fiscalizar governos, sejam eles municipais ou estaduais, na ação e promoção de bem estar social por meio de infraestrutura adequada de acordo com os anseios da população. Essa função do telejornal enquanto “fiscalizador” e “defensor” da população já incorporada pelo jornalismo em geral, porém é potencializada no *Parceiro*. Na mesma medida, tanto o quadro quanto o próprio discurso adotado servem como meio mercadológico de promover não só o jornalismo da emissora como também ela própria (enquanto empresa), podendo cativar, deste modo, a audiência. E manter os índices de audiência em um momento no qual a televisão está em franca concorrência com alternativas adotadas, principalmente, pelo público jovem – potencial público do futuro –, é uma das medidas buscadas pelas mídias tradicionais para ainda se manterem em destaque.

O projeto também é um reflexo da popularidade da Internet e do advento das mídias sociais e alternativas informativas, que tem em seu público um *parceiro* (como o próprio quadro é intitulado) por meio do qual é possível produzir a notícia. Esse aval estabelecido junto aos telespectadores, mesmo que simulado, provoca a sensação de maior interatividade, até de interação entre emissor e receptor da mensagem, por mais que tal mensagem seja produzida e editada conforme os anseios da linha editorial do *RJTV*/emissora. Controle esse que também é exercido em outros veículos, incluindo a Internet (salvo os canais propostos pelos próprios internautas, mas que não se sabe ao certo sua popularidade e apelo junto aos potenciais consumidores da informação). O que se nota é que atualmente a inserção do público no processo de produção do conteúdo – e da notícia – está em ascensão e ainda não há indícios de seu fim.

Essa fase pela qual passa o jornalismo – com especial atenção ao telejornalismo – é só mais uma, como apontado na introdução e primeiro capítulo, ao narrar a trajetória da televisão, telejornais e profissionais do ambiente televisivo. Certamente não será a última fase; o que se percebe é que veículos considerados anteriormente como unidirecionais passam a adotar uma perspectiva mais aberta, propondo ao público não só ouvi-lo, como inclui-lo no processo produtivo de notícias para a TV, apesar de todas as limitações impostas. Embora siga na contramão proposta pela iniciativa, também é necessário que haja uma continuidade do

padrão estabelecido, seja técnico ou estético, para que os programas ou veículos não percam sua identidade.

Para que o jornalismo continue sendo uma instituição social é preciso que as empresas jornalísticas sejam criteriosas, mantendo alguns parâmetros pelos quais seja possível levar ao público notícias com idoneidade e caráter de verdade. Como exposto no segundo capítulo, é imprescindível a existência de profissionais, capacitados de forma teórica e técnica para auxiliar os colaboradores vindos do público, mediando a informação conjuntamente. Afinal, nem todos os usuários podem ou querem participar do processo de produção da notícia, mas os que se propõem carecem de orientações quanto ao modo de fazer jornalístico. No Brasil, apesar de não haver a obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão, ainda se nota que empresas jornalísticas continuam contratando profissionais formados em faculdades de jornalismo para trabalhar em cargos estabelecidos para a área. Para comprovar, basta acompanhar qualquer portal de notícias voltados para o setor ou mesmo outro veículo cujo foco seja a própria imprensa.

Voltando ao *Parceiro do RJ*, há que se ressaltar que tal proposta não se aplica a qualquer emissora, tampouco qualquer público. No caso do *RJTV*, conforme dados estatísticos levantados pelo departamento comercial da emissora e apontados no terceiro capítulo, o público majoritário da *TV Globo Rio* é composto pela classe C. As regiões apresentadas são de periferia e podem, desse modo, refletir essa parcela econômica. Assim, o mesmo não se aplicaria a emissoras cujo perfil econômico do público seja diferente do que é apresentado (a não ser que a proposta seja modificada para atender aos anseios do público cativo da emissora/telejornal e/ou programa jornalístico no qual se deseja inserir o projeto). A aproximação feita com as fontes e com os telespectadores via discurso textual e visual com certas peculiaridades diferentes do produzido por jornalistas, com informalidade tanto no traje quanto na linguagem e uso excessivo de coloquialismos, é uma das características mais marcantes da iniciativa. E se a proposta é permanecer com esta mesma abordagem, tal atributo não deve ser alterado.

É necessário que os responsáveis pelo quadro atentem para a interpretação prévia que pode surgir dos próprios participantes que se inscreverem nas edições posteriores. Tal interpretação (ou pré-formatação) pode ser encarada por eles como um modo de atuação, o que pode vir a descaracterizar a essência do projeto. Como exemplo citam-se as duplas veteranas de Campo Grande e Cidade de Deus que demonstraram maior distanciamento sobre os fatos, com o uso

moderado de linguagem coloquial e cuidado ao construir e narrar o texto falado, conforme exposto no terceiro capítulo.

Outro exemplo que pode ser citado ocorreu durante a seleção dos participantes da primeira edição do projeto no *MGTV 1ª Edição*, da *TV Globo Minas*, iniciado em 2013. Em uma das matérias produzidas pelos repórteres do telejornal, foi possível notar que um dos participantes, sob processo de seleção e posteriormente aprovado para integrar a equipe de *Parceiros do MG*, estava de terno<sup>101</sup> durante o evento de apresentação dos aprovados, diferentes dos demais participantes, em trajes informais. Ou seja, neste caso em particular, apesar de parecer algo localizado e facilmente identificado, é possível observar que o próprio participante já utiliza um padrão de roupa comumente utilizado por repórteres, mas que não é o adotado no *Parceiro*, o qual justamente fomenta que os integrantes do quadro se vistam informalmente, tal como se vestem cotidianamente.

Essa possibilidade de pré-formatação, concebida pelos próprios candidatos nos processos de seleção para os participantes, pode ser comparada ao procedimento adotado por candidatos em *realities shows*, nos quais é comum notar que os participantes selecionados entram no programa com uma postura preconcebida, com um modo específico de ação a fim de conquistar o público telespectador e, com isso, estar na final para a eleição do candidato que irá ganhar a maior premiação. No caso do quadro, objeto de pesquisa desta dissertação, é importante atentar para os participantes – ou candidatos a – que estiverem adotando uma postura semelhante a dos repórteres, uma vez que a proposta é promover, em um formato diferenciado, um jornalismo de proximidade feito pelos próprios moradores, encarados consequentemente como integrantes do público; que essa prática seja, desse modo, diferente da adotada pelos jornalistas. Caso contrário, não haverá razão para a existência de um quadro cujo diferencial seja a inserção de outros atores sociais no processo.

Com base na análise feita a respeito do objeto empírico, incluindo as entrevistas, sugere-se que a direção da emissora/telejornal, no qual se proponha incluir um quadro que conte com a participação do telespectador, observe alguns critérios de relevância para a inserção

---

<sup>101</sup> Informação pode ser comprovada via imagem. Disponível em: <<http://g1.globo.com/minas-gerais/parceiro-mg/noticia/2013/04/conheca-os-participantes-do-projeto-parceiros-do-mgtv.html>>. Acesso em: 14 de maio de 2013.

desses atores sociais no processo de produção da notícia, supervisionados pelos jornalistas, como o adotado no *RJTV 1ª Edição*:

1. **Os participantes devem passar por capacitação prévia, sob supervisão constante de jornalistas** – este é o critério mais importante para o desenvolvimento de iniciativas como a do *Parceiro do RJ*. Para que a emissora replique no quadro o padrão de qualidade adotado em seus programas, é necessário que haja um planejamento prévio no qual constem, além da seleção dos participantes, treinamentos que abarquem aspectos técnicos, no que diz respeito a produção da notícia em telejornalismo, e éticos, para que os participantes tenham em mente que, apesar de produzirem um jornalismo mais opinativo, há elementos próprios da natureza do Jornalismo enquanto instituição social que não devem ser destituídos da prática jornalística, como por exemplo dar espaço de fala para todos os lados envolvidos em um fato, a fim de garantir uma maior contextualização da notícia, explorando vários pontos de vista e multiplicidade de vozes;
2. **As comunidades representadas pelo quadro são de difícil acesso para repórteres** – ou seja, quais são os implicadores que fazem com que tal comunidade seja representada por um morador/correspondente? Periculosidade para os profissionais? Distância? A não aceitação dos membros de determinada comunidade sobre os profissionais da emissora?
3. **Há baixa audiência nas regiões atendidas** – considerando a notícia como um produto a ser consumido pelos telespectadores, cujo índice de audiência seja usado como fator mercadológico junto aos anunciantes, seria um dos critérios a serem adotados na escolha da representação das regiões a serem apresentadas no quadro;
4. **Há a possibilidade de conquistar o público jovem** – não é por acaso que as duplas são compostas majoritariamente por jovens. Em virtude da constante renovação do público da TV aberta, público este que também detém atenção a outros meios informativos, também é interessante que sejam viabilizadas formas de atrair a atenção dos jovens, seja na recriação de formatos, alteração da linha editorial, etc. Desse modo, a escolha da faixa etária dos participantes do quadro pode ser um fator a ser considerado, a fim de despertar ou não a atenção de uma parcela dos telespectadores constituída por jovens;
5. **Há a possibilidade de elaborar matérias mais aprofundadas/contextualizadas, com maior tempo de duração**

– as matérias veiculadas no quadro *Parceiro do RJ*, por exemplo, dispõem de um tempo considerado precioso em telejornal, uma vez que é comum inclusive descrito em manuais de telejornalismo produzir matérias com até um minuto e meio de duração. A elaboração de matérias cuja duração pode chegar aos três, quatro minutos de duração, poderia possibilitar maior contextualização dos fatos dentro do telejornal, com matérias mais aprofundadas sobre determinado assunto, fazendo uso de um número maior de fontes, que represente não somente as fontes denunciantes ou respondentes, como especialistas no assunto para promover uma pluralidade de vozes no telejornal. Também possibilitaria a produção de matérias conjuntas entre duas ou mais duplas, ampliando a abrangência da cobertura de determinado fato e, como consequência, podendo atrair a atenção de uma gama maior de telespectadores, que façam parte das regiões abordadas;

6. **Ampliação no número de matérias produzidas e classificadas na editoria de Curiosidades/Cultura** – apesar de refletir a linha editorial adotada pelo *RJTV 1ª Edição*, no qual é veiculada uma série de notícias classificadas como da editoria de serviço, uma vez que o próprio telejornal é encarado discursivamente pelos apresentadores/comentaristas/repórteres como um canal entre os telespectadores e o poder público, seria interessante o aumento no número de matérias sobre cultura e aspectos curiosos a respeito de cada região representada pelas duplas do quadro, para que este recurso não venha a ser encarado pelo público telespectador como apenas um repetidor da linha editorial do telejornal. Que haja aspectos que o diferenciem do conteúdo já abordado pelo programa, a fim de também pluralizar os temas representados pelo telejornal, caso seja de interesse.

Estas são apenas algumas sugestões a fim de propor uma reflexão a respeito da usabilidade da proposta. Sobre a exibição do quadro, embora seja veiculado no diariamente, de segunda a sábado, em uma média de quatro minutos por edição, seria adequado a proposição de edições semanais com maior duração (uma edição por semana do quadro com até oito minutos de duração), expondo não só a opinião do morador/contribuinte, como de especialistas sobre cada assunto, bem como das autoridades que devem solucionar os temas, no caso de pautas inseridas na editoria de serviço. Desse modo, haveria maior contextualização e aprofundamento de determinados temas, com aumento do alcance de vários grupos de telespectadores que o *RJTV 1ª*

*Edição* pode atingir, o qual não compreende apenas as populações da periferia, apesar de majoritariamente produzir matérias de interesses dessa camada popular.

Estas matérias, com maior tempo de duração, também poderiam ser produzidas em conjunto, entre uma ou mais duplas, abarcando várias regiões apresentadas pelo quadro, como uma grande reportagem semanal. Estes casos poderiam, ainda, abordar apenas matérias classificadas como da editoria de serviço, porém mais aprofundadas, semelhante ao adotado em quadros temáticos como é o caso do “Profissão Repórter”<sup>102</sup>, porém elaborado por telespectadores capacitados e reportando fatos que ocorrem no âmbito regional e local, visando a solução de problemas não só pelo poder público, mas principalmente de especialistas diretamente ligados ao assunto.

Também praticado pelo *RJTV*, o quadro *RJ Móvel* (mencionado no terceiro capítulo) pode, no oposto disso, aproximar o jornalista do público como aparentemente já o faz. Apesar de as propostas serem distintas, este quadro em particular é um exemplo de como os jornalistas podem praticar um jornalismo de proximidade usando, para tanto, linguagem e traje informal e criando vínculos com os telespectadores em seu discurso como o feito no *Parceiro do RJ*. Ao invés de apenas uma jornalista, outros profissionais também poderiam ser destacados para a função atuando em regiões distintas e fixas. Preferencialmente que atuem durante um determinado período experimental junto à comunidade, antes de integrarem o quadro. Uma pesquisa aprofundada de campo junto às comunidades, conhecendo os projetos sociais, o dia a dia dos moradores (em feiras, eventos de entretenimento, etc.), os movimentos sociais; ou, a fim de facilitar esta etapa, a contratação de jornalistas que já morem nessas regiões. Seria, portanto, uma possibilidade para que profissionais agissem com a mesma postura adotada pelos telespectadores capacitados no *Parceiro do RJ*.

Quanto aos *parceiros*, se são considerados telespectadores? Conforme abordado no segundo capítulo, eles podem até o ser. Contudo, não na mesma perspectiva seguida por aquele integrante do público em geral que apenas consome as informações, seja em casa, seja no trabalho ou em qualquer outro lugar. A partir do momento que continua

---

<sup>102</sup> Exibido pela *Rede Globo*, o *Profissão Repórter* é um programa jornalístico no qual jovens repórteres, capitaneados pelo jornalista Caco Barcellos, mostram perspectivas diferentes sobre uma mesma temática. Apresentam, inclusive, os bastidores e desafios da produção da notícia. Disponível em: <<http://g1.globo.com/profissao-reporter/>>. Acesso em: 9 de junho de 2013.

assistindo televisão, não pode ser considerado outra coisa senão um telespectador, todavia diferenciado, já que recebeu formação técnica e trabalhou durante determinado período na área. Não é jornalista, uma vez que aqui se considera como jornalista o profissional devidamente capacitado e profissionalizado nas faculdades de Jornalismo (ou que ofertem esta habilitação), com subsídios técnicos e teóricos a respeito da atividade. Entretanto, mesmo o profissional é um telespectador quando não atua em televisão. E mesmo que atue, quando dedica tempo em frente ao televisor para se informar continua sendo um (tele)espectador.

Não se trata de ver este público capacitado como uma espécie de “adversário”, mas sim um aliado ao processo. Afinal, também integra a audiência – constituída pelo público que consome a informação e que quer se ver na tela. Os *parceiros* podem ser fundamentais nesta fase, para continuar mantendo forte a edificação e popularidade do telejornalismo. O modo como as pessoas consomem a notícia é o principal motor de mudança do jornalismo como se conhecia.

A própria Internet e sua popularização já alteraram a rotina jornalística e as atribuições profissionais. Enquanto antes se buscava o rigor na apuração e a saída em campo para a produção noticiosa, com a Internet o processo é alterado, haja vista a imensa quantidade de informação disponível na *web*, entre outras facilidades encontradas durante o processo de produção. E se os jornalistas deixam de sair das redações, em dada medida, ocorre pela sanha por furos jornalísticos, imposta pela concorrência do mercado, como também a corrida contra o tempo dos *deadlines* estabelecida pelos chefes de redação e editores/diretores (por sua vez influenciados pelos proprietários do veículo), inviabilizando um maior tempo e dedicação sobre as notícias. Soma-se a isso os baixos salários, a carga horária sobrecarregada e o acúmulo de funções, a falta de valorização dos profissionais, entre outros tantos problemas advindos com as alterações nas propostas mercadológicas dos veículos<sup>103</sup>. É claro que com o surgimento das novas mídias, a forma como as informações são consumidas foi alterada, assim como a maneira que o público vê o processo, conforme descrito anteriormente. Mas não é o motivo exclusivo para os problemas no campo profissional. Não dá para apontar apenas um responsável no que

---

<sup>103</sup> Os resultados da recente pesquisa lançada em maio de 2013 e intitulada “Perfil do Jornalista Brasileiro – Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012”, dos jornalistas Jacques Mick e Samuel Lima, aponta uma série de pistas que possam dar conta a respeito do atual cenário profissional dos jornalistas.

tange às transformações tanto da rotina jornalística quanto das atribuições profissionais.

Cada vez mais o público imerge no jornalismo. Tanto que o conceito de jornalismo imersivo<sup>104</sup> vem sendo pregado cada vez com maior frequência nos campos profissional e acadêmico (a imersão do público pela internet, em ambientes virtuais e plataformas de jogos em 3D, por exemplo, por meio dos quais são transmitidas notícias, informação em geral e documentários baseados em histórias reais, mesclando elementos da realidade).

No Brasil uma experiência recente pode ser considerada como um exemplo de jornalismo imersivo: a ação de jornalistas e outros indivíduos integrantes do grupo *Mídia N.I.N.J.A.: Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação*<sup>105</sup>, responsável pela cobertura alternativa das recentes manifestações ocorridas no Brasil nos meses de junho e julho de 2013. A cobertura jornalística praticada pelo grupo enfatizou o debate, nos meios tradicionais e críticos de mídia e imprensa, sobre o jornalismo e ativismo.

O modelo de produção e transmissão das imagens adotado pelo grupo é livre, sem edição. As imagens transmitidas são brutas, sem cortes, feitas do local do acontecimento e transmitidas em tempo real pela Internet, atraindo milhares de pessoas que participavam das manifestações ou que as acompanhavam pelas redes sociais.

A transmissão da cobertura jornalística realizada pelos *ninjas*, como são chamados pelo público, é feita por meio de aplicativos de *streaming*, que consistem em uma forma gratuita de distribuição de conteúdo multimídia por meio de pacotes que seguem em fluxo contínuo na Internet (SILVA, F. F., 2008). Esses aplicativos estão disponíveis na web por meio de sites e de forma livre, não sendo necessário nenhum tipo de cadastro para visualização das imagens audiovisuais (transmitidas em tempo real), apenas o link, disseminado rapidamente

---

<sup>104</sup> Um exemplo de *immersive journalism* é o uso de jogos em 3D, aliando a mescla de sons reais e outras informações apresentadas durante um jogo. Não se trata de jogar um *game* com regras previamente estabelecidas, mas fomentar de forma voluntária a participação do usuário, que irá, ele próprio, buscar novas informações ou outras descobertas sobre os fatos dentro do próprio jogo. Disponível em: <<http://www.immersivejournalism.com>>. Acesso em: 3 de junho de 2013.

<sup>105</sup> Página do grupo no *Facebook*, uma das redes sociais pelas quais interagem com o público e divulgam suas coberturas jornalísticas. Disponível em: <<https://www.facebook.com/midiaNINJA>>. Acesso em: 7 de julho de 2013.



pelas redes sociais ou disponibilizado na página da *Pós.TV*<sup>106</sup>. A cobertura do *Mídia N.I.N.J.A.* é feita por meio de um celular com acesso à Internet 3G ou 4G e um *laptop*, na base do improviso, quando surgem os eventos a serem monitorados de perto (LORENZOTTI, 2013).

O grupo se popularizou principalmente durante a cobertura dos protestos realizados por todo o Brasil no mês de junho de 2013. Contudo, sua história começou durante a cobertura ao vivo da Marcha da Liberdade de São Paulo, em 28 de maio de 2011, resultando no lançamento do *Pós.TV*, canal de transmissão por *streaming* de debates e outros eventos alternativos (MAZOTTE, 2013). Em uma das transmissões realizadas em 2013, o *Mídia N.I.N.J.A.* alcançou a marca dos 100 mil espectadores. As demissões de jornalistas nas redações de alguns veículos jornalísticos paulistanos durante o mês de junho de 2013 impulsionaram ainda mais o grupo, uma vez que alguns jornalistas também integram a equipe de *ninjas* ('N.I.N.J.A. TV' ..., 2013).

O canal também é mantido por integrantes do circuito *Fora do Eixo*. A organização nasceu em 2005, inicialmente como uma rede responsável por organizar circuitos de música e impulsionar artistas independentes. Atualmente mais de 270 coletivos fazem parte, em várias cidades brasileiras. (MAZOTTE, 2013).

As coberturas organizadas pelo *Mídia N.I.N.J.A.* passaram a ser notadas com mais interesse pela mídia tradicional quando alcançaram grande repercussão entre os internautas e espectadores na web, pautando a imprensa e se tornando pauta dela. As críticas sobre as coberturas se referem, especialmente à qualidade técnica da transmissão, referente à imagem e som, assim como são questionados pela credibilidade do jornalismo praticado por eles.

Mas diferente do jornalismo tradicional, que tem como principais preceitos buscar um olhar distanciado e isento dos fatos, o mesmo não ocorre com o jornalismo praticado pelas mídias alternativas, que não possuem um plano fixo de orientação. A função desse tipo de cobertura é justamente romper com os paradigmas considerados clássicos para a profissão, como objetividade e imparcialidade (MAZOTTE, 2013)

Não se sabe até quando o *Mídia N.I.N.J.A.* continuará existindo. Todavia, pode ser um indicativo de que a proposta, por parte do público, da criação de grupos de mídia independentes, torne-se uma crescente e coexista com a imprensa tradicional. É necessário atentar, porém, que o Jornalismo é construído a partir de uma série de parâmetros éticos, teóricos e técnicos para levar ao público uma informação objetiva. E

---

<sup>106</sup> Disponível em: <<http://www.postv.org>>. Acesso em: 3 de julho de 2013.

mesmo que o público não seja passivo, pode, entretanto, ser influenciado de ambas as partes (imprensa tradicional e grupos informativos alternativos). Portanto, é preciso cautela, uma vez que nenhum dos lados será plenamente livre de subjetividades ou princípios ideológicos.

As manifestações populares brasileiras ocorridas em 2013 apresentaram, ainda, outro dado importante a ser considerado: a insatisfação de uma parcela do público com a informação divulgada pela imprensa tradicional, notadamente as emissoras de televisão. Durante os eventos, jornalistas foram hostilizados, agredidos; emissoras foram depredadas, assim como outros patrimônios pertencentes às empresas de comunicação. Para driblar os grupos mais rebeldes, os jornalistas de televisão adotaram práticas alternativas, como a retirada da canopla<sup>107</sup> dos microfones ou qualquer outra identificação visual que os ligassem com as emissoras. alguns atuaram à paisana, tal qual como os policiais atuam (BRASIL, 2013a). Outros veículos utilizaram tecnologias como os *drones*<sup>108</sup> para tentar fazer a cobertura jornalística, porém longe dos manifestantes (BRASIL, 2013b).

O jornalismo é feito para informar o público, com vistas também a manter ou aumentar os níveis de audiência e consumo e, em conta disso, para que as empresas jornalísticas obtenham patrocínio para movimentar financeiramente o processo. Sem dinheiro para movimentar a máquina, não se faz jornalismo, tampouco os jornalistas terão emprego ou salários pagos.

Para que o jornalista não seja encarado como o outro, também não pode encarar o público da mesma forma. O simples fato de relegar o público a uma condição de espectador, daquele que espera pela notícia é algo que muda no atual cenário. E se este mesmo indivíduo se interessar em auxiliar no processo, é o jornalista quem estará - ou deverá - estar ali para auxiliar, para indicar o melhor modo ou o caminho mais coerente para lidar com os fatos brutos, antes de serem lapidados como notícia. Esse agir com, em conjunto, mais uma vez, pode ser benéfico inclusive para que esse indivíduo, não profissionalizado, queira se profissionalizar

---

<sup>107</sup> Acessório colocado no microfone, utilizado para identificar a logo da emissora de TV.

<sup>108</sup> Zangão, em inglês, ou Veículo Aéreo Não Tripulado (VANT), um *drone* é uma aeronave que não necessita de pilotos embarcados para ser guiada. São pilotados a distância por meios eletrônicos e computacionais e transportam câmeras de vídeo de alta resolução, com capacidade de gravar e transmitir imagens em tempo real, de qualquer altura ou distância (BRASIL, 2013b).

em uma faculdade de jornalismo. Educação e conhecimento sempre serão bem vindos (e hoje inclusive as grandes empresas de comunicação buscam na promoção da educação mais uma forma de gerar lucro<sup>109</sup>).

O jornalismo é uma área dominada por profissionais, mas também por um incontável número de agentes que, apesar de não possuírem formação, conseguiram cativar seu espaço. Como os práticos do passado, introduzidos nas empresas jornalísticas em outros departamentos até ter seu talento reconhecido. Para tanto, foram capacitados. Alguns mais tarde, com o advento das faculdades, especializaram-se, como parte dos participantes do quadro também fizeram ou fazem (descrito no terceiro capítulo e entrevistas). Ou seja: houve a necessidade em aperfeiçoarem-se, não apenas de forma técnica, mas também teórica.

Não há garantias que o jornalismo participativo como praticado no quadro *Parceiro do RJ* seja ampliado, assim como não se sabe sobre seu fim. O que se notou, no entanto, é que os participantes são controlados e agem conforme o padrão técnico e de qualidade adotado pela emissora. Assim como, no geral, a participação do público nos telejornais também ocorre de forma limitada e vigiada. A inserção de telespectadores na produção noticiosa pode ser encarada como uma simulação de interatividade. Também não dá para afirmar qual o futuro da categoria de profissionais com a inserção de outros atores sociais no processo de produção da notícia, uma vez que a inserção de indivíduos desprovidos de um diploma ou registro já ocorre desde o início da televisão brasileira, como apontado nesta pesquisa. Também não é possível afirmar que não haverão mais jornalistas no mercado de trabalho, já que o que se nota é que estudantes continuam ingressando nas faculdades de jornalismo mesmo após a queda do diploma. Desse modo, é importante que a participação do público, de que forma for, seja amparada e observada por profissionais e, principalmente, nas pesquisas acadêmicas, a fim de fomentar o debate e propor soluções que viabilizem a inserção do público no processo produtivo da notícia. Inclusive a pesquisa pode ser aprofundada em um projeto de doutorado futuro, explorando, por exemplo, um estudo de recepção sobre como os

---

<sup>109</sup> Grandes conglomerados da comunicação brasileira como o *Grupo Abril* ou a própria *Rede Globo* já investem em educação, seja em projetos sociais ou outras medidas (exemplos disponíveis em: <<http://www.abrileducacao.com.br>> e <<http://redegloboglobo.com/globoeducacao/>>, respectivamente). Acesso em: 3 de junho de 2013.

demais telespectadores, órgãos fiscalizadores e classe jornalística em geral encaram esta iniciativa ou projetos similares.

A participação do usuário não pode ser desprezada, mas sim qualificada para que haja uma interação e crescimento mútuos entre público e imprensa, preservando não só o jornalismo como a profissão e os jornalistas em suas atribuições. Assim garante-se uma mínima, porém importante, respeitabilidade dos princípios éticos da profissão e da notícia.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Henrique. TV Muro, a menor TV do mundo. **Overmundo**, 12 de novembro de 2007. Disponível em: <<http://www.overmundo.com.br/overblog/tv-muro-a-menor-tv-do-mundo>>. Acesso: 10 de outubro de 2012.

AMORIM, Lidiane Ramirez de. **Telespectador Multimídia: olhares sobre o jornalismo participativo em noticiários de TV**. Orientadora: Cristiane Finger. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), 2009. 177p. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social.

ANDRADE, João Batista de. **O Povo Fala: Um Cineasta na Área de Jornalismo da Tv Brasileira**. São Paulo: Senac Nacional, 2002.

ARAÚJO, Valéria M. S. V. B. **Direto de Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo: uma análise do Repórter Brasil**. Orientadora: Profa. Dr. Itania Maria Mota Gomes. Salvador: UFBA, 2008. 81p. Monografia – Graduação em Comunicação Social – Jornalismo.

AZEREDO, Raquel de. **TV Muro** [Internet]. Sabará/MG: programa Fuzarka, 28 jun. 2007 [Vídeo - duração: 5min. 40seg.]. Disponível em: <[http://www.youtube.com/watch?v=k1-i\\_lTVjoM](http://www.youtube.com/watch?v=k1-i_lTVjoM)>. Acesso: 10 de outubro de 2012

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN. M. **Estética da criação verbal**. 5. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Telejornalismo: Os segredos da notícia na TV**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

BARCELOS, Marcelo. **Jornalismo Cidadão: Participação do leitor nos jornais do Grupo RBS em Santa Catarina**. Orientador: Rogério Christofoletti. Florianópolis: UFSC, 2011. 147p. Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-Graduação de Jornalismo.

BECKER, Beatriz. **Telejornalismo de qualidade: um conceito em construção**. Revista Galáxia. São Paulo, n. 10, dezembro de 2005, p. 51-64. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1428>>. Acesso: 20 de junho de 2012.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo audiovisual de qualidade: um conceito em construção**. In: Estudos em Jornalismo e mídia, ano VI, n° 2, 2009. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/11336>>. Acesso: 5 de outubro de 2012.

\_\_\_\_\_. **Todos juntos e misturados, mas cada um no seu quadrado**: um estudo do RJTV 1ª edição e do Parceiros do RJ. 2012 - XXI COMPÓS: Juiz de Fora / MG Disponível em: <<http://www.compos.org.br/pagina.php?menu=22&mmenu=6&gm=int&gti=arqul&ordem=3&grupo1=9D>>. Acesso em: 10 de agosto de 2012.

BERGAMO, Alexandre. **A reconfiguração do público**. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (orgs.). História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010, 59-83p.

BENEDETI, Carina Andrade. **A qualidade da informação jornalística**: do conceito à prática. Florianópolis: Insular, 2009.

BRAMBILLA, Ana Maria. **Jornalismo open source em busca de credibilidade**. In: Intercom 2005 – XXVIII Congresso Brasileiro Interdisciplinar de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: set. 2005. Disponível em: <[http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/Ana\\_4.pdf](http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/Ana_4.pdf)>. Acesso: 10 de abril de 2012.

BRANDÃO, Cristina. **As primeiras produções teleficcionais**. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (orgs.). História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010, 37-55p.

BRASIL, Antonio. **Inovação para o Telejornalismo na Era Digital**. [Minicurso]. Florianópolis/SC: Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, dezembro de 2011.

\_\_\_\_\_. Cobertura na TV ‘subiu no telhado’. **Observatório da Imprensa**, 25 de junho de 2013a. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed752\\_cobertura\\_na\\_tv\\_subiu\\_no\\_telhado](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed752_cobertura_na_tv_subiu_no_telhado)>. Acesso em: 3 de julho de 2013.

\_\_\_\_\_. Drones espionam protestos no Brasil. **Observatório da Imprensa**, 2 de julho de 2013b. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed753\\_drones\\_espionam\\_protestos\\_no\\_brasil](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed753_drones_espionam_protestos_no_brasil)>. Acesso em: 3 de julho de 2013.

BRAUNE, Bia; RIXA. **Almanaque da TV**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

**BRETAS, Erick**. Erick Bretas: depoimento [22 de outubro de 2012]. Entrevistadora: Samira Moratti Frazão. Rio de Janeiro, 2012.

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.

CAPRINO, Mônica Pegurer; ROSSETTI, Regina; GOULART, Elias. Comunicação e sociedade: faces e interfaces inovadoras. In: CAPRINO, Mônica Pegurer (org.). **Comunicação e Inovação**: reflexões contemporâneas. São Paulo: Paulus, 2008.

CAPRINO, Mônica Pegurer; SANTOS, Marli dos. **Alfabetização midiática e conteúdo gerado pelo usuário no telejornalismo**. In: Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo/SP: Universidade Metodista de São Paulo, v. 34, n. 1, julho/dezembro de 2012, p. 109-130.

CASTILHO, Carlos Albano Volkmer de. **O processo colaborativo na produção de informações**: gênese, sistemas e possíveis aplicações no Jornalismo Comunitário. Orientador: Prof. Eduardo Barreto Vianna Meditsch. Florianópolis: UFSC, 2009. 68p. Dissertação de Mestrado em Engenharia e Gestão do Conhecimento no Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento.

\_\_\_\_\_. O diploma e o futuro do jornalismo. **Observatório da imprensa**, 29 de agosto de 2012. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/menos\\_diplom](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/menos_diplom)>

a\_e\_mais\_busca\_de\_qualidade\_na\_discussao\_sobre\_o\_futuro\_do\_jornalismo>. Acesso: 30 de setembro de 2012.

**CLASSE C ganha 40,3 milhões de brasileiros em sete anos.** Veja, 22 de março de 2012. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/economia/classe-c-ganha-40-3-milhoes-de-brasileiros-em-sete-anos>>. Acesso em: 18 de agosto de 2012.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **Información Televisiva: Mediaciones, Contenidos, Expresión y Programación.** Madrid: Síntesis, 1998.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** 1. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia: uma moral provisória.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

COUTINHO, Iluska. **Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento.** In: VIZEU, Alfredo (org.). A sociedade do telejornalismo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, p. 91-107.

\_\_\_\_\_. **Telejornalismo e Público: Sobre vínculos com o cidadão, convertido em audiência.** In: PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo; COUTINHO, Iluska (orgs.). O Brasil (é)ditado. Florianópolis: Insular, 2012, p. 21-42.

CROCOMO, Fernando. **TV digital e produção interativa: a comunidade manda notícias.** Florianópolis: Ed. da UFSC, 2007.

DIZARD Jr., Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação.** 2 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

DOMINGUEZ, Michelle Borges. **VC no RJTV: Jornalismo Participativo no RJTV 1ª Edição.** Orientadora: Carla Cristina da Costa Teixeira de Faria. Rio de Janeiro: UERJ, 2009. 99p. Monografia para obtenção do grau de Bacharel – Departamento de Jornalismo.



DUARTE, Elizabeth Bastos. **Preâmbulo**. In.: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília de. (orgs). Comunicação Audiovisual - Gêneros e formatos. Porto Alegre/RS: Editora Sulina, 2007a, p. 7-18.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Telejornais: incidências do tempo sobre o tom**. In.: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília de. (orgs). Comunicação Audiovisual - Gêneros e formatos. Porto Alegre/RS: Editora Sulina, 2007b, p. 35-57.

ECO, Umberto. "La estrategia de la ilusión" - **TV: la transparencia perdida**. 1983. DDOOSS. Disponível em: <[http://www.ddooss.org/articulos/textos/Umberto\\_Eco.htm](http://www.ddooss.org/articulos/textos/Umberto_Eco.htm)>. Acesso: 4 de outubro de 2012.

EMERIM, Cárlica; CAVENAGHI, Beatriz. **Cobertura ao vivo em telejornalismo: propostas conceituais**. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo – 10<sup>o</sup> Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Curitiba: Pontifícia Universidade Católica do Paraná, novembro de 2012. Disponível em: <<http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJOR/paper/view/1699/296>>. Acesso em: 5 de abril de 2013.

FALCÃO, Márcio. Supremo derruba exigência do diploma para jornalistas. **Folha de S. Paulo**, 17 de junho de 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u582417.shtml>>. Acesso em: 16 de abril de 2013.

FECHINE, Yvana. Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos. Revista Symposium, Ano 5, n. 1, janeiro-junho de 2001. **Universidade Católica de Pernambuco**. Disponível em: <[http://www.unicap.br/Arte/ler.php?art\\_cod=692](http://www.unicap.br/Arte/ler.php?art_cod=692)>. Acesso em: 26 de janeiro de 2012.

FINGER, Cristiane; SOUZA, Fábio Canatta de. **Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar**. Revista Famecos. Porto Alegre/RS: v. 19, n. 2, p. 373-389, maio/agosto de 2012.

FLORISBAL, Octávio In: STYCER, Mauricio. Globo muda programação para atender a nova classe C. **UOL**, 9 de maio de 2011. Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/ultimas->

noticias/2011/05/09/globo-muda-programacao-para-atender-a-nova-classe-c.jhtm>. Acesso em: 13 de agosto de 2012.

\_\_\_\_\_ In: PADIGLIONE, Cristina. Florisbal: “Somos neuróticos com essa questão da audiência”. **EMais - Estadão**, 12 de agosto de 2012. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/cristina-padiglione/florisbal-somos-neuroticos-com-essa-questao-da-audiencia/>>. Acesso em: 13 de agosto de 2012.

FONTCUBERTA, Mar de. **Uma televisão de qualidade exige um receptor de qualidade**. In: BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA, Vítor (orgs.). Discursos e práticas de qualidade na televisão. Lisboa: Livros Horizonte, 2008, p. 189-198.

FOSCHINI, Ana Carmem; TADDEI, Roberto Romano. **Jornalismo Cidadão: você faz a notícia**. São Paulo, 2006. Disponível em: <[http://www.anacarmem.com/download/conquiste-a-rede/Conquiste\\_a\\_Rede\\_Jornalismo\\_Cidadao.pdf](http://www.anacarmem.com/download/conquiste-a-rede/Conquiste_a_Rede_Jornalismo_Cidadao.pdf)>. Acesso: 4 de setembro de 2012.

GIACOMINI FILHO, Gino; SANTOS, Roberto Elísio dos. Convergências conceituais e teóricas entre comunicação e inovação. In:

CAPRINO, Mônica Pegurer (org.). **Comunicação e Inovação**: reflexões contemporâneas. São Paulo: Paulus, 2008.

GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Editorial Presença, 2004.

GOMES, Itania. **A noção de gênero televisivo como estratégia de interação**: o diálogo entre os cultural studies e os estudos da linguagem. Revista Fronteiras, v. 4, n. 2, dezembro de 2002, p. 165-185.

GOMES, Itania Maria Mota. **Metodologia de Análise do Telejornalismo**. In: GOMES, Itania Maria Mota (org.). **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011, 17-48p.

GOMES, Taiga Corrêa. **A cidade televisionada**: um olhar sobre a relação entre o telejornal local, o telespectador e o Grande Rio. Orientador: Fernando Resende. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade

Católica do Rio de Janeiro 2007. 107p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social.

GÓMEZ, José Ignacio Aguaded. **Telespectadores críticos e activos perante os ecrãs**. In: BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA, Vítor (orgs.). Discursos e práticas de qualidade na televisão. Lisboa: Livros Horizonte, 2008, p. 179-188.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

GUTIERRE, Gislaine. **Globo comemora 50 anos da TV no Brasil com especial**. Diário do Grande ABC, 14 de março de 2000. Disponível em: <<http://www.dgabc.com.br/News/90000102643/globo-comemora-50-anos-da-tv-no-brasil-com-especial.aspx?ref=history>>. Acesso em: 26 de março de 2013.

GUIMARÃES, Lara Linhalis. **As novas aproximações entre telejornal e audiência: a participação do público no quadro Parceiro do RJ**. 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Curitiba/PR: PUC, novembro de 2012. Disponível em: <<http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJOR/paper/viewFile/1961/160>>. Acesso em: 17 de janeiro de 2013.

HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre, Tchê Editora, 1986.

**IBGE: pela 1ª vez, domicílios brasileiros têm mais TV e geladeira do que rádio**. Último Segundo – IG, 27 de abril de 2012. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2012-04-27/ibge-pela-1-vez-domicilios-brasileiros-tem-mais-tv-e-geladeira-d.html>>. Acesso: 13 de setembro de 2012.

**INSCREVA-SE para ser Parceiro do RJ**. Parceiro do RJ – G1, 10 de janeiro de 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/01/inscreva-se-para-ser-parceiro-do-rj.html>>. Acesso em 14 de agosto de 2012.

JENKINS, H. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JENSEN, Jens F. **‘Interactivity’: Tracking a New Concept in Media and Communication Studies**. In: Special Issue: The XIII Nordic Conference on Mass Communication Research. *Nordicom Review*, n. 1, v. 19, 1998. Disponível em: <[http://www.nordicom.gu.se/common/publ\\_pdf/38\\_jensen.pdf](http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/38_jensen.pdf)>. Acesso em: 23 de janeiro de 2012.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

\_\_\_\_\_. **Comprender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

KNEIPP, Valquíria Passos. **Trajectoria de formação do telejornalista brasileiro**. Orientador: José Marques de Melo. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2008. 245p. Tese de Doutorado – Escola de Comunicação e Artes.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo - Norte e Sul: Manual de comunicação**. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

**LABARTHE, Monica**. Monica Labarthe: depoimento [18 de abril de 2013]. Entrevistadora: Samira Moratti Frazão. Rio de Janeiro, 2013 (por *e-mail*).

LACALLE, Charo. **El espectador televisivo: programas de entretenimiento**. Barcelona: Gedisa, 2001, p. 11-41.

LEAL, Carolina; LUCHETE, Felipe. Com show do intervalo caseiro, TV Muro exhibe jogos do Brasil. **Folha de São Paulo**, 28 de junho de 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/755720-com-show-do-intervalo-caseiro-tv-muro-exibe-jogos-do-brasil.shtml>>. Acesso: 10 de outubro de 2012.

**LEGISLAÇÃO**. Conselho Federal de Engenharia e Agronomia (CONFEA). Disponível em: <<http://normativos.confex.org.br/ementas/visualiza.asp?idEmenta=610&idTipoEmenta=1&Numero=>>>. Acesso em: 3 de julho de 2013.

LEITÃO, Thais. **Rocinha é a maior favela do Brasil, mostra IBGE**. Agência Brasil, 21 de dezembro de 2011. Disponível em:

<<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2011-12-21/rocinha-e-maior-favela-do-brasil-mostra-ibge>>. Acesso: 28 de setembro de 2012.

LORENZOTTI, Elizabeth. POSTV, de pós-jornalistas para pós-telespectadores. **Observatório da Imprensa**, 25 de junho de 2013. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/postv\\_de\\_pos\\_jornalistas\\_para\\_pos\\_tespectadores](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/postv_de_pos_jornalistas_para_pos_tespectadores)>. Acesso em: 3 de julho de 2013.

LUCENA, Sara Benevides de; BARRETO, Virgínia Sá. “**A Periferia não está por fora, está por dentro**”: Um olhar sobre as estratégias comunicativas do programa **Central da Periferia da TV Globo**. In: Colóquio Internacional Televisão e Realidade. Bahia: 2008. Disponível em: <<http://www.tvrealidade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Sara%20Lucena.pdf>>. Acesso em: 9 de julho de 2012.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 5. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

MANZINI, Eduardo José. Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros. In: **Seminário Internacional de Pesquisa e Estudos Qualitativos**, 2. Anais do II Seminário Internacional de Pesquisa e Estudos Qualitativos: “A pesquisa Qualitativa em Debate”. Bauru: SIPEQ, 2004. Disponível em: <<http://www.sepq.org.br/IIsipeq/anais/pdf/gt3/04.pdf>>. Acesso em: 15 de maio de 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção**. In: RINCÓN, Omar. Televisão pública: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002, p. 41-79.

\_\_\_\_\_. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. 10. ed. São Paulo: Loyola, 2007.

MATTOS, Sérgio. **A evolução histórica da televisão brasileira**. In VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). 60

anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010, p. 23-55.

MATTOS, Sérgio. **História da Televisão Brasileira**: uma visão econômica, social e política. Petrópolis/RJ: Vozes, 2002.

MAZOTTE, Natalia. Mídia NINJA: um fenômeno de jornalismo alternativo que emergiu dos protestos no Brasil. **Journalism in the Americas - The University of Texas at Austin**, 25 de julho de 2013. Disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-14113-midia-ninja-um-fenomeno-de-jornalismo-alternativo-que-emergiu-dos-protestos-no-rio-de->>. Acesso em: 4 de agosto de 2013.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda: Jornalismo na Sociedade Urbana e Industrial**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1988.

MENDONÇA, Kleber. **Em “Linha Direta” com os novos padrões para o telejornalismo**. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart [et. al.]. História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010, p. 259-277.

MICK, Jacques; LIMA, Samuel. **Perfil do Jornalista Brasileiro**: Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico. Florianópolis: Insular, 2013.

MOTA, Jhonatan. **Telejornalismo e participação popular: Modos de inserção da população na narrativa audiovisual**. In: PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo; COUTINHO, Iluska (orgs.). O Brasil (é)ditado. Florianópolis: Insular, 2012, p. 113-137.

NEVES, Lucas. Canal FizTV estreia hoje na TVA. **Folha de S. Paulo**, 29 de julho de 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2907200710.htm>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

'N.I.N.J.A. TV' busca novos meios de cobrir protestos. Folha de São Paulo, 20 de junho de 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/06/1298124-ninja-tv-busca-novos-meios-de-cobrir-protestos.shtml>>. Acesso em: 20 de julho de 2013.

PADIGLIONE, Cristina. Abril tira do ar seus canais de TV. **Estadão**, 19 de junho de 2009. Disponível em:

<<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,abril-tira-do-ar-seus-canais-de-tv,389656,0.htm>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV**: manual de telejornalismo. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

**PATERNOSTRO, Vera Íris**. Vera Íris Paternostro: depoimento [26 de março de 2013]. Entrevistadora: Samira Moratti Frazão. Rio de Janeiro, 2013 (por telefone).

PEREIRA JUNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia**: os bastidores do telejornalismo. Porto Alegre: EdIPUC-RS, 2003.

\_\_\_\_\_. **Telejornalismo: das rotinas produtivas à audiência presumida**. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; MOTA, Célia Ladeira (orgs.). Telejornalismo: a nova praça pública. Florianópolis: Insular, 2006, p. 19-40.

PRIMO, Alex. **Interação mútua e reativa**: uma proposta de estudo. Revista da Famecos, n. 12, junho de 2000. Disponível em: <[http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/int\\_mutua\\_reativa.pdf](http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/int_mutua_reativa.pdf)>. Acesso: 5 de setembro de 2012.

\_\_\_\_\_. **Interação**. In: MARCONDES FILHO, Ciro. Dicionário da Comunicação. São Paulo: Paulus, 2009, p. 188-189.

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

**RENE Silva, jovem morador do Morro do Adeus, twittou em tempo real a invasão da polícia ao...** O Globo, 29 de novembro de 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/rene-silva-jovem-do-morador-do-morro-do-adeus-twittou-em-tempo-real-invasao-da-policia-ao-2918816>>. Acesso: 4 de setembro de 2012.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **60 anos de jornalismo na TV brasileira**: percalços e conquistas. In VIZEU, Alfredo; PORCELLO,

Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). 60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010, p. 57-81.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. **A renovação estética da TV**. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (orgs.). História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010, 109-135p.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

ROTHMAN, Paula. TV do futuro terá tablet como segunda tela. **Info**, 16 de janeiro de 2013. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/tecnologia-pessoal/tv-do-futuro-tera-tablet-como-segunda-tela-16012013-15.shl>>. Acesso em: 18 de janeiro de 2013.

RUDEK, Mariana; PEREIRA, Ariane. **Na Hora Certa: interatividade entre telejornalistas e telespectadores**. In: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom; XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Fortaleza, CE: 3-7 de setembro de 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2044-1.pdf>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

SABACK, Lilian. **Telejornalismo local**. In: RODRIGUES, Ernesto (org.). No próximo bloco...: o jornalismo brasileiro na TV e na internet. Rio de Janeiro: ED. Puc-Rio; São Paulo: Loyola, 2005, p. 149-161.

SABADINI, Geísi Viana; MENDONÇA, Kleber. **Parceiros do RJ: A representação da ‘voz do morro’ e a reconfiguração do fazer jornalístico**. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, RS, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-0587-1.pdf>>. Acesso em: 4 de abril de 2012.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina**. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.



SAVI, Rafael. **Utilização de Ferramentas Interativas em Jornalismo Participativo**: uma análise de casos de blogs, wikis, fóruns e podcasts em meados da primeira década do século XXI. Florianópolis, UFSC, 2007. 152 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento.

SCOLARI, Carlos. **Ecología de la hipertelevisión. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad en la televisión contemporánea**. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (orgs.). *Televisão Digital: Desafios para a comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SILVA, Cláudia. **iReport: uma análise do jornalismo participativo no site da CNN** [CD-ROM]. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. 9ª Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro, ECO, novembro de 2011, CD-ROM: sound, color, 4 3/4 in.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo live streaming: tempo real, mobilidade e espaço urbano**. In: 6º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Universidade Metodista de São Paulo, 19 a 21 de novembro de 2008. Disponível em: <<http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/resumod.php?id=638>>. Acesso em: 8 de julho de 2013.

SILVA, Juliana Ângela da. **O Telejornalismo e a Coprodução de Notícias: as várias faces da participação do público**. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Fortaleza, CE, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0791-1.pdf>>. Acesso: 2 de setembro de 2012.

**SINDICATO contesta precarização da mídia**. Associação Brasileira de Imprensa, 2 de maio de 2011. Disponível em: <<http://ww2.abi.org.br/sindicato-contestaprecarizacao-da-midia/>>. Acesso em: 14 de agosto de 2012.

SOARES, Louise Christina de Andrade Silva; BECKER, Beatriz. **Participação da audiência e qualidade do telejornal**: um estudo do quadro Parceiros do RJ [CD-ROM]. SBPJor – Associação Brasileira de

Pesquisadores em Jornalismo. 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo e 1º Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro, ECO, novembro de 2011, 19p. CD-ROM: sound, color, 4 3/4 in.

SOUZA, Gláucio Pereira de; BARRETO, Virgínia Sá. **Televisão e dialogias sociais: comunidades periféricas no Jornal Nacional**. In: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Campina Grande: 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1574-1.pdf>>. Acesso em: 9 de julho de 2012.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

SQUIRRA, Sebastião. **Aprender Telejornalismo**: produção e técnica. 1a reimpressão. São Paulo: Editora Brasiliense, 1995.

**TV MURO na tela do SBT**. Fórum Nacional pela Democratização da Informação, 19 de março de 2007. Disponível em: <[http://www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont\\_key=142283](http://www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont_key=142283)>. Acesso: 10 de outubro de 2012.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **De tudo um pouco: o telejornalismo e a mistura dos gêneros**. Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional. Ano 13, n.13, p. 97-111, janeiro/dezembro de 2009. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/AUM/article/view/2194>>. Acesso em: 3 de janeiro de 2012.

\_\_\_\_\_. **A mistura dos gêneros e o futuro do telejornal**. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). 60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010, p. 101-126.

TOURINHO, Carlos Alberto Moreira. **Jornalismo Regional e Optativo na Rede Globo**: programa Painel de Domingo. Vitória: EspaçoLivros, 2007.

\_\_\_\_\_. **Inovação no telejornalismo**: o que você vai ver a seguir. Vitória: EspaçoLivros, 2009.

\_\_\_\_\_. O tempo da “hipertelevisão”. **Observatório da Imprensa**. Ed. 684, 6 de março de 2012. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed684\\_o\\_tempo\\_da\\_hipertelevisao](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed684_o_tempo_da_hipertelevisao)>. Acesso: 12 de março de 2012.

VARELA, Juan. **Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0**. In ROJAS ORDUÑA, Octavio I. (et al.). *Blogs: revolucionando os meios de comunicação*. São Paulo: Thomson Learning, 2007, p. 41-98.

**VENTURA, Thiago**. Thiago Ventura: depoimento [22 de outubro de 2012]. Entrevistador: Samira Moratti Frazão. Rio de Janeiro, 2012.

VILLELA, Regina. **Profissão: jornalista de TV – Telejornalismo aplicado na Era Digital**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2008.

VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010

VIZEU, Alfredo; SIQUEIRA, Fabiana C. de. **O telejornalismo: o lugar de referência e a revolução das fontes**. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). *60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica*. Florianópolis: Insular, 2010, p. 83-99.

YORKE, Ivor. **Telejornalismo**. 4. ed. São Paulo: Roca, 2007.

**APÊNDICE 1 – Matéria produzida pela dupla de Campo Grande no ano de 2011.**

Dupla:	Campo Grande
Data vídeo:	11/07/2011
Tema da pauta:	Tema duplo: projeto de futebol Boa Esperança; construção de praça no mesmo bairro.
Editoria:	Serviço
Conteúdo da pauta:	1ª parte da matéria: inicialmente o projeto havia sido cancelado devido a problemas políticos. Após isso, os moradores envolvidos com o projeto passaram a agir de forma voluntária; o projeto, no entanto, retornou, após exibição de matéria feita pelos <i>parceiros</i> em maio (inclusive a matéria em questão é uma suíte de matéria feita em 6/05/2011). 2ª parte da matéria: Obra prometida pela prefeitura; no local são ofertados às crianças que moram na região esporte (futebol) pelo projeto “Esporte e lazer”, porém o campo chegou a ser interditado devido as questões precárias e seria reforma. A obra, no entanto, demorou para sair do papel, mas foi iniciada após denúncia de moradores na mesma matéria, suitada desta vez.
Tempo total:	3’34”
Tempo vinheta:	5”
Tempo cabeça apresentador:	16”
Tempo matéria:	3’13”
Tempo nota-pé:	Sem nota-pé
Repórter da vez:	Mariane Rodrigues
Cinegrafista da vez:	Felippe Mello
N. de <i>offs</i> :	Nenhum
Cabeça do repórter:	40”
Passagem:	2: uma de 12” e outra de 15”.
N. de fontes consultadas:	7
N. de sonoras:	7 (Rafael – 3; Edson – 3; Márcio – 1).
Tempo de duração das sonoras:	1ª 7 seg.; 2ª 4 seg.; 3ª 2 seg.; 4ª 10 seg.; 5ª 13 seg.; 6ª 7 seg.; 7ª 15 seg.; 8ª 8s.; 9ª 3 seg.
Cargo de cada fonte consultada:	João Batista Moreira (encarregado de obra);

Fontes denunciantes:	7
Fontes respondentes:	Na suíte nenhuma, apesar de reapresentarem uma fonte respondente, a Secretaria de Esporte e Lazer, porém como nota-pé e exibida na matéria feita em maio/2011, não na suíte.
Plano predominante de câmera:	Geral; médio
Imagem:	Em alguns momentos tremida, principalmente quando o cinegrafista se propõe a captar imagens caminhando por uma estrada que está sendo reformada.
Estado/Qualidade do BG:	Sem ruídos graves que se sobrepusessem às sonoras. Uso de música para finalizar a matéria, com imagens de apoio da flora local.
Iluminação:	As gravações feitas ao ar livre estiveram em grande parte com iluminação adequada.
Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim
Presença de GC?	Sim, identificando <i>parceiros</i> (tanto quem foi repórter quanto quem produziu as imagens), edição de imagens (Mauro Tertuliano); Arte (Vitor Farias); jornalista responsável (Monica Bernardes).
Uso de recurso de arte?	Sim / uso de imagem gerada pelo <i>Google Maps/Earth</i> da localidade; uso de calendário sobre atraso da obra; inserção de “olhos” durante fala da fonte, para reforçar o fato de estarem “de olho” no poder público, para que cumpra sua função.
Linguagem coloquial:	Moderada
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> A matéria se trata de uma suíte de outra matéria feita em 6 de maio de 2011 a respeito de dois fatos distintos em um mesmo bairro de Campo Grande: a reativação de um projeto esportivo, uma escolinha de futebol, após denúncia apresentada pela dupla no quadro, e o início de uma obra em uma praça localizada a poucos metros do projeto de futebol. As obras da praça também foram reiniciadas após denúncias de moradores no quadro. Sobre a repórter da vez: vestimenta muito informal (uso de regata, corpo mais desnudo na parte de cima). Um dos exemplos que caracteriza a falta de distanciamento da participante pode ser comprovado na seguinte fala: “A gente vai ver com os moradores a expectativa dessa obra que finalmente</p>	

voltou” (no “finalmente” fez uma expressão de alívio). Exceto no caso das crianças entrevistadas, que caracteriza o recurso do “povo fala”, apenas uma fonte foi devidamente identificada por meio de GC (o encarregado de obras, na segunda parte da matéria, sobre a reativação das obras na praça). Na matéria produzida em maio do mesmo ano, o poder público disse que o projeto seria cancelado por falta de participantes. No entanto, na suíte, a então repórter fez questão de reforçar o fato, tanto textualmente quanto pelas imagens, que há sim crianças interessadas em participar, ou seja, contestou a resposta dada pela prefeitura/secretaria de esportes e lazer.

Na matéria, ainda, notou-se o reforço, via sonora dos entrevistados, que o quadro também é utilizado pela emissora como objeto mercadológico junto às camadas populares que constituem a maior porcentagem de classe econômica presente na audiência da *TV Globo Rio*. Uma das fontes atribuiu à reabertura do projeto devido à veiculação da matéria no quadro *Parceiro do RJ*: “No dia seguinte da reportagem o prefeito mandou reativar o projeto e foi tudo reativado”. Outro morador também confirma que a presença da dupla no local foi fundamental para o engajamento da prefeitura junto à obra na praça: “Depois que vocês tiveram aqui, a obra começou a andar”.

**Fonte da tabela:** Fonte: Elaboração própria

**Fonte do vídeo:**

**PARCEIRO do RJ visita escolinha de futebol em Campo Grande.** G1 – Parceiro do RJ, 11 de julho de 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/07/parceiro-do-rj-visita-escolinha-de-futebol-em-campo-grande.html>>. Acesso: 12 de agosto de 2012.

**APÊNDICE 2 – Matéria produzida pela dupla da Cidade de Deus no ano de 2011.**

Dupla:	Cidade de Deus
Data vídeo:	06/08/2011
Tema da pauta:	Feira de saúde e do meio ambiente na Cidade de Deus
Editoria:	Cidadania
Conteúdo da pauta:	Iniciativa que ocorre anualmente e envolve parte da população que mora na região, promovendo por meio de oficinas de arte a preservação do meio ambiente e cuidados com a saúde
Tempo total:	4'23''
Tempo vinheta:	5''
Tempo cabeça apresentador:	19''
Tempo matéria:	3'50''
Tempo nota-pé:	9''
Repórter da vez:	Viviane de Sales
Cinegrafista da vez:	Ricardo Fernandes
N. de <i>offs</i> :	Nenhum
Cabeça do repórter:	5''
Passagem:	2 (de 6'' e 10'' cada)
N. de fontes consultadas:	12
N. de sonoras:	13
Tempo de duração das sonoras:	1 <sup>a</sup> 14 seg.; 2 <sup>a</sup> 5 seg.; 3 <sup>a</sup> 8 seg.; 4 <sup>a</sup> 6 seg.; 5 <sup>a</sup> 12 seg.; 6 <sup>a</sup> 6 seg.; 7 <sup>a</sup> 12 seg.; 8 <sup>a</sup> 6 seg.; 9 <sup>a</sup> 14 seg.; 10 <sup>a</sup> 16 seg.; 11 <sup>a</sup> 18 seg.; 12 <sup>a</sup> 8 seg.; 13 <sup>a</sup> 8 seg..
Cargo de cada fonte consultada:	Anderson Augusto (recreador); Valdete Ferreira (catadora de lixo); Jaqueline Amancio (agente de vigilância da saúde); Magnolia Regis (educadora sexual); Thiago Patricio (recreador); Michel Henrique (biólogo/Projeto Eco-Rede); Ednalva de Assis (divulgadora do evento);
Fontes denunciantes:	Nenhuma
Fontes respondentes:	Nenhuma
Plano predominante de câmera:	Médio
Imagem:	Sem problemas graves.

Estado/Qualidade do BG:	Adequado, não se sobrepôs às sonoras tampouco falas da repórter
Iluminação:	Sem problemas graves
Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim, dentro do local onde foi realizado o evento.
Presença de GC?	Sim, identificando parte das fontes (seis fontes não foram identificadas referentes às pessoas que participaram do projeto; já os envolvidos com a organização foram devidamente identificados); <i>parceiros</i> ; identificando as imagens de cada palestra apresentada durante o evento; arte (Shirley Sanson); edição de imagens (Mauro Tertuliano); jornalista responsável (Monica Bernardes).
Uso de recurso de arte?	Não
Linguagem coloquial:	Moderada.
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> A locução tanto da cabeça quanto da passagem foi feita muito rapidamente, apresentando problemas na articulação das falas e respiração inapropriada, ressaltando nervosismo por parte da participante que atuou como repórter. Por exemplo: “A feira da saúde também vem até as escolas. Aqui no Ceap (?) Luiz Carlos Prestes ‘tá’ [sic] tendo oficina sobre educação ambiental com as crianças”. Repórter também gesticulou várias vezes com a mão, reforçando o nervosismo. A vestimenta consistia em camisa de gola alta de cor escura, discreta. Outro problema constatado se refere a uma das sonoras (cuja entrevistada é Jaqueline Amancio): a fala não ficou contextualizada ao tema da pauta (em um momento que a palestrante instigava os presentes a fazerem perguntas; em seguida foi colada imagem na qual a palestrante tornou a tratar a respeito da temática), vide descrição: “Quando você tem dúvida na escola não levanta o braço pra perguntar ao professor? [corta próxima cena, fonte continua palestra] Você ‘tá’ [sic] mastigando e as propriedades vão se perder com aquela mistura daqueles líquidos. Não é aconselhável, ok?”.</p>	

**Fonte da tabela:** Fonte: Elaboração própria

**Fonte do vídeo:**

**PARCEIRO do RJ visita feira de saúde e meio ambiente na Cidade de Deus.** G1 – Parceiro do RJ, 6 de agosto de 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/08/parceiro-do-rj-visita-feira-de-saude-e-meio-ambiente-na-cidade-de-deus.html>>. Acesso: 12 de agosto de 2012.



**APÊNDICE 3** – Matéria produzida pela dupla do Complexo do Alemão no ano de 2011.

Dupla:	Complexo do Alemão
Data vídeo:	12/07/2011
Tema da pauta:	Parto feito por militares da força de pacificação
Editoria:	Curiosidades
Conteúdo da pauta:	Devido ao fato insólito/inusitado de um parto feito por militares na favela que passava por um processo de pacificação.
Tempo total:	4'04''
Tempo vinheta:	5''
Tempo cabeça apresentador:	11''
Tempo matéria:	3'48''
Tempo nota-pé:	Nenhuma
Repórter da vez:	Thiago Ventura
Cinegrafista da vez:	Lana Souza
N. de offs:	Nenhum
Cabeça do repórter:	17''
Passagem:	1
N. de fontes consultadas:	6
N. de sonoras:	9
Tempo de duração das sonoras:	1 <sup>a</sup> 22 seg.; 2 <sup>a</sup> 11 seg.; 3 <sup>a</sup> 11 seg.; 4 <sup>a</sup> 28 seg.; povo fala média de 6 segundos por fala.
Cargo de cada fonte consultada:	Capitão Luciano (exército); Cabo Lizar (exército); Sargento Benevides (exército); Soldado de Assis (exército); Roseli Alves (mãe do bebê); Pedro Alves (pai do bebê);
Fontes denunciantes:	Nenhuma
Fontes respondentes:	Nenhuma
Plano predominante de câmera:	Médio e geral
Imagem:	Problema com enquadramento em alguns momentos da matéria (pex., quando a então cinegrafista ao andar acaba deixando a fonte mal focada e fora de quadro. Apesar de ter sido corrigido em poucos segundos, de qualquer forma, houve o problema). Também houve momentos em

	que a imagem ficou fora de foco. Usaram imagens de apoio, feitas pelo próprio exército, durante a realização do parto.
Estado/Qualidade do BG:	Uso de trilhas no decorrer da matéria e no sobe-som, encerrando a matéria.
Iluminação:	Captação das imagens foi feita à noite. Deste modo, há momentos em que a iluminação é prejudicada. Por exemplo, na cabeça do repórter.
Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim. Filmaram em frente à casa onde foi realizado o parto. A casa servia, inclusive, de esconderijo para um dos traficantes que dominavam a região, antes da pacificação. Também filmaram a saída da mãe da maternidade.
Presença de GC?	<i>Parceiros</i> , fonte, editor de imagens (Mauro Tertuliano), jornalista responsável (Monica Bernardes).
Uso de recurso de arte?	Não.
Linguagem coloquial:	Moderada.

**Peculiaridades da matéria:** Apesar do tom curioso e inusitado por se tratar de um parto feito em condições anômalas, a matéria também teve um fundo emocional, uma vez que ao gravarem o reencontro de mãe da criança com os militares que realizaram o parto, houve um momento de emoção principalmente por parte do pai, comovido com a situação e ajuda recebida. Os principais problemas detectados foram técnicos, no que diz respeito à iluminação, enquadramento e foco das imagens. A matéria consistiu na simulação do parto, dialogada com imagens feitas pelos próprios militares na ocasião.

A vestimenta do participante que atuou como repórter era jovial, permitindo ver, inclusive, tatuagens no braço (algo incomum em repórteres, principalmente os de telejornal). Uma das características presentes no projeto, sobre a falta de neutralidade dos participantes a respeito dos fatos, pode ser comprovada na matéria por meio do texto da cabeça do participante/repórter, o qual coloca um ponto de vista próprio a respeito da notícia: “Quando em novembro do ano passado os soldados da força de pacificação chegaram aqui no Complexo da Penha e também no Complexo do Alemão, eles vieram com fuzil, tanques de guerra, armados até os dentes. Só não imaginavam que uma das lições mais bonitas que eles aprenderiam aqui fosse ensinada sem arma nenhuma”.

**Fonte da tabela:** Fonte: Elaboração própria

**Fonte do vídeo:**

**PARCEIRO DO RJ mostra parto feito por militares no Complexo do Alemão.**

G1 – Parceiro do RJ, 12 de julho de 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/07/parceiro-do-rj-mostra-parto-feito-por-militares-no-complexo-do-alemao.html>>. Acesso: 12 de agosto de 2012.

**APÊNDICE 4 – Matéria produzida pela dupla de Copacabana no ano de 2011.**

Dupla:	Copacabana
Data vídeo:	22/07/2011
Tema da pauta:	Festa julina na ladeira dos tabajaras após pacificação
Editoria:	Cultura
Conteúdo da pauta:	Trata a respeito de um famoso arraial na região, que envolveu moradores da região de Copacabana e de outros bairros e municípios da região metropolitana do Rio de Janeiro
Tempo total:	5'25''
Tempo vinheta:	5''
Tempo cabeça apresentador:	21''
Tempo matéria:	4'39''
Tempo nota-pé:	20''
Repórter da vez:	1ª parte: Luana Rodrigues [Copacabana]; 2ª parte: Fellipe Nascimento [Campo Grande]
Cinegrafista da vez:	1ª parte: Ana Musa [Copacabana]; 2ª parte: Mariana Rodrigues [Campo Grande]
N. de <i>offs</i> :	Nenhum
Cabeça do repórter:	10''
Passagem:	3: Copacabana 1ª 10 seg.; Campo Grande: 2ª 17 seg. e 3ª 5 seg..
N. de fontes consultadas:	9
N. de sonoras:	11
Tempo de duração das sonoras:	1ª 17 seg.; 2ª 3 seg.; 3ª 10 seg.; 4ª 4 seg.; 5ª 3 seg.; 6ª 3 seg.; 7ª 4 seg.; 8ª 12 seg.; 9ª 5 seg.; 10ª 3 seg.; 11ª 4 seg..
Cargo de cada fonte consultada:	Kabbet Araujo (organizador do arraial), Valdinei do Carmo (comerciante), Tania Lucia (comerciante), Bianca Leandro (auxiliar administrativa), Edna Carvalho (DJ), Victor Pena (rodoviário),
Fontes denunciantes:	Nenhuma
Fontes respondentes:	Nenhuma
Plano predominante de câmera:	Médio e geral
Imagem:	Ausência de problemas graves.

Estado/Qualidade do BG:	Na cabeça da repórter da dupla de Copacabana o som ambiente da festa (música alta) chegou a se sobressair sobre a locução dela, atrapalhando a compreensão do texto. A então repórter, inclusive, aumentava o tom de voz para se fazer ouvir com clareza.
Iluminação:	Não houve problemas graves de iluminação.
Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim, no próprio arraial; dos preparativos; na cozinha durante a preparação dos quitutes; no ensaio da quadrilha; no deslocamento da quadrilha para o evento.
Presença de GC?	Sim; fontes (exceto duas, 5ª e 6ª sonora, caracterizando povo fala; e 10ª sonora, fonte não identificada); <i>Parceiros</i> , de ambas as duplas (tanto quem atuou como repórter quanto quem captou as imagens); Arte (Cynthia Strougo, Vitor Farias); edição (Paulo Gilio, Mauro Tertuliano, Ricardo Senra); jornalista responsável (Monica Labarthe).
Uso de recurso de arte?	Sim, para identificar as quadrilhas, preparativos e arraial.
Linguagem coloquial:	Em excesso
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> Uma peculiaridade dessa matéria em contraponto com as demais é que duas duplas, a de Copacabana e Campo Grande, produziram conjuntamente, uma vez que os moradores de arraial de ambas as localidades participaram de um mesmo evento. Outro ponto é que na matéria são apresentados os bastidores do acontecimento (a preparação dos grupos de dança antes de participarem do arraial). O fato está presente, inclusive, no discurso da participante repórter: “Mas antes dessa beleza de festa acontecer, eu e Ana Musa acompanhamos todos os preparativos. Volta ai” [acena com a mão e em seguida as imagens anteriores à cabeça da repórter foram reapresentadas, de forma rápida, reforçando a sensação de retorno ao pré-acontecimento. Foi adicionado, ainda, som rebobinando a fita]. Por esse motivo, a matéria foi gravada em dois momentos: durante o dia, quando as duplas apresentam a preparação dos quitutes a serem comercializados no evento, além de outros preparativos como o ensaio da quadrilha, e à noite, quando o arraial está ocorrendo. A vestimenta da participante de Copacabana, então repórter, era despojada [de dia: blusa regata justa, casaquinho e calça jeans; à noite: saia jeans, camisa quadriculada e tênis].</p> <p>O contato com as fontes era bem próximo, feito pelos representantes de ambas as duplas (a participante da dupla de Copacabana chegava a abraçar algumas fontes ou envolver seu braço nas costas e cintura de alguns entrevistados). A linguagem usada tanto pela participante de Copacabana quanto do de Campo Grande era coloquial e informal, inclusive no tratamento das fontes, como no exemplo a seguir: Participante de Campo Grande: “Ihá! Anarriê! <i>Parceiro do RJ</i> no clima de ó [aponta para a quadrilha de dançarinos]</p>	

de festa junina. Pessoal ‘tá’ quebrando tudo [sic] aqui em Campo Grande. Vou conversar hoje com o pessoal da quadrilha Estrela da Paz. [Aponta para uma das fontes] Dona Tânia, chega ai pra conversar com a gente!”; [em contato com outra fonte] “Fala ai meu amigo Mário, tudo bem? (...) como é que ‘tá’ ai ‘rapá’ [sic], trabalhando muito?”.

A matéria foi “costurada” com imagens produzidas em Campo Grande e na região de Copacabana, ora com mediação feita pelo participante de Campo Grande, ora feita pela participante de Copacabana. O participante de Campo Grande que atuava como repórter se fantasiou, inclusive, para participar do arraial. Foi identificado um excesso na informalidade, tanto no texto quanto na abordagem das fontes, talvez pelo fato de se tratar de uma pauta de entretenimento. Na nota-pé, o apresentador do telejornal reforça a proximidade e relacionamento entre jornalistas e participantes: “Fellipe alinhadíssimo. É uma ‘figuraça’ esses *parceiros* [sic]”.

**Fonte da tabela:** Fonte: Elaboração própria

**Fonte do vídeo:**

**PARCEIRO do RJ mostra festa junina na Ladeira dos Tabajaras.** G1 – Parceiro do RJ, 22 de julho de 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/07/ladeira-dos-tabajaras-tem-primeira-festa-junina-apos-pacificacao.html>>. Acesso: 13 de agosto de 2012.

**APÊNDICE 5** – Matéria produzida pela dupla de Duque de Caxias no ano de 2011.

Dupla:	Duque de Caxias
Data vídeo:	19/08/2011
Tema da pauta:	Centro de tradições nordestinas em Duque de Caxias
Editoria:	Cultura
Conteúdo da pauta:	Duque de Caxias é um reduto com um número elevado de nordestinos que moram no município, segundo a fala do representante da secretaria de cultura do município.
Tempo total:	4'07"
Tempo vinheta:	5"
Tempo cabeça apresentador:	19"
Tempo matéria:	3'28"
Tempo nota-pé:	15"
Repórter da vez:	Flávia Gomes
Cinegrafista da vez:	Felype Bastos
N. de offs:	Nenhum
Cabeça do repórter:	11"
Passagem:	Sem passagem
N. de fontes consultadas:	7
N. de sonoras:	7
Tempo de duração das sonoras:	1 <sup>a</sup> 10 seg.; 2 <sup>a</sup> 35 seg.; 3 <sup>a</sup> 2 seg.; 4 <sup>a</sup> 5 seg.; 5 <sup>a</sup> 10 seg.; 6 <sup>a</sup> 21 seg.; 7 <sup>a</sup> 15 seg..
Cargo de cada fonte consultada:	Gutemberg Cardoso dos Santos (Sec. de Cultura/Duque de Caxias); Maria Gorete (feirante); Adriana Santos (cozinheira); Sebastiana Gomes da Silva (feirante); Mônica de Cássia (cozinheira)
Fontes denunciantes:	Nenhuma
Fontes respondentes:	Nenhuma
Plano predominante de câmera:	Médio
Imagem:	Tremida e em alguns momentos.
Estado/Qualidade do BG:	Coerente; apesar do ambiente com música, o som não sobressaiu a fala da participante repórter da vez.

Iluminação:	Mediana (em alguns momentos, quando as imagens foram captadas de dentro das barracas da feira, ficaram um pouco escuras se comparadas com as imagens captadas em ambientes ao ar livre).
Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim
Presença de GC?	Sim ( <i>parceiros</i> repórter e imagens), fontes, edição (Ricardo Senra); fontes; jornalista responsável (Monica Labarthe); nota-pé (informações sobre funcionamento da feira, dia e horário). Terceira e quarta fontes ficaram sem GC; como as sonoras foram divulgadas uma seguida da outra, pode se caracterizar como “povo fala”.
Uso de recurso de arte?	Não
Linguagem coloquial:	Sim, com uso de gírias.
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> Matéria leve, a respeito de um dos aspectos da cultura nordestina, que representa uma parcela de moradores de Duque de Caxias, inclusive curiosidades a respeito do projeto “Forró na feira”, realizado regularmente, onde são apresentados aspectos da tradição nordestina via dança e a comercialização de comidas típicas e outros objetos. Uma das iniciativas da dupla para reforçar a relevância da pauta é apresentar uma sonora do secretário de cultura do município o qual apresenta informações sobre o histórico do projeto (dado o número elevado de moradores de origem nordestina na região, fato preponderante, portanto, para a existência de uma feira que celebra a música e culinária nordestinas).</p> <p>O contexto comunicativo entre participantes do quadro e jornalistas do <i>RJTV</i> também pode ser comprovado pela matéria quando o apresentador, em nota-pé, se dirige discursivamente ao telespectador, em tom de brincadeira, reclamando sobre o fato de a dupla não ter levado para os colegas profissionais os quitutes apresentados na matéria: “A Flávia e o Felype fizeram uma bela reportagem. Só erraram em um ponto: não trouxeram nada pra gente”. No caso da vestimenta, a participante que desempenha o papel de repórter usa traje básico, formal (blusa de tom escuro (roxo) com pequenos babados na manga; sem decote). Durante a condução da reportagem, seu discurso textual reforça a proximidade entre a cultura apresentada na matéria, incluindo o uso de gírias/palavras típicas do nordeste. Exemplo: “Esse aqui [aponta para a panela] é o baião de dois. Felype, chega mais aqui. Mostra aqui o baião de dois. Gente, isso aqui é de dar água na boca, fala sério ”; em outro momento se dirige a uma das fontes: “Dona Sebastiana: baiana porreta”. Na matéria a dupla entrevista feirantes conhecidos e frequentadores do local, além de apresentar os produtos e</p>	

comidas comercializados à população.

**Fonte da tabela:** Fonte: Elaboração própria

**Fonte do vídeo:**

**PARCEIRO do RJ visita feira nordestina em Duque de Caxias.** G1 – Parceiro do RJ, 19 de agosto de 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/08/parceiro-do-rj-visita-feira-nordestina-em-duque-de-caxias.html>>. Acesso: 13 de agosto de 2012.



**APÊNDICE 6 – Matéria produzida pela dupla de Nova Iguaçu no ano de 2011.**

Dupla:	Nova Iguaçu
Data vídeo:	15/07/2011
Tema da pauta:	Esgoto a céu aberto em avenida de Nova Iguaçu
Editoria:	Serviço
Conteúdo da pauta:	Além de gerar incômodo e problemas de saúde, o comércio local está sendo afetado (os comerciantes estavam fechando os estabelecimentos devido ao problema). O transporte público também não circula devidamente no local.
Tempo total:	6' 15''
Tempo vinheta:	5''
Tempo cabeça apresentador:	23''
Tempo matéria:	3' 22''
Tempo nota-pé:	2' 25''
Repórter da vez:	Mariane Del Rei
Cinegrafista da vez:	Petter MC
N. de offs:	Nenhum
Cabeça do repórter:	Nenhum
Passagem:	2: 1ª 15 seg. e 2ª 7 seg.
N. de fontes consultadas:	10
N. de sonoras:	12
Tempo de duração das sonoras:	1ª 18 seg.; 2ª 10 seg.; 3ª 9 seg.; 4ª 9 seg.; 5ª 3 seg.; 6ª 4 seg.; 7ª 13 seg.; 8ª 13 seg.; 9ª 15 seg.; 10ª 13 seg.; 11ª 9 seg.
Cargo de cada fonte consultada:	Argenito Souza (pastor), Regina Pires (dona de salão de beleza), Sergio Silvestre (dono de bar), Pedro Hermes (aposentado),
Fontes denunciantes:	9
Fontes respondentes:	1 (Prefeitura de Nova Iguaçu via secretário da cidade José Rogerio Bussinger)
Plano predominante de câmera:	Médio e geral
Imagem:	Tremida em alguns momentos, principalmente quando o então cinegrafista andava com a câmera.
Estado/Qualidade do BG:	Bom. Foi usada trilha em dois momentos da matéria
Iluminação:	Sem problemas graves.

Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim, na própria avenida, nos estabelecimentos comerciais fechados, nas casas de moradores.
Presença de GC?	Sim; fontes (das nove fontes entrevistadas, apenas quatro foram identificadas; as demais sonoras foram caracterizadas como recurso do “povo fala”); <i>Parceiros</i> (tanto quem atuou como repórter quanto quem captou as imagens); edição de imagens (Mauro Tertuliano); jornalista responsável (Monica Bernardes).
Uso de recurso de arte?	Não
Linguagem coloquial:	Reduzida
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> Um fato inusitado é que como o local se transformou em um esgoto a céu aberto, os moradores e comerciantes, em forma de protesto, espalharam vasos sanitários pela avenida, para reforçar o problema que convivem diariamente. Além disso, colocaram um sofá na rua, fato reforçado pela participante ao narrar o texto: [sentada no sofá colocado pela população] “Fiquei aqui na sala de estar do esgoto e chamei o Hermes para bater um papo”. A vestimenta da participante que atuou como repórter era jovial (camisa quadriculada, cinto, calça jeans). O uso de linguagem coloquial/informal foi reduzido. A falta de distanciamento se faz presente, inclusive pela apresentadora do telejornal, no início da nota-pé, conforme descrição: “Nossa, é impossível viver nessas condições, né?” (...) “Nossos <i>parceiros</i> Peter e Mariane seguem de olho lá em Nova Iguaçu pra ver se esse absurdo aí realmente vai ter fim”. Nas outras matérias analisadas, o/a apresentador/a do telejornal é o responsável por dar a segunda versão dos fatos, via nota-pé. O mesmo aconteceu dessa vez, porém com um diferencial: foi enviada uma jornalista ao local (fez uma entrada ao vivo) para informar os procedimentos tomados pelo poder público para a resolução do impasse. Ela, inclusive, entrevistou o secretário do município no local, motivo pelo qual a nota-pé foi estendida.</p>	

**Fonte da tabela:** Fonte: Elaboração própria

**Fonte do vídeo:**

**PARCEIRO do RJ mostra esgoto a céu aberto em avenida de Nova Iguaçu.**  
 G1 – Parceiro do RJ, 14 de julho de 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/07/parceiro-do-rj-mostra-esgoto-ceu-aberto-em-avenida-de-nova-iguacu.html>>. Acesso: 13 de agosto de 2012.

**APÊNDICE 7 – Matéria produzida pela dupla de São Gonçalo no ano de 2011.**

Dupla:	São Gonçalo
Data vídeo:	19/07/2011
Tema da pauta:	Falta de atendimento médico em um dos bairros de São Gonçalo
Editoria:	Serviço
Conteúdo da pauta:	Posto de saúde foi fechado para reformas, que não aconteceram. Serviço prestado à população está sendo realizado em uma sala improvisada, de forma precária, sem qualquer condição de armazenamento dos medicamentos, inclusive.
Tempo total:	4'23"
Tempo vinheta:	5"
Tempo cabeça apresentador:	27"
Tempo matéria:	3'18"
Tempo nota-pé:	33"
Repórter da vez:	Romário Regis
Cinegrafista da vez:	Felipe Saldanha
N. de <i>offs</i> :	Nenhum
Cabeça do repórter:	13"
Passagem:	1ª 1 seg. e 2ª 14 seg.
N. de fontes consultadas:	7
N. de sonoras:	8
Tempo de duração das sonoras:	1ª 12 seg.; 2ª 7 seg.; 3ª 12 seg.; 4ª 16 seg.; 5ª 18 seg.; 6ª 10 seg.; 7ª 5 seg.; 8ª 4 seg..
Cargo de cada fonte consultada:	Geraldo Gonçalves (bancário), Marinete Silva (repcionista), Viviane de Souza (cabelereira), Suzy Soares (radialista), Conceição Costa (costureira), Deoclécio Alves (aposentado).
Fontes denunciantes:	6 (Assessoria de comunicação da prefeitura de São Gonçalo)
Fontes respondentes:	1 (Assessoria de comunicação da prefeitura de São Gonçalo)
Plano predominante de câmera:	Médio e geral. Foi usado o <i>travelling</i> , porém de forma adequada, sem problemas graves na imagem (apesar da falta de tripé, o que pode acarretar uma imagem tremida, quando mal feito, por exemplo).
Imagem:	Em alguns momentos estava tremida, porém sem problemas graves.

Estado/Qualidade do BG:	Sem problemas graves. Inserção de trilha para fechar matéria.
Iluminação:	Sem problemas graves; foi gravada durante o dia, com boa iluminação natural.
Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim, dentro do posto de saúde desativado.
Presença de GC?	Sim; <i>Parceiros</i> ; fontes; edição (Estevão Medeiros), jornalista responsável (Monica Labarthe)
Uso de recurso de arte?	Não
Linguagem coloquial:	Em excesso
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> O participante que atuou como repórter, quando em vídeo, demonstrou nervosismo, fato comprovado pela narração do texto/passagem, feita de forma muito rápida, atropelando as palavras, dificultando a compreensão. A vestimenta do rapaz era despojada (blusa preta, bermuda e tênis) e possui cabelo grande (na altura dos ombros). O participante se coloca como personagem, como testemunha do problema constatado, conforme descrição da passagem:</p> <p>“O estado do posto do Largo da Ideia que iria ser reformado ‘tá’ muito ruim [sic]. Vocês podem reparar muito mato alto aqui, muita sujeira, muito lixo, é entulho; tem vaso jogado. Pra passar aqui na parte de trás também é muito ruim, continua tendo muito mato. ‘Tá’ parecendo que eu ‘tô’ numa câmara de biólogo, sei lá, eu ‘tô’ numa estufa do que num posto de saúde. Tem uma cadeira jogada; tem um esgoto a céu aberto aqui, enfim, pode prejudicar com insetos, com mosquitos também (...) muito lixo, muito lixo mesmo. É um lugar que além de fora de manutenção é perigoso também pra qualquer pessoa que entrar aqui. O muro ‘tá’ quebrado também ali na frente. Então, um grande problema aqui pro Largo da Ideia e ‘pros’ moradores [sic] (...)”.</p> <p>Essa passagem teve duração de um minuto, incomum em uma reportagem para telejornal. Interessante é que uma das fontes entrevistadas é destacada pelo então repórter como a responsável pela denúncia em um dos canais interativos estabelecidos pelo quadro para os telespectadores. “‘Tô’ aqui com a Suzy. A Suzy que fez a denúncia pra gente; mandou por <i>e-mail</i> essa proposta de matéria pra gente fazer”. De todas as matérias analisadas, foi a que usou devidamente o recurso de GC para identificar as fontes.</p>	

**Fonte da tabela:** Fonte: Elaboração própria

**Fonte do vídeo:**

**PARCEIRO do RJ denuncia falta de posto de saúde em São Gonçalo.** G1 – Parceiro do RJ, 19 de julho de 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/07/parceiro-do-rj-denuncia-falta-de-posto-de-saude-em-sao-goncalo.html>>. Acesso: 14 de agosto de 2012.

**APÊNDICE 8** – Matéria produzida pela dupla de Tijuca no ano de 2011.

Dupla:	Tijuca
Data vídeo:	20/07/2011
Tema da pauta:	Desordem urbana na Tijuca
Editoria:	Serviço
Conteúdo da pauta:	Apesar de o bairro ser o primeiro a possuir uma UOP (Unidade de Ordem Pública), o local ainda sofre com problemas gerais de desordem, como as calçadas que acabam sendo depredadas pelo uso incorreto desses espaços por motoristas que estacionam irregularmente, gerando um inconveniente para o morador que constrói a calçada e para o pedestre que deve fazer uso dela.
Tempo total:	4'24"
Tempo vinheta:	5"
Tempo cabeça apresentador:	14"
Tempo matéria:	2'50"
Tempo nota-pé:	1'14"
Repórter da vez:	Yuri Henderson
Cinegrafista da vez:	Rafael Caliri
N. de offs:	Nenhum
Cabeça do repórter:	9"
Passagem:	1ª de 8 seg.
N. de fontes consultadas:	7
N. de sonoras:	5
Tempo de duração das sonoras:	1ª 24 seg.; 2ª 19 seg.; 3ª 21seg.; 4ª 12 seg.; 5ª 11 seg..
Cargo de cada fonte consultada:	Ana Paula Silva (empresária), Maria Aparecida de Jesus (estudante de enfermagem).
Fontes denunciantes:	3
Fontes respondentes:	4: duas fontes não identificadas (motoristas que estavam estacionados de forma irregular); Prefeitura e Detran (contato estabelecido pelos jornalistas nesses órgãos). O espaço destinado para essas fontes foi de 34 seg., dos 1'14" destinados à nota-pé, uma vez que o jornalista que representava a função de comentarista na ocasião falou a respeito de outros assuntos correlatos à matéria na ocasião.
Plano predominante de câmera:	Médio. Foi usado <i>close</i> em uma das imagens (para destacar um bebê). O <i>close</i> também é usado com precaução, uma vez que é necessária habilidade do

	cinematógrafo para o uso da técnica.
Imagem:	Em alguns momentos, para captar imagens das fontes, as imagens ficaram tremidas.
Estado/Qualidade do BG:	Sem problemas graves. Uso de trilha no decorrer da matéria.
Iluminação:	Sem problemas graves; foi gravada durante o dia, com iluminação natural.
Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim, nas ruas e calçadas do bairro.
Presença de GC?	Sim; <i>Parceiros</i> ; fontes (três fontes não foram identificadas, duas delas estavam praticando situações errôneas); edição (Ricardo Senra), jornalista responsável (Monica Labarthe)
Uso de recurso de arte?	Não
Linguagem coloquial:	Moderada
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> Assim como em outras matérias, também se notou a falta de distanciamento por parte do participante que desempenhava o papel de repórter, vide exemplo: “O mais impressionante é a cara de pau dos motoristas que estacionam errado”. O coloquialismo e o uso de gírias também está presente no discurso, como em outras matérias analisadas. Ao abordar uma das fontes que estava com o veículo estacionado em local irregular, o participante pergunta: “Sabia que você ‘tá’ [sic] parado em um local irregular, cara?”. Esta fonte em especial respondeu com rispidez à abordagem do repórter, apesar da condição irregular em que se encontrava, fato lembrado pelo apresentador na nota-pé: “O motorista ficou bravo, ein, Edimilson Ávila?” [volta-se para o comentarista].</p> <p>O interessante é que como um dos pontos destacados na pauta foi o fato de os motoristas estacionarem em calçadas, gerando um incômodo para pedestres, o comentarista em nota-pé também atribuiu a “culpa” do problema gerado a esses anônimos que praticam atos errados, e não somente à prefeitura ou ao órgão que deveria fiscalizar as infrações. Quanto ao traje do participante, vestia camisa jovial com estampa discreta; como suas aparições em vídeo foram gravadas em plano médio, não foi possível visualizar o traje completo. No entanto, ele gesticulava com as mãos, impossibilitando que o microfone estivesse parado, o que pode acabar por tirar a atenção do telespectador.</p>	

**Fonte da tabela:** Fonte: Elaboração própria

**Fonte do vídeo:**

**PARCEIRO do RJ registra desordem nas ruas da Tijuca.** G1 – Parceiro do RJ, 20 de julho de 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/07/parceiro-do-rj-registra-desordem-nas-ruas-da-tijuca.html>>. Acesso: 14 de agosto de 2012.

**APÊNDICE 9** – Matéria produzida pela dupla da Rocinha no ano de 2012.

Dupla:	Rocinha
Data vídeo:	20/01/2012 (primeira matéria feita pela dupla da Rocinha)
Tema da pauta:	Grafitreiro mantém projeto para ensinar crianças
Editoria:	Cidadania
Conteúdo da pauta:	Crianças da comunidade participam de iniciativa que visa a arte e lazer. Projeto é mantido de forma autônoma pelo próprio grafitreiro.
Tempo total:	4'17"
Tempo vinheta:	5"
Tempo cabeça apresentador:	29"
Tempo matéria:	3'26"
Tempo nota-pé:	17"
Repórter da vez:	Marcos Braz
Cinegrafista da vez:	Cecília Vasconcelos
N. de offs:	Nenhum
Cabeça do repórter:	7"
Passagem:	Uma com 8 seg.
N. de fontes consultadas:	9
N. de sonoras:	11
Tempo de duração das sonoras:	1ª 12 seg.; 2ª 19 seg.; 3ª 13 seg.; 4ª 2 seg.; 5ª 1 seg.; 6ª 2 seg.; 7ª 16 seg.; 8ª 7 seg.; 9ª 5 seg.; 10ª 16 seg.; 11ª 3 seg..
Cargo de cada fonte consultada:	Wark (grafiteiro), Valderison Souza (grafiteiro) e Eduardo Gomes "Soneca" (aluno).
Fontes denunciantes:	Nenhuma
Fontes respondentes:	Nenhuma
Plano predominante de câmera:	Médio
Imagem:	Muito tremida quando havia a tentativa de fazer um movimento de <i>travelling</i> , denotando a ausência de tripé. E ao fazer a captação de imagem andando. Um recurso de edição empregado no tempo 2'24" foi a transposição de uma imagem sobre a outra com um efeito visual de liquefação.
Estado/Qualidade do BG:	Uso de trilha no decorrer da matéria e no encerramento; predominância do ritmo de <i>hip hop</i> .

Iluminação:	Foi gravada durante o dia, com boa iluminação natural.
Loações adequadas ao contexto da matéria?	Sim, no local onde o projeto é promovido, e em uma praça da Rocinha onde há grafites da fonte principal, além de muros nos quais os alunos praticam os grafites.
Presença de GC?	Sim; <i>parceiros</i> ; fontes; edição de imagens (Mauro Tertuliano), jornalista responsável (Monica Bernardes)
Uso de recurso de arte?	Sim
Linguagem coloquial:	Moderada

**Peculiaridades da matéria:** Como a dupla da Rocinha foi a última a ser selecionada, em novembro de 2011 com treinamento em dezembro do mesmo ano, não foi possível coletar matéria anterior referente a essa dupla. Todavia, um fator benéfico para a análise particular é que esta é a primeira matéria feita por eles. Assim, é possível verificar o início do trabalho de ambos os participantes, diferente das demais duplas analisadas em virtude da dificuldade em conseguir o material (devido a distância, somado ao fato de que os vídeos são retirados do site do quadro na internet após período indeterminado).

A relação entre os entrevistados pelo participante/repórter foi muito próxima, subentendendo que já se conheciam anteriormente (tanto com o personagem da matéria quanto com uma das outras fontes, “Soneca”, aluno do projeto). Ex. do discurso que caracteriza proximidade: “Hoje eu ‘tô’ aqui com um grande amigo meu (...)”. Um dos alunos do projeto presenteia a dupla com um desenho personalizado para o quadro. Em agradecimento, o participante abraçou o aluno. Quanto à vestimenta, o participante usava camisa com gola V, jovial, calça quadriculada, tênis e barba por fazer.

**Fonte da tabela:** Fonte: Elaboração própria

**Fonte do vídeo:**

**PARCEIROS do RJ visitam projeto que ensina crianças a grafitar na Rocinha.** G1 – Parceiro do RJ, 20 de janeiro de 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/01/parceiros-do-rj-visitam-projeto-que-ensina-criancas-grafitar-na-rocinha.html>>. Acesso: 14 de agosto de 2012.



**APÊNDICE 10** – Matéria produzida pela dupla de Campo Grande no ano de 2012.

Dupla:	Campo Grande
Data vídeo:	18/07/12
Tema da pauta:	Universidade funciona em espaço provisório há sete anos
Editoria:	Serviço
Conteúdo da pauta:	Grupo de estudantes que não possuem um espaço adequado para estudar. Atinge um número elevado de pessoas conforme apresentado na matéria.
Tempo total:	4'
Tempo vinheta:	5"
Tempo cabeça apresentador:	12"
Tempo matéria:	3'24"
Tempo nota-pé:	19" – destinado à resposta por parte das autoridades e comentários da apresentadora sobre a pauta.
Repórter da vez:	Diego Dias
Cinegrafista da vez:	Felipe Mello
N. de <i>offs</i> :	Nenhum
Cabeça do repórter:	Não
Passagem:	2
N. de fontes consultadas:	10
N. de sonoras:	10
Tempo de duração das sonoras:	1ª 2 seg.; 2ª 1 seg.; 3ª 1 seg.; 4ª 2 seg.; 5ª 23 seg.; 6ª 16 seg.; 7ª 21 seg.; 8ª 15 seg.; 9ª 17 seg.; 10ª 38 seg.
Cargo de cada fonte consultada:	“Povo fala” (quatro fontes); Karoline Telles de Oliveira (Aluna de Ciências Biológicas); Ranielle Silva (aluna de Polímetros); Bárbara Felca (aluna de Construção Naval); Amanda Aguiar (aluna Sarah Kubtschek); Bruno Coutinho Pereira (aluno de Sistemas);
Fontes denunciantes:	9
Fontes respondentes:	1 (assessoria de imprensa da secretaria estadual de ciência e de tecnologia – 13 seg. de tempo destinado para pronunciamento)
Plano predominante de câmera:	Plano geral
Imagem:	Imagens captadas sem uso do tripé; algumas imagens tremidas (uso do <i>travelling</i> de forma rápida, o que acarretou uma imagem mais tremida); uso de imagens

	feitas por celular, com baixa qualidade.
Estado/Qualidade do BG:	Em alguns momentos o som das imagens captadas por celular comprometeu as sonoras com os quais foram casadas tais imagens. Esse som poderia ter sido reduzido por meio de <i>software</i> durante edição de imagens.
Iluminação:	Não houve problemas graves com a iluminação; a pauta foi feita pela manhã.
Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim (imagens do local onde funciona a Uezo, em frente à escola, imagens das fontes consultadas e imagens de apoio produzidas por celular, atestando as denúncias feitas pelos estudantes).
Presença de GC?	Sim ( <i>parceiros</i> ); fontes (Exceto povo fala); edição de imagens (Daniela Dantas – obs.: imagens foi escrito com erro “imgens”); jornalista responsável (Monica Labarthe).
Uso de recurso de arte?	Não
Linguagem coloquial:	Reduzida
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> Apesar da vestimenta caracterizar o tom jovial atribuído aos participantes, notou-se que em comparação com as outras duplas era mais formal (calça jeans, blusa azul gola polo); também foi possível vislumbrar que o participante que atuou como repórter tenta se distanciar do fato, sendo mais objetivo, diferente de outros participantes que inclusive se colocam como personagens integrantes do fato reportado. Em alguns momentos da matéria fizeram uso de imagens de celular. No entanto tais imagens não foram corretamente identificadas por GC (a origem é, portanto, indeterminada; acredita-se que tenham sido feitas pelos estudantes da escola/universidade). A fim de comprovar que o problema apresentado na denúncia é antigo, entrevistaram uma fonte (um aluno da universidade) que estuda na há mais tempo (cinco anos).</p> <p>Em formato tradicional, a matéria contou com o relato de várias fontes, apesar de grande parte delas serem favoráveis à denúncia. As fontes, exceto as encaixadas dentro do “povo fala” foram identificadas por meio de GC, assim como os próprios “<i>parceiros</i>”, jornalista responsável e editor de imagens. A qualidade das imagens captadas por celular não era boa, porém utilizável, e o som ambiente também poderia ter sido diminuído na edição com o auxílio de <i>software</i> de edição, já que em alguns momentos o <i>background</i> das imagens sobrepunha às sonoras. A linguagem, apesar de coloquial, estava mais formal, se comparado com outras duplas. Sobre o conteúdo: a instituição foi criada em 2005 e até aquele momento não possuía uma sede própria, funcionando em um</p>	

espaço provisório, no “Instituto de Educação Sarah Kubitschek”, em Campo Grande. Dessa forma, alunos reclamaram da falta de espaço adequado para ambos os públicos frequentadores do local – alunos da Uezo e alunos do Sarah –, da falta de manutenção de equipamentos bem como da área de uso comum dos alunos.

**Fonte da tabela:** Elaboração própria.

**Fonte do vídeo:**

**PARCEIRO do RJ mostra universidade em espaço provisório há 7 anos.**

G1 – Parceiro do RJ, 18 de julho de 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/07/parceiro-do-rj-mostra-universidade-em-espaco-provisorio-ha-7-anos.html>>. Acesso: 17 de agosto de 2012.

**APÊNDICE 11** – Matéria produzida pela dupla de Cidade de Deus no ano de 2012.

Dupla:	Cidade de Deus (CDD)
Data vídeo:	20/07/12
Tema da pauta:	Cinema produzido na Cidade de Deus
Editoria:	Cultura
Conteúdo da pauta:	Projeto da Central Única das Favelas (Cufa) auxilia jovens da periferia, capacitando-os com técnicas de cinema.
Tempo total:	4'49"
Tempo vinheta:	5"
Tempo cabeça apresentador:	12"
Tempo matéria:	4'32"
Tempo nota-pé:	Não
Repórter da vez:	Ricardo Fernandes
Cinegrafista da vez:	Viviane de Sales
N. de offs:	Nenhum.
Cabeça do repórter:	Não
Passagem:	2: uma com 2 seg. e outra com 7 seg.
N. de fontes consultadas:	9
N. de sonoras:	10
Tempo de duração das sonoras:	1ª 27 seg.; 2ª 26 seg.; 3ª 15 seg.; 4ª 2 seg.; 5ª 5 seg.; 6ª 11 seg.; 7ª 14 seg.; 8ª 14 seg.; 9ª 10 seg.; 10ª 16 seg.
Cargo de cada fonte consultada:	Leandro Firmino (ator), Wagner Novais (cineasta), uma não identificada, Fernando Barcelos (cineasta), Rafael Draugad (roteirista), Anderson Quack (professor Cufa), Paulo Silva (cineasta), Julio Pecly (cineasta), Rodrigo Felha (cineasta)
Fontes denunciantes:	Nenhuma
Fontes respondentes:	Nenhuma
Plano predominante de câmera:	Plano médio
Imagem:	Comparada com outras duplas, imagens mais estáticas, sem problemas com imagens tremidas.
Estado/Qualidade do BG:	Não houve problemas com o BG
Iluminação:	Boa iluminação; não houve problema grave neste quesito

Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim (locais da CDD onde são gravados os filmes; Cufa; ruas da CDD; imagens de apoio cedidas por entrevistados)
Presença de GC?	<i>Parceiros</i> , fontes, editor de imagens (Daniela Dantas), jornalista responsável (Monica Labarthe), créditos de imagens de apoio cedidas pelos entrevistados e de trechos de filmes apresentados
Uso de recurso de arte?	Não
Linguagem coloquial:	Sim, porém moderada
<b>Peculiaridades da matéria:</b> Comparada com as outras duplas, as imagens captadas por esta tem qualidade superior, com ausência de imagens tremidas ou problemas graves com iluminação. O traje usado pelo participante que atuou como repórter era informal, com presença de boné, usado para trás. Na edição das imagens houve uso do recurso de fusão entre imagens e <i>fade out</i> , para marcar a transição de uma imagem para outra. Matéria bem explorada, com uso de várias fontes ligadas ao cinema produzido na periferia.	

**Fonte da tabela:** Elaboração própria.

**Fonte do vídeo:**

**PARCEIRO do RJ conhece o cinema produzido na Cidade de Deus.** G1 – Parceiro do RJ, 20 de julho de 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/07/parceiro-do-rj-conhece-o-cinema-produzido-na-cidade-de-deus.html>>. Acesso: 17 de agosto de 2012.

**APÊNDICE 12** – Matéria produzida pela dupla do Complexo do Alemão no ano de 2012.

Dupla:	Complexo do Alemão
Data vídeo:	22/06/2012
Tema da pauta:	Projeto Verdejar - Serra da Misericórdia
Editoria:	Cidadania
Conteúdo da pauta:	Trata acerca do desmatamento que vem ocorrendo na região da Serra da Misericórdia que sofre não só com a ocupação desordenada como com a ação de pedreiras, indo contra a biodiversidade local e a saúde dos moradores (problemas respiratórios); além disso, as casas estão rachando com explosões realizadas por três pedreiras.
Tempo total:	3'30''
Tempo vinheta:	5''
Tempo cabeça apresentador:	10''
Tempo matéria:	3'10''
Tempo nota-pé:	15''
Repórter da vez:	Lana de Souza
Cinegrafista da vez:	Thiago Ventura
N. de <i>offs</i> :	Nenhum
Cabeça do repórter:	Sim
Passagem:	Não
N. de fontes consultadas:	3
N. de sonoras:	7 (Rafael – 3 sonoras; Edson – 3 sonoras; Márcio – 1 sonora).
Tempo de duração das sonoras:	1 <sup>a</sup> 18 seg.; 2 <sup>a</sup> 20 seg.; 3 <sup>a</sup> 19 seg.; 4 <sup>a</sup> 7 seg.; 5 <sup>a</sup> 20 seg.; 6 <sup>a</sup> 24 seg.; 7 <sup>a</sup> 13 seg.
Cargo de cada fonte consultada:	Rafael Santos de Carvalho (biólogo), Edson Loyola (coord. Geral projeto VERDEJAR), Márcio Antônio de Jesus (guarda municipal).
Fontes denunciantes:	Nenhuma
Fontes respondentes:	Nenhuma
Plano predominante de câmera:	Geral
Imagem:	Em alguns momentos tremida, porém utilizável.
Estado/Qualidade do BG:	Bom, sem ruídos graves que se sobrepussem às sonoras. Uso de música para finalizar a matéria, com imagens de apoio da flora local.

Iluminação:	As gravações feitas ao ar livre estiveram em grande parte com iluminação adequada; já as feitas em ambientes fechados teve a iluminação comprometida (mais escuro).
Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim
Presença de GC?	Sim, identificando <i>parceiros</i> (tanto quem foi repórter quanto quem produziu as imagens), fontes, edição de imagens (Daniela Dantas); jornalista responsável (Monica Labarthe).
Uso de recurso de arte?	Sim / dados estatísticos sobre quantidade de moradores na região
Linguagem coloquial:	Moderada
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> Em determinado momento Lana, a participante que atuou como repórter, coloca-se como personagem da matéria ao dizer que não conhecia o local (uma vez que ela é moradora da região: “No início de umas das trilhas aqui da Serra da Misericórdia eu já fui surpreendida porque sinceramente eu não imaginava que aqui dentro do Complexo do Alemão podia existir um lugar como esse”). Uso do <i>fade out</i> para transição de um ambiente ao outro (da área livre para local fechado). Uma das fontes critica a presença das pedreiras na região – inclusive atribuindo a ela problemas que impactam o meio ambiente e a população – sendo que não foi ouvido na matéria nenhum representante das pedreiras tampouco do poder público para falar a respeito (se os problemas irão persistir, se haverá alguma resolução).</p> <p>A matéria claramente tem um viés voltado para o meio ambiente, os encantos do local, um projeto que visa à manutenção da biodiversidade e preservação da serra da misericórdia, além de fomentar a visitação ao local, por parte dos moradores da região. E apesar da denúncia quanto às pedreiras, aparentemente nada foi feito tanto pelos participantes quanto pela apresentadora em estúdio, para buscar fontes respondentes. O traje usado pela repórter em questão é informal (blusa quadriculada em tons pastel; como acessório, par de argolas nas orelhas).</p>	

**Fonte da tabela:** Elaboração própria.

**Fonte do vídeo:** PARCEIRO do RJ mostra projeto Verdejar na Serra da Misericórdia. G1 – Parceiro do RJ, 22 de junho de 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/06/parceiro-do-rj-mostra-projeto-na-serra-da-misericordia.html>>. Acesso: 17 de agosto de 2012

**APÊNDICE 13** – Matéria produzida pela dupla de Copacabana no ano de 2012.

Dupla:	Copacabana
Data vídeo:	30/07/2012
Tema da pauta:	Projeto social esportivo para jovens
Editoria:	Cidadania
Conteúdo da pauta:	Projeto que oferece aprendizado de práticas esportivas gratuitamente para moradores da região
Tempo total:	3'41"
Tempo vinheta:	5"
Tempo cabeça apresentador:	21"
Tempo matéria:	2'43"
Tempo nota-pé:	17" – apresentadora forneceu dados sobre o projeto, para quem desejou participar (horário de participação, local, faixa etária, etc.).
Repórter da vez:	Luana Rodrigues ( <i>parceira</i> Copacabana)
Cinegrafista da vez:	Felippe Mello ( <i>parceiro</i> Campo Grande)
N. de offs:	Nenhum
Cabeça do repórter:	Sim, com 15 seg. de duração
Passagem:	Não
N. de fontes consultadas:	12
N. de sonoras:	12
Tempo de duração das sonoras:	1 <sup>a</sup> 46 seg.; 2 <sup>a</sup> “povo fala” (5 fontes com média de 5 seg. cada); 3 <sup>a</sup> 7 seg.; 4 <sup>a</sup> 8 seg.; 5 <sup>a</sup> 10 seg.; 6 <sup>a</sup> 11 seg.; 7 <sup>a</sup> 10 seg..
Cargo de cada fonte consultada:	Almir da Silva (Coordenador do projeto); Vagner Fernandes (vendedor e pai de um dos jovens que participam do projeto); Renata Gonçalves (autônoma e mãe de um dos jovens que participam do projeto); Wagner Ayres (aposentado e parente de um dos jovens que participam do projeto); Maiara Izzo (aluna de futebol); Albertina Mestrinho (professora de vôlei).
Fontes denunciantes:	Nenhuma
Fontes respondentes:	Nenhuma
Plano predominante de câmera:	Geral
Imagem:	Ausência de problemas graves, exceto pela iluminação.
Estado/Qualidade do BG:	Bom. Usaram trilha no decorrer da pauta e no fechamento dela.



Iluminação:	Imagens foram captadas à noite; iluminação precária, quando não há o uso de recursos técnicos extras para minimizar o problema.
Loações adequadas ao contexto da matéria?	Sim, no local onde são realizadas as atividades ofertadas pelo projeto.
Presença de GC?	Sim – <i>parceiros</i> ; fontes (exceto “povo fala”); editor de imagens (Mauro Tertuliano); jornalista responsável (Monica Bernardes).
Uso de recurso de arte?	Não
Linguagem coloquial:	Sim, moderada.
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> Assim como identificado em outras matérias, nesta também houve a conexão entre duas duplas: a de Copacabana, local de onde se reporta a matéria, e a de Campo Grande (o participante que atuou como cinegrafista). A participante/repórter usa traje mais formal, se comparada com outras duplas (casaco semelhante a um terno feminino e calça jeans).</p> <p>A participante se põe em um posicionamento mais isento, apesar de o tema da pauta ser leve, buscando ser mais objetiva ao relatar as informações a respeito do fato. A matéria explorou bem as fontes disponíveis, tanto alunos quanto fundador do projeto, professor e pais de alunos que participam. Trata sobre um tema muito importante, que é a integração entre a população dos morros e os moradores “do asfalto”, como as próprias fontes fizeram questão de enfatizar. Além de ressaltar a importância da conscientização contra as drogas e o incentivo à prática de esportes aliado ao bom rendimento escolar.</p>	

**Fonte da tabela:** Elaboração própria.

**Fonte do vídeo:**

**PARCEIRO do RJ mostra projeto social esportivo para jovens em Copacabana.** G1 – Parceiro do RJ, 30 de julho de 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/07/parceiro-do-rj-mostra-projeto-social-esportivo-para-jovens-em-copacabana.html>>. Acesso: 18 de agosto de 2012.

**APÊNDICE 14** – Matéria produzida pela dupla de Duque de Caxias no ano de 2012.

Dupla:	Duque de Caxias
Data vídeo:	19/07/2012
Tema da pauta:	Hospital desativado e falta de atendimento
Editoria:	Serviço
Conteúdo da pauta:	Serviço de abrangência pública e mantido pelo poder público sem prestar atendimento adequado à população
Tempo total:	3'21"
Tempo vinheta:	5"
Tempo cabeça apresentador:	15"
Tempo matéria:	2'37"
Tempo nota-pé:	23"
Repórter da vez:	Flávia Freitas
Cinegrafista da vez:	Felype Bastos
N. de offs:	nenhum
Cabeça do repórter:	Sim – 24 seg. (intercalada por imagens de arquivo)
Passagem:	Sim – 24 seg.
N. de fontes consultadas:	7
N. de sonoras:	8
Tempo de duração das sonoras:	1ª 4 seg.; 2ª 4 seg.; 3ª 4 seg.; 4ª 4 seg.; 5ª 4 seg.; 6ª 11 seg.; 7ª 9 seg.
Cargo de cada fonte consultada:	Administrador da obra (imagem de arquivo); Cinco fontes sem identificação (povo fala); Valdinei Soares dos Santos (Costureira);
Fontes denunciantes:	6
Fontes respondentes:	1 (Contabiliza-se aqui apenas a resposta da prefeitura via secretaria de saúde, via nota e representada na nota-pé, com 21" de duração).
Plano predominante de câmera:	Geral e médio
Imagem:	Uso de imagens de apoio feitas por celular, quando entraram no hospital (deixam claro que se trata de "câmera escondida"). Apesar de muito tremida, o uso da imagem é válido para comprovar as reclamações das fontes.
Estado/Qualidade do BG:	Adequado. Uso de trilha em dois momentos (início, antes da vinheta, com som de rap, característico da proposta do quadro, e no fechamento da matéria).

Iluminação:	Problemas pequenos, não prejudicou de forma grave a captação das imagens.
Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim (filas de pacientes, hospitais, obra de hospital sem conclusão).
Presença de GC?	<i>Parceiros</i> (repórter e cinegrafista); sonora da primeira matéria feita um ano antes; fontes (exceto povo fala); edição de imagens (Daniela Dantas); jornalista responsável (Monica Labarthe).
Uso de recurso de arte?	Sim, para emoldurar imagens de arquivo, feitas um ano antes, e que foram inseridas na suíte a fim de relembrar o telespectador sobre o fato reportado anteriormente.
Linguagem coloquial:	Moderada
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> A matéria, assim como outras analisadas, apresenta mais uma vez uma prática feita pelos participantes, a de produzir suítes sobre determinadas pautas que eram consideradas mais relevantes ou mesmo que gerasse mais repercussão entre os telespectadores. No caso desta, uma suíte de outra matéria produzida há aproximadamente um ano (20/06/2011). Quanto à vestimenta, a participante que atuava como repórter trajava camisa preta, mais formal e discreta se comparada com outras vestes usadas pelos demais participantes.</p> <p>Ao se referir a um dos postos de atendimento à população a repórter demonstra falta de distanciamento quanto ao fato: “Dá só uma olhada na precariedade do lugar”; ou no encerramento da matéria quando diz: “E a situação é tão precária que o conselho que fica é ‘aqui em Duque de Caxias é proibido ficar doente’.” Houve uso de imagens de apoio feitas com câmera escondida, quando da captação das sonoras. No caso desta pauta em particular, seria interessante a proposição de uma pauta conjunta que abarcasse os problemas no sistema de saúde de todas as regiões atendidas pelo projeto (cada dupla desenvolvendo a pauta em sua região, com a produção de uma reportagem mais ampla sobre o assunto, sendo, portanto, de interesse de uma parcela maior de telespectadores).</p>	

**Fonte da tabela:** Elaboração própria.

**Fonte do vídeo:**

**PARCEIROS do RJ mostram hospitais de Duque de Caxias sem atendimento.** G1 – Parceiro do RJ, 19 de julho de 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/07/parceiros-do-rj-mostram-hospitais-de-duque-de-caxias-sem-atendimento.html>>. Acesso: 18 de agosto de 2012.

**APÊNDICE 15** – Matéria produzida pela dupla de Nova Iguaçu no ano de 2012.

Dupla:	Nova Iguaçu
Data vídeo:	3/07/2012
Tema da pauta:	Dificuldade de locomoção calçadas e pontos de ônibus
Editoria:	Serviço
Conteúdo da pauta:	Por tratar de um serviço público básico (ônibus municipais) e a circulação de pedestres nas calçadas, que servem como pontos de ônibus improvisados, o tema tem relevância social que a caracterize como pauta de serviço.
Tempo total:	4'43"
Tempo vinheta:	5"
Tempo cabeça apresentador:	16"
Tempo matéria:	3'02"
Tempo nota-pé:	Sim, 1'20"
Repórter da vez:	Mariane Del Rei
Cinegrafista da vez:	Peter MC
N. de offs:	Nenhum
Cabeça do repórter:	Sim
Passagem:	Sim, duas (1ª 20 seg. e 2ª 26 seg.)
N. de fontes consultadas:	6
N. de sonoras:	5
Tempo de duração das sonoras:	1ª 15 seg.; 2ª 46 seg.; 3ª 11 seg.; 4ª 15 seg.; 5ª 6 seg..
Cargo de cada fonte consultada:	Fabiano da Silva Castilho (militar), Ana Maria Pacheco (Autônoma), Ilza Coelho Ribeiro (Dona de casa), Sandra de Oliveira Silva (babá)
Fontes denunciantes:	5
Fontes respondentes:	1 (Secretaria de Transporte e Serviços Públicos), em nota-pé – 10 seg. de tempo para resposta.
Plano predominante de câmera:	Médio
Imagem:	Tremida e em alguns momentos fora de foco, exceto as imagens captadas das fontes, estas sim estáticas e com enquadramento correto.
Estado/Qualidade do BG:	BG na cabeça do repórter se sobressai em determinado momento e por se tratar de uma propaganda, pode acabar confundindo o telespectador ao tentar ouvir o que a repórter tem a dizer.

Iluminação:	Mediana, se considerar que a matéria foi feita em um período do final de tarde para a noite. Ou seja, a captação da imagem de alguns locais e das primeiras fontes ficou melhor que das fontes entrevistadas à noite, uma vez que aparentemente os <i>parceiros</i> não dispõem de recurso de iluminação extra.
Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim, pontos de ônibus e calçadas onde foram identificados os problemas.
Presença de GC?	Sim ( <i>parceiros</i> repórter e imagens), fontes, editor de imagens (Daniela Dantas), Jornalista responsável (Monica Labarthe).
Uso de recurso de arte?	Não
Linguagem coloquial:	Em excesso, com forte sotaque.
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> Diferente de outras matérias e duplas, nesta a participante que atua como repórter usa um tipo de casaco, lembrando um terno feminino, sobre camiseta informal, na tentativa de tornar-se mais formal em vídeo. Na passagem há a falta de distanciamento, ao vivenciar a situação reportada (falta de espaço adequado para andar na calçada), com exposição do seu ponto de vista a respeito. A matéria apresentou problemas técnicos. Por exemplo, enquanto fazia a primeira passagem, andando, a imagem além de ter ficado desfocada, também ficou tremida.</p> <p>Faltou harmonia na duração das sonoras; uma das fontes entrevistadas, usuária do transporte público, falou durante 46 segundos enquanto as demais fontes permaneceram em uma média de dez segundos por fala. O único ponto que caracteriza maior espaço a esta fonte foi o fato de ser desenvolta ao falar muito sobre o problema, considerando conhecimento de causa. Apesar da situação caótica em que se encontra a falta de pontos adequados para a permanência das pessoas enquanto aguardam os ônibus, nem <i>parceiros</i> tampouco os jornalistas (apresentadora e comentarista) do telejornal foram imparciais, prevalecendo a falta de distanciamento. Os jornalistas, em forma de nota-pé, inclusive, fizeram coro às reclamações apontadas pelas fontes entrevistadas, apesar de em determinado e curto momento expor o lado da prefeitura e as providências a serem tomadas.</p>	

**Fonte da tabela:** Elaboração própria.

**Fonte do vídeo: PARCEIRO do RJ mostra a dificuldade de locomoção em Nova Iguaçu.** G1 – Parceiro do RJ, 3 de julho de 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/07/parceiro-do-rj-mostra-dificuldade-de-locomocao-em-nova-iguacu.html>>. Acesso: 18 de agosto de 2012.

**APÊNDICE 16** – Matéria produzida pela dupla da Rocinha no ano de 2012.

Dupla:	Rocinha
Data vídeo:	26/07/2012
Tema da pauta:	História de ocupação da Rocinha
Editoria:	História
Conteúdo da pauta:	Trata acerca da história da Rocinha, como se deu a fundação do local, o que era antes de se tornar a maior favela do Brasil e da América Latina.
Tempo total:	3'50''
Tempo vinheta:	5''
Tempo cabeça apresentador:	18''
Tempo matéria:	3'27''
Tempo nota-pé:	Não
Repórter da vez:	Cecília Vasconcelos [1ª parte; revezamento]
Cinegrafista da vez:	Marcos Braz [1ª parte; revezamento]
N. de offs:	Nenhum
Cabeça do repórter:	Sim
Passagem:	6 (Quatro da Cecília e duas do Marcos)
N. de fontes consultadas:	6
N. de sonoras:	9
Tempo de duração das sonoras:	1ª 13 seg.; 2ª 17 seg.; 3ª 9 seg.; 4ª 30 seg.; 5ª 6 seg.; 7ª 6 seg.; 8ª 4 seg.; 9ª 9 seg..
Cargo de cada fonte consultada:	Primeira fonte não identificada; João de Castro Guidão (Bisneto de Adriano Guidão); outras quatro fontes sem identificação por GC
Fontes denunciantes:	Nenhuma
Fontes respondentes:	Nenhuma
Plano predominante de câmera:	Médio
Imagem:	Uso de <i>travelling</i> , intercalado por planos gerais e médios. Imagens com qualidade razoável.
Estado/Qualidade do BG:	Sem problemas graves sonoros.
Iluminação:	Sem problemas graves de iluminação.
Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim: ruas da Rocinha; feira; fotos históricas do local antes de se tornar favela; documentos de posse de terra fornecidos por uma das fontes (bisneto do dono das

	terras, antes de sua ocupação pela população).
Presença de GC?	Sim ( <i>parceiros</i> ); fontes (Apesar da primeira delas não ter sido devidamente identificada, nem verbalmente pela repórter nem por GC; outras quatro fontes também não foram identificadas. Pode ser caracterizado como “povo fala”); edição de Imagens (Mauro Tertuliano); jornalista responsável (Monica Bernardes).
Uso de recurso de arte?	Não
Linguagem coloquial:	Em excesso, com uso de gírias.
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> Edição mal cortada (corte em seco rente à sonora, “comendo” palavras). Na matéria ao invés de um dos participantes ser o repórter e o outro o cinegrafista, ambos revezaram os papéis em vários momentos. A vestimenta de ambos os participantes era informal (ela usou blusa vermelha decotada e calça jeans enquanto ele vestia blusa preta com grafismos estampados e calça jeans). Houve o uso elevado de passagens. Ao todo, seis fontes foram ouvidas. Destas, quatro são do recurso de “povo fala”. Duas fontes principais são usadas para dar base aos relatos históricos da matéria. Uma delas foi identificada. Já a outra que abre a matéria não foi identificada por meio de GC.</p> <p>O registro histórico contou com o depoimento de uma fonte ligada ao antigo proprietário das terras (João de Castro Guidão, o bisneto de Adriano de Castro Guidão, banqueiro português que tomou posse da propriedade). No entanto, não ficam claras informações de quando se deu essa posse, tampouco os documentos apresentados em imagens de apoio tiveram detalhes explorados a respeito. Ao indagar à fonte em uma segunda sonora sobre como se deu a criação do Largo do Boiadeiro, a participante, então repórter, sequer cita o nome da fonte, impossibilitando ao telespectador saber se o entrevistado era adequado para dar a informação (se era um pesquisador, autoridade ou morador antigo de bairro, uma vez que não foi identificado via GC). Não foram identificados problemas graves quanto ao som ambiente, sonoras, tampouco com iluminação. O diálogo entre participante e fonte é informal, com uso irrestrito de linguagem coloquial e gírias. Ex.: em uma das passagens feitas por Cecília: “Então estamos aqui no Largo do Boiadeiro. Vem comigo, 'vamo' conhecer a famosa feira, e 'vamo' comer alguma coisa que eu sou filha de nordestino, né?”</p>	

**Fonte da tabela:** Elaboração própria.

**Fonte do vídeo:** PARCEIRO do RJ conhece história da ocupação da Rocinha. G1 – Parceiro do RJ, 26 de julho de 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/07/parceiro-do-rj-conhece-historia-da-ocupacao-da-rocinha.html>>. Acesso: 19 de agosto de 2012.

**APÊNDICE 17 – Matéria produzida pela dupla de São Gonçalo no ano de 2012.**

Dupla:	São Gonçalo
Data vídeo:	27/07/12
Tema da pauta:	Ponte improvisada
Editoria:	Serviço
Conteúdo da pauta:	Moradores do bairro Jóquei são obrigados a usar uma tábua como ponte para atravessar rio.
Tempo total:	3'09"
Tempo vinheta:	5"
Tempo cabeça apresentador:	15"
Tempo matéria:	2'39"
Tempo nota-pé:	10"
Repórter da vez:	Felipe Saldanha
Cinegrafista da vez:	Romario Regis
N. de offs:	Nenhum
Cabeça do repórter:	Sim - 43"
Passagem:	Sim – 2 (1ª 10 seg. e 2ª 10 seg.)
N. de fontes consultadas:	4
N. de sonoras:	4
Tempo de duração das sonoras:	1ª 31 seg.; 2ª 21 seg.; 3ª 14 seg.; 4ª 10 seg.
Cargo de cada fonte consultada:	Maria das Graças Jesus (Cozinheira), Nilda Matos (pensionista), Márcia Oliveira (Técnica de enfermagem)
Fontes denunciantes:	3
Fontes respondentes:	1 – Prefeitura de São Gonçalo, apresentada em forma de nota-pé, pela apresentadora (10 seg. para o tempo de resposta).
Plano predominante de câmera:	Geral e médio
Imagem:	Razoável. Em um momento, enquanto o repórter caminha com a fonte, o cinegrafista capta imagens fazendo alusão ao que o repórter e morador veem do estado da rua. Neste momento, as imagens saíram tremidas.
Estado/Qualidade do BG:	Bom. Foram usadas trilhas no decorrer da pauta e no fechamento.
Iluminação:	Em alguns momentos da matéria, as imagens ficaram



	um pouco escuras.
Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim, ponte quebrada, ruas com falta de asfaltamento.
Presença de GC?	<i>Parceiros</i> , fontes, Editor de imagens (Mauro Tertuliano), jornalista responsável (Monica Bernardes).
Uso de recurso de arte?	Não
Linguagem coloquial:	Reduzida
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> Falta de edição no início da matéria, quando o participante que atuava como repórter pergunta, fora do microfone, o nome da fonte. Esta parte poderia ter sido suprimida, ou o participante poderia ter indagado a fonte com o microfone a postos. Trajava roupa casual e jovial (blusa gola polo azul com listras brancas horizontais e calça jeans; notou-se um <i>piercing</i> em uma das orelhas, como acessório, comprovando a liberdade que possuem de se vestirem informalmente, incluindo acessórios). Mais uma vez se notou um tempo maior destinado aos moradores e principais atingidos com o problema.</p>	

**Fonte da tabela:** Elaboração própria.

**Fonte do vídeo:**

**PARCEIRO do RJ mostra ponte improvisada em São Gonçalo.** G1 – Parceiro do RJ, 27 de julho de 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/07/parceiro-do-rj-mostra-ponte-improvisada-em-sao-goncalo.html>>. Acesso: 19 agosto de 2012.

**APÊNDICE 18** – Matéria produzida pela dupla de São Gonçalo no ano de 2012.

Dupla:	Tijuca
Data vídeo:	4/07/2012
Tema da pauta:	Museu com obras interativas – Ciência Viva
Editoria:	Cidadania
Conteúdo da pauta:	Divulgação de obras científicas para a população, de forma gratuita, promovendo o conhecimento além de educar estudantes fora do ambiente escolar.
Tempo total:	3'05''
Tempo vinheta:	5''
Tempo cabeça apresentador:	11''
Tempo matéria:	2'49''
Tempo nota-pé:	Sem nota-pé
Repórter da vez:	Yuri Henderson ( <i>parceiro</i> Tijuca)
Cinegrafista da vez:	Thiago Ventura ( <i>parceiro</i> C. do Alemão)
N. de <i>offs</i> :	Nenhum
Cabeça do repórter:	Sim (18 seg.)
Passagem:	Não
N. de fontes consultadas:	9
N. de sonoras:	9
Tempo de duração das sonoras:	1ª 22 seg.; 2ª 11 seg.; 3ª 11 seg.; 4ª 28 seg.; povo fala média de 6 segundos por fala.
Cargo de cada fonte consultada:	Primeira não identificada; Carla Ribeiro (Bióloga); terceira fonte não identificada; povo fala (Estudantes).
Fontes denunciantes:	Nenhuma
Fontes respondentes:	Nenhuma
Plano predominante de câmera:	Médio
Imagem:	Como nas duas anteriores, problemas com iluminação, mas nada grave.
Estado/Qualidade do BG:	Início da matéria com música, já que o próprio tom leve da matéria (educação) pode ser dosado com descontração. Aliás outras duas trilhas foram usadas no decorrer da matéria e no sobe-som, encerrando a matéria.
Iluminação:	Problema comum entre as matérias dos <i>parceiros</i> , se considerar que além de não dispuserem de iluminação extra, também utilizam câmeras com qualidade inferior

	às utilizadas pelos repórteres (fato mencionado por Bretas (2012). Mas não houve nenhum problema grave nesse sentido.
Loações adequadas ao contexto da matéria?	Sim, dentro do próprio projeto, com exploração de imagens dos estudantes interagindo com os aparelhos e demais recursos disponíveis.
Presença de GC?	<i>Parceiros</i> (Yuri e Thiago, como “Imagens”), fonte 2, editor de imagens (Mauro Tertuliano), jornalista responsável (Monica Bernardes).
Uso de recurso de arte?	Não
Linguagem coloquial:	Moderada
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> Uma curiosidade da matéria é que apesar de a pauta se dar na região da Tijuca, quem fez a matéria foi um <i>parceiro</i> da Tijuca e um do Complexo do Alemão. Essa conexão entre duplas ocorre principalmente quando a pauta é casada entre regiões (por exemplo, o instituto que atende não só moradores da Tijuca, como do Alemão, por exemplo, ou ainda na ausência de um dos <i>parceiros</i> por um motivo pessoal). O participante que atuou como repórter se vestia de forma jovial (blusa branca e calça jeans). Falta de identificação por meio de GC de duas fontes da matéria que, a tirar pelo uniforme que usavam, tratava-se de profissionais ligados ao projeto. Tampouco o nome dessas duas fontes em particular foi citado na matéria. Cinco das fontes consultadas eram estudantes; devido a ausência de GC caracterizou o recurso do “povo fala”. A matéria é mais curta e não houve necessidade de nota-pé, apesar de talvez ter sido interessante usar o recurso para apresentar ao telespectador o endereço do local onde é realizado o projeto, por exemplo, uma vez que como se trata de um museu, pode ser, portanto, de interesse de visitação de qualquer pessoa, independente se morador ou não da região.</p>	

**Fonte da tabela:** Elaboração própria.

**Fonte do vídeo:**

**Parceiro do RJ visita museu com obras interativas na Tijuca.** G1 – Parceiro do RJ, 4 de julho de 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/07/parceiro-do-rj-visita-museu-com-obras-interativas-na-tijuca.html>>. Acesso: 19 de agosto de 2012.

**APÊNDICE 19** – Reportagem feita por um dos jornalistas do *RJTV*, no primeiro semestre de 2011.

Repórter:	Bruno Miceli
Data vídeo:	02/05/2011
Tema da pauta:	Dia do trabalho
Editoria:	Cidadania
Conteúdo da pauta:	Ações promovidas durante o dia do trabalho na cidade do Rio de Janeiro (ações em prol do cidadão – emissão da carteira de trabalho; aferição de pressão arterial - e entretenimento promovidas em várias regiões da capital do RJ)
Tempo total:	2'17"
Tempo vinheta:	7" (vinheta abertura telejornal)
Tempo cabeça apresentador:	15"
Tempo matéria:	1'45"
Tempo nota-pé:	10"
Cinegrafista:	Vilson Ferreira
	Leandro Luna
N. de <i>offs</i> :	5
Cabeça do repórter:	Não
Passagem:	Sim. Apenas uma com duração de 7 seg.
N. de fontes consultadas:	5
N. de sonoras:	5 (uma por fonte)
Tempo de duração das sonoras:	1 <sup>a</sup> 2 seg.; 2 <sup>a</sup> 3 seg.; 3 <sup>a</sup> 5 seg.; 4 <sup>a</sup> 13 seg.; 5 <sup>a</sup> 25 seg.
Cargo de cada fonte consultada:	Sec. Est. Do Trabalho   Cantora
Fontes denunciantes:	Nenhuma
Fontes respondentes:	Nenhuma
Plano predominante de câmera:	Geral   Médio
Imagem:	Sem problemas graves
Estado/Qualidade do BG:	Bom, sem ruídos graves que se sobrepusessem às sonoras.
Iluminação:	Gravações feitas ao ar livre; iluminação adequada
Loações adequadas ao contexto da matéria?	Sim

Presença de GC?	O recurso foi utilizado em apenas dois momentos: fonte da sec. Do estado e cantora. As três fontes colhidas que faziam parte do público que estava participando do evento não foram identificadas. Uma delas, cuja imagem foi veiculada após o <i>off</i> , não pode ser considerada dentro do “povo fala”, ou seja, houve ausência de GC. Também foi utilizado GC para identificar origem das “imagens”, captadas por dois cinegrafistas diferentes.
Uso de recurso de arte?	Não
Linguagem coloquial:	Praticamente nula – narração formal
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> Linguagem mais clara e objetiva, com ausência de coloquialismos – como gírias e outro tipo de recurso linguístico que denote informalidade; vestimenta formal para a função (blusa social, plano médio, impossibilitou analisar o resto do traje); durante a passagem, gesticulou com uma das mãos, porém de forma calma, sem movimentos exagerados. Postura ereta, sem sair do lugar (durante passagem). Imagens com boa iluminação; não houve problemas com áudio. O problema identificado de fato foi a ausência de CG para identificar três das cinco fontes. Apenas a fonte da “autoridade”, representando o poder público, e a cantora, foram identificados via CG.</p> <p>A terceira sonora, inclusive, foi colocada na edição entre dois <i>offs</i>, portanto não poderia ser caracterizada como “povo fala”, diferente das duas primeiras apresentadas. Em <i>off</i> falando sobre o público que aguardava o show da cantora, repórter utilizou o adjetivo “ansioso” (“o público aguardava ansioso pelo show de Beth Carvalho”). No entanto, a imagem utilizada neste ponto da matéria não apresentou indícios de “ansiedade” por parte do público. Aliás, captaram imagem de um pequeno grupo, sendo que a imagem que abre este <i>off</i> em particular mostra um público maior ao fundo. Durante a edição, a imagem que deveria ser utilizada neste ponto deveria ser outra, do público maior, ou de fato de um público em polvorosa, que denotasse ansiedade ao aguardar a cantora.</p>	

**Fonte da tabela:** Elaboração própria.

**Fonte do vídeo:**

**COMEMORAÇÃO do dia do Trabalho.** *Youtube*. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=27MGoNxSUt4>. Acesso em: 16 de abril de 2013.

**APÊNDICE 20** – Reportagem feita por um dos jornalistas do *RJTV*, no segundo semestre de 2012.

Repórter:	Silvana Ramiro
Data vídeo:	31/07/2012
Tema da pauta:	Imitações de celulares de marcas são vendidas na Uruguaiana (Centro da capital do Rio de Janeiro)
Editoria:	Denúncia/Serviço
Conteúdo da pauta:	Venda ilegal de produtos pirateados, com destaque para celulares e DVDs comercializados no camelódromo no Centro do Rio de Janeiro
Tempo total:	4'10"
Tempo vinheta:	Sem vinheta
Tempo cabeça apresentador:	26"
Tempo matéria:	3'17"
Tempo nota-pé:	27" - espaço para dar direito de resposta às três autoridades, fontes respondentes (PM, Guarda Municipal e Sec. Ordem Pública)
Cinegrafista:	Jorge Bonachi
N. de <i>offs</i> :	14 (7 da repórter; 7 produtores da câmera escondida)
Cabeça do repórter:	Não
Passagem:	Sim. Apenas uma com duração de 21"
N. de fontes consultadas:	4
N. de sonoras:	5
Tempo de duração das sonoras:	1 <sup>a</sup> 2 seg.; 2 <sup>a</sup> 3 seg.; 3 <sup>a</sup> 5 seg.; 4 <sup>a</sup> 13 seg.; 5 <sup>a</sup> 25 seg.
Cargo de cada fonte consultada:	Sec. Est. Do Trabalho   Cantora
Fontes denunciantes:	1
Fontes respondentes:	3 (Polícia Militar; Guarda Municipal; Secretaria de Ordem Pública)
Plano predominante de câmera:	Variados: Geral   Médio   <i>close</i>
Imagem:	Uso de câmera escondida; essas imagens eram tremidas, com pouca iluminação e baixa qualidade. Demais imagens feitas com câmera, com boa captação, sem problemas graves. Também foram usadas imagens de arquivo uma vez que a matéria suita outra reportagem feita anteriormente.
Estado/Qualidade do BG:	Das imagens captadas por câmera escondida, o ruído de som ambiente era alto, mas não que se sobrepujasse

	ao <i>off</i> do produtor que gerou as imagens.
Iluminação:	Gravações feitas ao ar livre; iluminação adequada. Já as imagens captadas por câmera escondida tiveram a iluminação prejudicada, até pela baixa qualidade das imagens.
Locações adequadas ao contexto da matéria?	Sim (camelódromo, ruas de comércio do RJ, vendedores ambulantes, camelôs)
Presença de GC?	Produção – Daniel Targeta e Márcia Brasil; Imagens Jorge Bonachi; fonte não identificada.
Uso de recurso de arte?	Não
Linguagem coloquial:	Moderada
<p><b>Peculiaridades da matéria:</b> No geral, a repórter conduz a narração dos <i>offs</i> e passagem com linguagem formal. Em apenas um dos <i>offs</i> introduz fala coloquial descrita da seguinte forma: “Que tal um <i>iPhone</i> por 110 reais? Proposta tentadora não é?”. Houve uso de imagens captadas por câmera escondida, fato narrado em <i>off</i> pela repórter, que explica que os produtores descritos em GC atuaram nesta fase de produção da reportagem. Roupas formais (blusa social), cabelos lisos, ausência de gesticulação, postura ereta, sem movimentos bruscos ou exagerados. Além disso, apenas um transeunte foi entrevistado como sonora, sem ter o GC utilizado. Ou seja, não são só os “<i>parceiros</i>” que não fazem uso de GC de forma adequada; em outras matérias analisadas também se constatou que inclusive nas reportagens (feitas por jornalistas) também há a ausência de GC em determinadas sonoridades, que não se encaixam no recurso de “povo fala” (entrepistas na edição entre passagem ou <i>offs</i>). O que se notou é que assim como os <i>parceiros</i> em uma matéria de denúncia, as autoridades também só tiveram espaço via nota-pé, o que é de se estranhar, uma vez que também caberia à jornalista verificar o segundo lado de um fato. Ao analisar outras reportagens para verificar se isto é prática comum do programa, o que se constatou é que de um modo geral o repórter costuma dar alguma resposta das autoridades durante a matéria, de forma curta e objetiva, com posterior desdobramento dos fatos e concessão de direito de resposta na nota-pé, com apresentador em estúdio.</p>	

**Fonte da tabela:** Fonte: Elaboração própria

**Fonte do vídeo:**

**IMITAÇÕES de celulares de marcas são vendidas na Uruguaiana.** G1 – RJTV 1ª Edição, 31 de julho de 2012. Disponível em: <http://globotv.globo.com/rede-globo/rjtv-1a-edicao/t/edicoes/v/imitacoes-de-celulares-de-marcas-sao-vendidas-na-uruguaiana/2066691/>. Acesso em: 16 de abril de 2013.

**APÊNDICE 21** - Entrevista Erick Bretas

Diretor Executivo de Jornalismo da *TV Globo* / Sede da *TV Globo Rio*,  
Jardim Botânico - RJ

Data: 22 de outubro de 2012

1. Você é o idealizador do projeto? Como começou o projeto e desde quando começaram a pensar a concepção do quadro?

**Erick Bretas:** Sim. Somos um grupo. Muita gente contribuiu, muita gente pensou, mas eu fui a pessoa que fez o negócio acontecer. Existem várias iniciativas chamadas de *Citizen Journalism*, o jornalismo cidadão, tem estudos teóricos sobre isso nos EUA. A CNN tem os *iReporters*, são aqueles caras que estabelecem algum tipo de vínculo com a CNN pra mandar contribuições dos lugares onde estão. Então existem no mundo várias iniciativas. E desde que eu cheguei aqui na direção regional eu estudava algumas dessas iniciativas. Nós já tínhamos aqui o *VC no RJ*, que é um quadrinho que as pessoas mandavam flagrantes, feitos com celular, feitos com uma câmera amadora e a gente recebia aquilo, filtrava, ligava, confirmava pra ver se a pessoa existia mesmo, a circunstância em que aquilo foi gravado. Então quando era uma coisa bacana a gente colocava no ar. Mas a gente queria alguma coisa um pouco mais profunda. A gente queria algum tipo de contribuição que não fosse tão esporádica, e especialmente em lugares da periferia ou favelas em que a gente percebia que pra levar a nossa mensagem aquelas pessoas queriam o nosso jornalismo, mas queriam de um jeito diferente. Elas não se identificavam tanto com o repórter que chegava com o figurino tradicional, com a linguagem tradicional. Então, pra gente levar a nossa mensagem, a gente precisava levar de um jeito diferente. E eu já vinha trabalhando com a ideia de que a gente tivesse aquelas pessoas dentro dos nossos quadros. Acho que a maneira da gente levar a mensagem genuinamente próxima a elas é que elas próprias façam esse conteúdo. E a gente não sabia a forma, né? Eu pensei em contratar um ou dois repórteres que viessem de favelas, que viessem de periferia, de comunidades, mas sempre vinha aquela coisa: eu vou pegar um cara da Baixada Fluminense, e esse cara não vai ter uma identificação com São Gonçalo. Ou eu vou pegar um cara da favela da Rocinha e ele não vai se identificar com o cara da favela do Alemão. Eu poderia ter repórteres de favela ou da periferia, mas você sempre precisa fazer com que aquilo chegue a uma maior quantidade de pessoas possível. É um erro você imaginar que um repórter de favela vai falar pra todos os moradores de favela da mesma maneira. Não vai. As favelas são diferentes, tem



identidades diferentes. Dependendo da região geográfica em que elas estão tem identidades muito diferentes. Tem favelas que o nível de renda é muito maior. A Rocinha, por exemplo, tem um nível de renda que é muito maior que a Baixada Fluminense, que Duque de Caxias. Então, entendendo isso, aí veio uma ideia do filme “Cinco vezes favela”, que é um filme dos anos 1960 ou 1970 (não sei exatamente ao certo), do Cacá Diegues, e que teve uma nova versão, o “Cinco vezes favela agora por nós mesmos”, em que diretores e moradores de favela foram treinados, capacitados como diretores de cinema e fizeram seus próprios filmes. Foi uma reedição do “Cinco vezes favela”, que foi um filme que fez muito sucesso, mas com os moradores da favela filmando suas próprias histórias. E aquilo foi um clique pra mim. A gente pode fazer isso no jornalismo também. A diferença era que alguém treinava, alguém capacitava aquelas pessoas para que elas pudessem produzir o seu próprio conteúdo. E eu pensei: “Nós podemos fazer isso. Nós temos capacidade para treinar, capacitar as pessoas da favela, da periferia, para que produzam seus próprios conteúdo”. E nós somos o veículo. Nós vamos ensiná-los a técnica, nós vamos dar os instrumentos, mas eles vão ter liberdade para produzir o que acharem mais relevante e nós adequaremos isso na TV. Muita gente já fazia isso em internet, em *blogs*. Mas por que que o cara que mora na favela tem que fazer um *blog*? Por que ele não pode fazer uma produção pra *TV Globo*?

Há muito tempo já tem muitas iniciativas: voz no morro, o voz da comunidade, muita gente produziu, muita gente na favela da Maré também tem gente que faz trabalhos muito interessantes. Mas isso ficou sempre em uma escala muito reduzida. Normalmente as pessoas produziam aquele conteúdo para o seu próprio público. Eles ficavam ali nas fronteiras da própria comunidade. E o clique do *Parceiro do RJ* é tirar aquilo da fronteira da comunidade e colocar num veículo de massa. E foi o que a gente fez. Então nós escolhemos essas pessoas, demos treinamento técnico, que durou um ano e meio, uma preparação um pouco mais profunda para essas pessoas.

2. Esse treinamento durou quanto tempo? E em que consistiu esse treinamento?

**Erick Bretas:** O *hardcore* do treinamento durou dois meses. A Vera Íris Paternostro foi nossa gerente de desenvolvimento, responsável pelo treinamento deles. Eles foram treinados tecnicamente no manuseio da câmera; foram treinados com noções de produção de roteiro; tiveram treinamento de segurança também, noções de segurança, do que se deve

ou não se deve fazer para preservar a segurança. E tem uma parte que a gente considera que é o treinamento deles pra vida que são questões éticas, conversas com pessoas importantes, com jornalistas, com personalidades de várias áreas que vieram aqui. Em uma frequência de quinze em quinze dias nós fazíamos uma palestra pra eles. Durou todo o período, um ano e meio eles receberam essas palestras. E em alguns momentos a gente voltou a fazer algumas oficinas. Depois de seis meses a gente: “Olha, o que que está precisando melhorar?”. Então a gente tinha revisões do treinamento técnico também ao longo do projeto.

3. Quais os parâmetros para a escolha dos participantes? (Além do ensino médio completo, maior de dezoito anos e afinidade com a comunidade?)

**Erick Bretas:** Nosso processo de seleção foi estruturado em quatro fases: primeiro a gente teve uma prova de conhecimentos gerais. Nós temos um processo de seleção semelhante aos dos nossos estagiários. Naturalmente que essa prova foi diferente, o nível de exigência foi reduzido, até porque a gente queria outras características que não necessariamente são aquelas que a gente vai buscar em um estagiário. Teve uma redação também junto com a prova de conhecimentos gerais. Tinha um tema específico, relacionado à comunidade. A prova de conhecimentos gerais e redação foi a primeira fase. Então a primeira grande peneira foi essa prova. Ai a gente trouxe as pessoas para a dinâmica de grupo. Nas dinâmicas de grupo a gente selecionou três ou quatro vídeos dessas pessoas [depois que eles passavam da fase da prova oral e prova escrita]. Então a gente pegou os melhores vídeos, e foi pra fase da entrevista. Fizemos as entrevistas e no final fizemos uma reunião, um painel. Participamos eu e as pessoas envolvidas no projeto: a Gisela Pereira, que é coordenadora do projeto, o Márcio, a Cecília Mendes, a Ana Paula Araújo, o Ali [Kamel] e o [Carlos Henrique] Schroder. Vimos os vídeos, fizemos um relato de como as pessoas tinham ido nas entrevistas, quem eram elas, e ai formamos um painel e selecionamos as duplas. A gente teve um cuidado de formar duplas com perfis complementares. Nem em todos os casos a gente conseguiu isso, mas as melhores duplas foram aquelas que a gente tinha perfis complementares. De repente alguém mais de classe média tinha um pouco mais de conhecimento das ferramentas, de vídeo, e alguém que tinha mais identificação com a comunidade, com as lideranças comunitárias, então essas foram as duplas mais interessantes. Não teve

uma regra. Não teve uma regra de origem social, não teve regra de sexo. Tinha dupla de dois homens, dupla de duas mulheres, dupla de casal.

4. Já haviam estudantes de jornalismo no projeto. Eles já eram estudantes antes ou começaram a estudar durante o projeto?

**Erick Bretas:** A gente teve de tudo. A Flávia [Freitas] de Duque de Caxias já era estudante. E a Luana [Rodrigues] de Copacabana já era estudante. Ai a gente teve gente que decidiu cursar jornalismo durante o projeto. Foi o caso do Yuri [Henderson; está fazendo vestibular].

5. Isso partiu deles ou vocês que de certa forma sugeriram isso? [Fazer faculdade em jornalismo]

**Erick Bretas:** Não. Muita gente descobriu vocações mesmo com o projeto. O Thiago Ventura, que ‘tá’ contratado com a gente como editor de imagens, ele tá fazendo vestibular pra jornalismo. Então muita gente descobriu no jornalismo uma vocação. Teve uma menina, a Mariane [Del Rei] de Nova Iguaçu, que fazia faculdade de Jornalismo, tava trancada, e ela retomou a faculdade depois que ela passou no projeto.

6. A duração do quadro tinha uma duração privilegiada. Vocês notaram alguma alteração na audiência durante a exibição do quadro?

**Erick Bretas:** Muito difícil você atribuir ao *Parceiro* uma elevação de audiência. Mas o que a gente percebeu no minuto a minuto do Ibope é que sempre que o *Parceiro* entrava você tinha uma reação positiva ou a manutenção da audiência subia um ou dois pontos. Mas eu não diria assim: “Os *parceiros* fez a audiência subir”. Claro que a gente quer audiência. Eu quero audiência, né? Que a nossa mensagem seja vista, quanto mais gente, melhor. Mas o objetivo não era esse. O objetivo era que o jornal fosse relevante. O objetivo do *Parceiro* era aproximar aquele público que não tava tão próximo do jornal. Aproximar do nosso jornalismo com uma linguagem, com um modo de fazer que fosse mais próximo deles. E isso acho que o *Parceiro* atingiu completamente o objetivo. Nós temos pesquisas qualitativas que mostraram o sucesso do *Parceiro* exatamente com o grupo que a gente queria.

7. Essas pesquisas qualitativas era tipo grupo focal com telespectadores? E vocês fazem isso com frequência no RJ e em outros telejornais da casa?

**Erick Bretas:** É. Uma pesquisa dessa é muito cara, custa uma fortuna. Então a gente fez uma pesquisa em 2008, que foi pra servir de parâmetro para medir as mudanças que a gente fez no jornal em 2009. E a gente voltou a fazer uma no ano passado, em 2011. E essa de 2011 foi de todo o *RJTV 1ª edição*, e uma parte dedicada aos *Parceiros*. E a gente conseguiu mensurar que é o que a gente tava querendo, o sucesso do quadro, e a pesquisa confirmou aquilo que a gente esperava: que os grupos de moradores de favela ou os grupos de classes C, D e E, as pessoas identificavam muito positivamente o *Parceiro*, viam como um ganho do jornal, ganho de aproximação. Até mesmo aqui nos nossos *e-mails* que a gente recebe as pessoas começaram a escrever. Na verdade a grande crítica era: “Por que não tem *Parceiro* no meu bairro, na minha comunidade?”. E as pessoas dos lugares onde tinha *Parceiro* começaram a pedir não a presença do jornalista da Globo. “Eu quero pedir ao *Parceiro do RJ* que venha aqui fazer uma matéria sobre a situação tal”.

8. O quadro serviu de certa forma pra tirar aquela imagem negativa de que em favela só existe tráfico, violência?

**Erick Bretas:** Serviu pra isso também. A gente já fazia. Isso é uma percepção que não é compatível com o que a gente faz. A gente não fala só de tráfico, só de violência. Naturalmente que uma fuga da Vila Cruzeiro vai ficar muito evidente. Mas o nosso jornalismo mostra as comunidades, também suas manifestações culturais, também as pessoas interessantes que tem nestes lugares. Mas o *Parceiro* foi uma maneira da gente fazer mais isso. As pessoas diziam muito isso. “Não quero que mostre minha comunidade só pela denúncia, só pelo buraco, só pelo o que ela tem de ruim. Nós fazemos coisas interessantes, nós temos gente com talento e nós queremos ver isso mostrado”. E quando você olha e você demonstra que já viu bastante do *Parceiro* você vê que a pauta dos *Parceiros* tem um mix de denúncias com personagens, os lugares interessantes, as festas, as manifestações culturais. E sempre tivemos um cuidado com o equilíbrio. De vez em quando um *Parceiro* fazia três matérias seguidas de ou perfil, ou uma festa, a gente já falava assim: “Ó, tá na hora de dar uma parada. Tá na hora da gente pegar um pouco pesado, porque senão ficava uma coisa muito festiva”. E o objetivo era que as comunidades também vissem no *Parceiro* uma representação de

alguém que representasse sua luta por melhorias. Então a gente tinha sempre esse cuidado de manter a dose correta.

9. Havia duplas que se destacavam mais do que outras. Tinha algum critério de escolha da pauta, etc?

**Erick Bretas:** São Paulo e Brasília optaram por fazer dias fixos por duplas. O projeto teve uma liberdade grande de implementação. Ele nasceu aqui no Rio. Eu não gosto de dizer que ele foi exportado porque em cada um desses lugares ele foi criado de uma forma diferente. Então, em São Paulo e Brasília tinham datas fixas. Aqui a gente não tinha isso. A gente optou conscientemente por não ter datas fixas e não ter sequer uma dose fixa. Se eu tenho duas matérias de uma dupla e nenhuma de outra dupla, aquela dupla que tem duas matérias vai entrar com duas matérias seguidas. Então, era por resultado mesmo.

10. Eles eram enquadrados legalmente como? [carteira de trabalho]

**Erick Bretas:** Eles eram funcionários. O cargo deles era *Parceiro do RJ*. Ganhavam 1.120 reais. Depois teve um reajuste que foi proporcional ao reajuste dos jornalistas. Tinham todos os benefícios: vale refeição, plano de saúde.

11. Tinha algum *feedback* entre duplas e jornalistas responsáveis?

**Erick Bretas:** O tempo todo. Mais com as duas coordenadoras, as jornalistas Mônica Labarthe e Mônica Bernardes, e a Gisela Pereira. E a Vera Íris [Paternostro], que era coordenadora de treinamento, também dava bastante *feedback*. O Eduardo Torres, que foi o monitor de cinegrafia, também dava *feedback* em relação à imagem. Era um programa muito completo. A parte de desenvolvimento foi muito bem estruturada. E era uma preocupação nossa de que quando eles saíssem daqui, que eles também tivessem preparados para fazer outra coisa. Não simplesmente jogá-los de volta. Acho que eles saíram bem treinados. Foi uma experiência enriquecedora pra eles.

12. E a questão do *blog*, onde eles contavam os bastidores?

**Erick Bretas:** A nossa avaliação é a de que o *blog* poderia ter sido melhor. Na verdade o que eu acho que faltou ao *blog* foi a gente colocar o recurso. A gente inclusive avalia pra próxima turma colocar um

produtor de internet pra alimentar o *blog*. Alguém que organize o material deles. Porque eles não têm necessariamente a disciplina e ou o tempo pra alimentar o *blog* com muita frequência. Então, o que falta é alguém que pegue as contribuições e mantenha o *blog* sempre organizado. A gente deve fazer isso na próxima turma.

13. Na questão da vestimenta, uso de gírias, e da conduta deles, vocês davam alguma orientação a respeito disso?

**Erick Bretas:** Nós sabíamos que a cabeça deles iria ficar mexida com a exposição na televisão. Isso é uma coisa que acontece com todo mundo, repórter que entra aqui pra fazer o “Bom Dia Rio” e aparece na televisão ele começa a achar que é diferente. Então, nós estamos acostumados com isso. A exposição no vídeo mexe com a cabeça das pessoas e a gente sempre trabalhou para botá-los na terra. Dizia assim: “Olha, isso aqui é uma indústria, vocês serão reconhecidos, mas se vocês, por serem reconhecidos, ou começarem a tratar os vizinhos de vocês de maneira arrogante, ou começarem a querer algum tipo de benefício, alguma vantagem por conta disso vocês serão imediatamente excluídos do projeto”. Então, eles eram avisados de que qualquer deslize que eles cometessem, eles estariam excluídos do projeto. Então, eles tinham que zelar por uma correção absoluta. Respeito aos princípios éticos; aqui dentro eles eram vistos como representantes das comunidades deles. E na comunidade deles eram vistos como representantes da *TV Globo*. Então, eles tinham que cuidar para que a imagem da *TV Globo* fosse uma boa imagem: fosse a imagem de alguém que escuta, dialoga, não olha pra ninguém com olhar de superioridade, que consegue explicar a razão de não mostrar aquela denúncia [que fosse mais irrelevante]. Porque as vezes a pessoa acha que o buraco na porta dela é importante, mas temos coisas mais importantes. Mas eles tinham que ter paciência pra explicar isso. Então eles foram muito psicologicamente doutrinados pra que eles não deixassem aquele negócio subir a cabeça deles. Pra eles entenderem que televisão faz isso mesmo e pra eles não acharem que eles eram os reis da cocada preta, que não eram.

Em relação a segurança eles também foram orientados a nunca fazer nenhum tipo de matéria que pudesse colocar em risco a segurança deles, ou seja, nunca denunciar a polícia, nunca denunciar o traficante de drogas. Se houver alguma situação de crime que precise ser denunciada na comunidade de vocês, tragam a situação pra cá que nós temos profissionais capacitados pra fazer isso. Denunciar um crime, denunciar uma situação, denunciar qualquer coisa que seja ilegal é uma coisa que

demanda uma técnica, e nós temos a técnica pra fazer isso. “Não precisa fazer isso. Nós queremos de vocês outras coisas, nós queremos as histórias das comunidades de vocês”.

14. Mas eles traziam essas denúncias?

**Erick Bretas:** Traziam. E ninguém nem sabia que era uma matéria que tinha chegado por meio de *parceiros*. Nunca tinha crédito, nunca tinha nada, era sigilo pra que eles não fossem vistos como as pessoas que estavam disseminando aquele tipo de informação.

Em relação a roupa, a gente dizia assim: “A gente quer que vocês se vistam como vocês são, sem mais nem menos”. Tem detalhes ali que são detalhes técnicos. Não pode usar, por exemplo, essa calça aqui que eu estou usando não fica boa no vídeo, que ela dá o que a gente chama de *moiré*. Não pode usar uma marca, mas não tinha terno, blazer, nada disso. Você nunca via um *Parceiro* com terno.

15. Como era a rotina dos *Parceiros*?

**Erick Bretas:** A rotina era muito livre. Eles tinham na verdade uma carga nominal de quatro horas de trabalho. Mas o que a gente queria era que eles produzissem uma matéria por semana. A meta deles era produzir uma matéria por semana. E aí eles poderiam passar um dia produzindo aquela matéria e um dia estando aqui, ou eles podiam fazer um pouquinho cada dia. Então dependia da matéria que tinha uma dinâmica diferente e aí eles eram livres para acompanhar a edição aqui ou não.

16. Como era enviado o material produzido por eles?

**Erick Bretas:** Eles vinham pessoalmente. Eles tinham que decupar o material deles. Eles entregavam a fita e a decupagem.

17. Como era avaliada a qualidade da matéria produzida por eles?

**Erick Bretas:** [A avaliação] era feita pelos editores, pela dupla de edição (edição de texto e edição de imagem). Naturalmente que a gente tinha uma flexibilidade maior com a matéria dos *parceiros*, até o equipamento era diferente (a qualidade da textura da imagem era diferente), mas isso não significa que vamos colocar qualquer coisa no ar. Imagem fora de foco, imagem muito tremida não entrava. E em

muitos casos era necessário refazer. Especialmente no começo eles tiveram que voltar várias vezes a matéria. Eles faziam uma primeira saída e o material não estava com uma qualidade que a gente julgava. Isso não só em relação a atributos técnicos, mas às vezes faltava informação. Faziam uma entrevista e faltava uma questão fundamental, tinha que voltar, refazer a entrevista, ou fazer uma gravação, mas faltava um personagem. Então, tinha que buscar aquele personagem que ilustrasse a situação.

18. Como foi a recepção dos outros profissionais do *RJTV* na inserção dos *Parceiros*?

**Erick Bretas:** Muito bem. Foi excelente a receptividade do quadro aqui. Eles se misturaram muito bem à redação. Eles vinham aqui sempre em uma reunião semanal. A reunião de pauta era semanal. E ai ficavam aqui pela redação, conversando com todo mundo. E eles tinham uma salinha ali, que é do lado da sala do Willian Bonner inclusive [primeira sala à direita; em filmagem do JN, a sala não pode ser visualizada, uma vez que fica abaixo do mezanino onde é gravado o telejornal]. Então era uma festa pra eles ter uma sala ao lado da sala do Willian Bonner. Foi bem interessante. E tanto é que alguns acabaram contratados.

19. A ideia era contratar os que se destacassem?

**Erick Bretas:** Não. A ideia não era essa. Nunca houve essa proposta pra eles. Até porque se a gente dissesse em um primeiro momento que alguns de vocês serão contratados o cara vai passar o tempo todo aqui pensando em como ele vai fazer pra ser contratado no final. Então, foi uma coisa natural. O menino que foi contratado como editor de imagens, o Thiago Ventura, ele é muito bom. Ele é um cara excepcional. Ele tem uma inteligência, um talento, ele tem uma habilidade pra agregar pessoas; tem uma capacidade de trabalho incrível. Você vê as matérias dele na internet você vê que o cara tem uma coisa diferente. Ele se envolveu muito naquela questão lá dos moradores que tinham perdido o aluguel social. Ele fez uma coisa incrível. Ele organizou uma manifestação e teve legitimidade para isso. Ele é morador. Então ele pegou todo mundo que tava sem aluguel social, juntou todo mundo e os caras fizeram lá uma manifestação e colocou aqui no ar. E o aluguel social saiu.



20. Por essa questão do jornalismo cidadão, eles não tinham nenhuma obrigação com o distanciamento?

**Erick Bretas:** Não, nenhuma. Zero neutralidade. Nós não queríamos neutralidade. E eles não podem ser neutros, eles são parte. Eles têm que fazer bom jornalismo. Se eles estão abordando um assunto polêmico, em que tem dois ou mais lados envolvidos, eles têm que ouvir todos os lados. Mas cada pauta é uma pauta. O sujeito morava em uma área de risco, ai ele começa a receber o aluguel social, ai o aluguel social para de ser pago; não existe neutralidade numa questão dessas. O que existe é uma falha do governo do estado que parou de pagar o aluguel social por uma questão de burocracia e essa questão tem que ser denunciada. Naturalmente que o governo do estado foi ouvido, mas a única coisa que eles poderiam fazer naquele momento era explicar porque falhou e retomar o pagamento, que foi o que aconteceu.

21. Por que demorou tanto para a inserção da Rocinha?

**Erick Bretas:** Porque a Rocinha ainda não estava pacificada. A gente selecionou duas semanas depois da pacificação. Na verdade, a Rocinha a gente pegou uma oportunidade, uma janela que se abriu com a pacificação.

22. Vocês só estavam pensando nestas regiões? [As nove que foram abordadas pelo projeto]

**Erick Bretas:** Várias comunidades foram sendo pacificadas enquanto o projeto estava no ar. Mas a Rocinha era muito grande. É muito significativa. A Rocinha é uma joia da coroa. Então a gente tinha que estar na Rocinha. Saiu muita coisa de dentro da Rocinha. A Rocinha ‘tá’ aqui na Zona Sul, do nosso lado. Então, quando a Rocinha foi pacificada, a gente pensou: “Temos que estar lá”.

23. E qual foi o motivo para essa primeira etapa ser encerrada em um ano e meio?

**Erick Bretas:** O calendário eleitoral. Na verdade tem duas questões ai que são sensíveis: a primeira é que o jornal diminui de tamanho por conta do horário eleitoral; então ele teria menos tempo nas matérias. Isso que você viu como uma qualidade do projeto, do fato da gente ter tempo para as matérias de quatro a cinco minutos, o jornal perde quase a

metade do tempo de produção durante o horário eleitoral. E também tem uma outra questão: as denúncias são muito em cima das questões municipais. E a gente não quer ver nossas matérias sendo usadas como objeto de disputa eleitoral. E os candidatos poderiam fazer isso: pegar uma matéria nossa e colocar no horário eleitoral. Então, durante o período da disputa da campanha, com o horário eleitoral, isso seria uma coisa meio sensível. Então, de certa maneira, isso vai estar como um ciclo: a gente vai sempre fazer o projeto até a campanha eleitoral. Durante a campanha o projeto vai parar, e retoma sempre a turma seguinte depois da campanha.

24. E pra essa segunda etapa, vocês farão alguma modificação substancial?

**Erick Bretas:** A gente vai ter dez duplas aqui no Rio. As áreas vão mudar. Não todas, mas algumas vão mudar. A gente vai ter, como te falei, um produtor de internet pra poder deixar o *blog*... a gente quer que a presença do *Parceiro* na internet seja maior.

25. Vai ser em 2013 mesmo a segunda etapa? A seleção vai permanecer com os mesmos critérios da primeira turma?

**Erick Bretas:** A seleção deve começar mês que vem já, em novembro. [a seleção] Vai permanecer. A gente deve separar um pouco melhor a fase do vídeo.

26. Por que o *Parceiro* foi pra SP e DF? Por que estava dando certo aqui ou essas praças quiseram adotar esse modelo?

**Erick Bretas:** Porque deu certo aqui e porque a gente viu que o *Parceiro* traz um ganho muito grande, que é a aproximação de áreas que são populosas, que são relevantes, que precisam estar em nosso radar. E que as pessoas querem se ver representadas. Elas querem se ver na Globo.

27. E vai haver alguma proposta de repetir esse mesmo modelo em outras afiliadas?

**Erick Bretas:** Nós recebemos aqui visitas de afiliadas da *RBS* e da *TV Gazeta*, de Vitória, interessadas em implementar o projeto. A gente, claro, a gente acha interessante desde que seja feito com muitos

cuidados. E o principal cuidado é não usar a mão-de-obra do *Parceiro* como uma substituição do jornalista. Na verdade o *Parceiro* é um projeto que foi responsável por contratar mão-de-obra. É um projeto caro. É um projeto que custou alguns milhões de reais. E a gente contratou gente pra fazer. Ninguém foi demitido, nenhuma equipe foi perdida. Não houve uma troca de uma equipe de jornalistas profissionais pelos *Parceiros*. É um quadro como o *Medida Certa* [exibido pelo dominical *Fantástico*]. Quando você faz o *Medida Certa* você “vou demitir uma equipe porque vou ter o *Medida Certa*”. Não existe isso. É um quadro a mais, um conteúdo diferente, com formato diferente que vai te exigir recursos. Isso entra no orçamento.

28. Você acha que a proposta do jornalismo participativo é uma crescente no jornalismo da *Globo* ou isso [o *Parceiro*] foi um caso isolado?

**Erick Bretas:** Em todo nosso jornalismo você vê. Na “Globonews”, que é um canal de notícias, você vê canais de interatividade. Você vê no “Fantástico”, está o tempo inteiro estimulando a audiência, a mandar um vídeo, a produzir um conteúdo sobre alguma coisa. Isso está o tempo inteiro.

29. E tomando o exemplo do quadro “Outro Olhar”, do “Repórter Brasil”, será que teria a mesma possibilidade de fazer algo semelhante em um telejornal de transmissão em rede como é o caso do JN?

**Erick Bretas:** A gente tem muitos espaços, o jornalismo da *Globo* é muito diverso, tem vários programas com perfis diferentes. Então, eu não vejo isso no “Jornal Nacional”. O que você produz com sua interatividade? Você pode produzir muita coisa. Você pode produzir um vídeo em que a pessoa manda uma dúvida. No “Jornal da *Globo*” tem o quadro da Mara Luquet em que o telespectador quer tirar uma dúvida sobre finanças pessoais e ele grava um vídeo, ele manda aquilo que aparece no “Jornal da *Globo*” e a Mara tira a dúvida dele. Os telejornais locais têm os quadros “Você no RJ”, “Você no SP”. Você envia um flagrante. Tem uma situação lá que você queira denunciar na tua vizinhança: você flagra, grava aquilo e manda. Quando você começa a falar de conteúdos mais complexos, você precisa de uma técnica. E mais do que isso. Eu não posso abrir mão de um grau de controle que me dê certeza de saber se estou colocando uma informação verdadeira ou não

no ar. Por que no formato do *Parceiro* ele se torna nosso funcionário, é treinado por nós? Porque eu checo as informações que eles trazem. Eles têm liberdade pra informar. Mas tudo é checado. Se eles estão denunciando uma situação que envolve um órgão público, eu vou ligar pro órgão público pra saber “Por que que isso não está resolvido?”. Eu vou ouvir o outro lado. Pra *TV Globo* a gente não vai terceirizar a produção do nosso jornalismo. Eu não vou colocar na mão de alguém que eu não sei quem é, que eu não sei se está falando a verdade, que eu não sei se está captando uma informação verdadeira ou não. Isso é um longo debate. Eu como editor chefe do “Jornal da Globo” eu coloquei no ar imagens e informações de *blogs* durante a guerra do Líbano, de pessoas que estavam no Líbano, e a gente não conseguia chegar nas zonas de conflito. E as pessoas conseguiam alimentar *blogs*, internet, e fazer imagens. Hoje mesmo você vê o “Jornal Nacional” colocando uma imagem da Síria que às vezes é gravada por um telefone celular, e eles falam: “Não é possível verificar a informação tal de que tantas pessoas morreram porque o regime Sírio não permite o trabalho de jornalistas independentes no país”. Então, você sempre fica com aquela guerra de informações do governo, dos rebeldes. Então, colocar uma informação que não é sua, divulgar uma informação que não é produzida pelo órgão que você trabalha é possível, mas aí você tem que fazer uma série de ressalvas pra deixar claro pro teu público, pro teu telespectador que “Olha, essa informação não é minha. Não fui eu que produzi e eu não posso atestar a veracidade disso.” Se o “Repórter Brasil” faz isso, ótimo. Se isso está dentro de um quadro, dentro de um espaço que está delimitado, se você não torna a tua grade toda isso, ok, pode funcionar. Agora, tem que ser feito com uma série de cuidados.

30. Uma matéria do *Parceiro* [Petter MC] foi reutilizada em outro programa, num programa de esporte.

**Erick Bretas:** É, o *Globo Esporte* exibiu algumas matérias dos parceiros, porque eles também se deparavam lá na comunidade deles com... O pessoal de Caxias descobriu que eles faziam corrida de biga. E o *Globo Esporte* se interessou por isso. Então, quando tinha um conteúdo mais esportivo, mais com a cara de comunidade, né? Então, os parceiros fizeram algumas matérias pro GE também.

31. E então não tem previsão pra acabar o quadro, o *Parceiro* vai continuar?

**Erick Bretas:** Enquanto tiver dando certo...

## APÊNDICE 22 - Entrevista Thiago Ventura

Ex-participante do quadro *Parceiro do RJ*, representante da região do Complexo do Alemão

Data: 22 de outubro de 2012 | Sede da *TV Globo Rio*, Jardim Botânico - RJ

1. O que lhe motivou para participar do quadro?

**Thiago Ventura:** Eu sempre acompanhei os jornais, sempre me interessei por esse lado, mas nunca pensei em participar. Quando eu vi as chamadas, não teve nada especial assim que me levasse [a pensar]: “Ah, eu vou fazer, eu sou envolvido com projetos sociais...”. Não. Eu vi as inscrições, achei interessante a proposta e resolvi participar porque achei interessante. Uma pessoa de fora trabalhar mostrando os assuntos da comunidade.

2. E qual sua ocupação na época, antes de entrar no quadro?

**Thiago Ventura:** Então, na época da invasão do Alemão, eu fui *parceiro* representando o Complexo do Alemão e na época da invasão eu tinha um bar e restaurante. E na época eu tive que fechar esse bar e restaurante justamente por causa da invasão, porque os clientes não iam mais por causa daquele movimento. Tive que ficar duas semanas fechado, não conseguia mais pagar nada, nem luz, nem água, essas contas de consumo, não conseguia pagar mais nada, e fechei, faliu. Ai eu estava em casa e começaram a fazer as chamadas do *Parceiro*. E ai eu me inscrevi. Na época eu tinha 28 [anos]. E foi até interessante porque a Ana Paula Araújo falou assim: “Se você tem entre 18 e 25 anos...”. Ai eu falei: “Ah, que droga!”. Ai ela falou assim: “Mas se passar um pouquinho não tem problema não”. Ah, então eu vou. Ai fui fazendo, fazendo, fazendo e acabei passando.

3. Como foi pra você passar por essas etapas de seleção?

**Thiago Ventura:** Eu tinha o superior incompleto. Eu estava no sexto período de administração. Tinham algumas provas meio que objetivas. As provas foram de português, raciocínio lógico, redação. Em geral, assim, eu não senti muita dificuldade não. Mas algumas coisas assim, tinham, e eu considero pegadinha, e a prova de conhecimentos gerais tinha sido feita um dia antes, eles rodaram na madrugada pro dia seguinte. Ou seja: se você não é uma pessoa que lê dificilmente você

teria passado no processo. Muita gente não sabia. Tinha pergunta de política, pra saber se você está antenado com tudo o que acontece. Mas eu achei do processo de seleção o mais difícil a dinâmica de grupo. A parte mais difícil foi a dinâmica de grupo.

4. Como vocês tinham que fazer?

**Thiago Ventura:** Na minha dinâmica, pra 14 pessoas disputando a vaga, a gente tinha que falar sobre o quanto a gente conhecia da nossa região, quanto tempo morava ali, o que achava das coisas que estavam acontecendo. E enfim, mostrar que você conhece realmente a região, porque eu tive essa sensação que de repente as pessoas poderiam estar só querendo aparecer na televisão e não participar do projeto de fato com a proposta dele. E aí acho que o processo de seleção foi muito isso: você mostrar o quanto você conhecia da sua região e o que você passou nela, tudo o que você vivenciou ali. Quanto mais intensa a sua história, acho que foi o diferencial.

5. Qual foi a sua primeira matéria?

**Thiago Ventura:** Foi uma praça, que uma obra estava abandonada. Eles chegaram, colocaram o tapume, cercaram a praça toda. Aí puseram aquela placa assim com o custo da obra, do prazo de término, e tiraram os tapumes, tiraram tudo, abandonaram a obra e a placa ficou largada lá e não terminaram a obra. Aí foi a primeira matéria que eu fiz. No começo a gente procurava matéria simples de fazer. Coisas bem objetivas, pontuais, como essa. E foi também o primeiro resultado do projeto de resposta de autoridade foi esse. Porque quinze dias depois eles retomaram a obra e já continuaram...

6. Vocês fizeram uma suíte? Vocês fizeram uma outra matéria pra mostrar o resultado?

**Thiago Ventura:** Não, porque eu não gostei do resultado. E isso é obrigação fazer. Não tem que ficar paparicando. A gente paga pra isso: eles ter concluído o que começaram.

7. E quanto ao nervosismo frente às câmeras: você teve alguma técnica particular pra vencer isso?

**Thiago Ventura:** Não. Acho que não rolou muito isso. Em alguns momentos muito particulares quando a gente veio pro estúdio, aí são coisas diferenciadas, né? Você está ao vivo, ali no estúdio, você não sabe a pergunta que vem, você fica com medo de falar alguma coisa errada. Pode ter um erro de português. Mas quanto às câmeras não porque a gente quando grava, nós trabalhamos em dupla, e a nossa câmera somos nós mesmos que operamos. Então, não tem ninguém de fora e eu não tenho nenhum problema quanto a isso não. Só nesses pontuais, de quando está no estúdio. Em dia de “Ao vivo” era mais complicado.

#### 8. Como foi vir para a Globo?

**Thiago Ventura:** No meu caso particular foi um misto assim de apreensão, orgulho, porque a gente estava saindo da pacificação e a gente não sabia muito onde a gente estava entrando. “Pô, caramba, como é que a gente vai ser recebido?” porque a gente não vai fazer certos tipos de matéria, só matéria que vá beneficiar a comunidade mesmo, mostrar coisa boa, algumas coisas ruins, não é nada de violência. Então a gente estava na expectativa de aceitação, de como seria isso. Mas depois que ficou bem claro pra toda a população a proposta do projeto, foi de vento em polpa, a gente só colheu frutos, cara. Eu não tive nada negativo do projeto, só tive coisas positivas, só coisa boa mesmo. Até ontem, por exemplo, a novela que vai estrear, *Salve Jorge*, ela se passa no Complexo do Alemão. Ai inaugurou uma exposição da estação do teleférico uma exposição de alguns moradores da comunidade foram selecionados pra representar a comunidade nessa exposição. E eu e a Lana fomos selecionados pra participar dessa exposição. Ai tem foto da gente lá na exposição. Todos os atores foram lá no Alemão. Ai eu cheguei, cara, lá e nem acreditei, cara. Até a Glória Perez, pior que ela me reconheceu como *parceiro!* Foi muito louco!

#### 9. Como foi com o passar do tempo a vida em comunidade? As pessoas te reconheciam? Elas sugeriam pautas pra vocês? Como era?

**Thiago Ventura:** *Full time.* O tempo todo porque as pessoas querem... a gente teve uma coisa muito bacana que acho que todos os problemas que nós mostramos de todos, só um não foi resolvido, que precisou de uma licitação. No começo as autoridades não respeitavam muito a gente assim. Respeitavam a *Globo*, mas quando era com a gente era “Ah, tá!”.



Só que a gente tinha mais tempo de jornal, e a gente repercutia a matéria com vivo, e foi pesando isso dentro do jornal. E cada vez era uma lapada. Então isso foi funcionando e passaram a respeitar a gente. E tudo o que a gente mostrava, resolvia. E aí os moradores passaram a enxergar em nós uma esperança de resolver aqueles problemas que eles já tinham ali há tanto tempo, há tanto tempo, há tanto tempo. E aí em todo o lugar que a gente passava em fila de banco, fila de supermercado, padaria, qualquer lugar que você vai as pessoas dizem mostra isso, mostra aquilo, mostra aquilo outro. E aí as pautas vão aparecendo. Algumas não são tão reais quanto a pessoa narra naquela hora ali, a gente tem que averiguar pra ver se não é manipulação de fulano que quer se candidatar a vereador. Então tem que ficar esperto com esse tipo de coisa. Mas assim, direto. Hoje em dia ainda, o projeto saiu do ar em agosto, mas os moradores até hoje sugerem. É bom, cara. Mas hoje em dia eu não tenho mais o poder do microfone. Então dá uma agonia tremenda. Você vê um problema ali que você sabe que você poderia mostrar, que iria ser resolvido, e você não tem mais como fazer. É uma agonia. Perdeu o super poder.

10. Vocês tinham alguma média de pautas que vocês colhiam por dia, ou por semana?

**Thiago Ventura:** Cada dupla tem o seu ritmo, a sua forma de trabalho. Eu sempre tive uma média de uma matéria por semana. Sempre trabalhamos pra isso. Uma vez só que a gente alguns teve problemas na comunidade mesmo, que saiu tiro, e aí gente teve que ficar um mês sem gravar. Mas, não por nada. Ninguém nos ameaçou, a gente sabia que se a gente fosse gravar, não ia ter problema, mas é uma precaução da casa, a gente não se arrisca. E aí foi a única vez que a gente ficou um tempo maior sem gravar. Mas a matéria continuava indo ao ar porque tinha gaveta, matéria de gaveta. Então a gente sempre gravava, gravava, gravava. Nunca faltou matéria.

11. E como vocês pensavam a produção da pauta? Como era a rotina de vocês?

**Thiago Ventura:** Bom, a gente ia pra campo mesmo, andava a comunidade inteira procurando, quando as matérias não chegavam até nós. Andava a comunidade toda nos lugares onde o acesso era mais complicado. E aí a gente analisava: “Isso aqui realmente é uma pauta, vai repercutir”. Fazia uma análise pra ver se aquilo dali era relevante.

Porque às vezes também não adianta a partir de um certo ponto, no começo você tinha que mostrar matérias mais pontuais mesmo. E o grande problema de você mostrar uma matéria pontual é que de repente ela não vai interessar todo mundo que ‘tá’ assistindo. E você tem que fazer todo mundo querer ver aquela matéria. O que interessa pro cara que mora em Copacabana que o acesso ao teleférico é complicado? Você tem que fazer aquilo se tornar interessante. Então chegou a um ponto que a gente não queria mais matéria simples. Então a gente começava a vasculhar pra procurar matérias um pouco mais elaboradas pra poder botar no ar. E a gente foi trabalhando dessa forma e acho que até o final a gente conseguiu manter uma coerência.

12. Sua preferência era ser o repórter ou o cinegrafista?

**Thiago Ventura:** Ah, o repórter. Não por nada. A Lana filma muito bem e eu não consigo fazer o que ela faz. E o pior que é verdade. Algumas duplas era muito assim: “Ah, essa semana sou eu e na outra você”. A gente não trabalhava assim. A gente trabalhava assim: “Pô, essa matéria aqui é a tua cara”. Então, ai fazia. Eu já cheguei a ficar três semanas sem ir ao vídeo porque só tinha matéria que era a cara dela. Então eu não vou fazer aquela matéria ali. A gente nunca teve esse apego não de “Pô, tá no vídeo”. Sinceramente, eu não entrei aqui pra ficar famoso. Nunca nem passou pela minha cabeça.

13. Tinha muito essa perspectiva de “Eu sou o morador e estou tentando resolver o problema da minha comunidade”?

**Thiago Ventura:** É. Ou mostrar coisas boas também, personagens. A gente sempre teve isso na cabeça.

14. A partir do momento que você virou um *parceiro* a tua postura como pessoa dentro da comunidade mudou?

**Thiago Ventura:** Não, continua a mesma coisa. Não mudei e nem teria o por quê. O fato de eu participar do projeto, ou aparecer na televisão ou estar aqui na *Globo* não me faz melhor que ninguém em nada. A mesma coisa hoje é a de sempre. Passo lá na rua e às vezes eu fico jogando futebol com a molecada. Não mudou nada pra mim. As pessoas é que às vezes até mudam com você. Tem pessoas assim, que, não sei por quê pararam de conversar comigo. Não sei se passaram a ter vergonha, não sei. Outras pessoas se aproximaram. Então, assim, o ser humano é

complexo, você não vai entender isso nunca. Mas que foi uma loucura, foi. Mas isso não me alterou em nada não.

15. Em algum momento você ficou sabendo de alguma crítica negativa sobre sua atuação?

**Thiago Ventura:** Não. A mim em particular não. Eu já vi críticas negativas ao projeto, mas muito poucas em relação aos elogios. Eu já vi críticas de gente que não, pelas coisas que eu li, gente que não entendeu a proposta do projeto. Meio que falavam alguma coisa que não tinham nada a ver, que também não tinha muito o por quê. Eu cheguei a ler um comentário de um cara da Zona Sul meio revoltado com esse enfoque de comunidade, sabe? Não é uma crítica ao projeto, isso é uma crítica pessoal dele. Porque as comunidades ficaram tanto tempo sem mostrar as coisas legais que tinha lá dentro, por causa da violência não tinha como também mostrar, e agora que ‘tá’ mostrando o cara ‘tá’ meio revoltado porque a gente ‘tá’ mostrando. E ai acho que ele ficou meio com ciúmes, sei lá. Era mais ou menos um negócio de ciúme “Isso aqui é meu e você não vai mostrar”.

16. Como é que foi quando encerrou o projeto?

**Thiago Ventura:** Cada um reage de uma forma. Eu sinto muita falta de trabalhar como *parceiro*, de poder chegar e resolver os problemas. Você perde o poder mesmo. Mas eu levei na boa essa questão de não continuar como *parceiro*, porque desde o começo a gente sabe que não vai ser pra sempre. E acho até que é necessário essa renovação, trazer pessoas novas, de repente mudar a região, sabe? Ou se o Alemão continuar, que traga outra pessoa também do Alemão, não tem porque ser mais um ano o Thiago e a Lana. Outras pessoas podem fazer aquilo ali também tão bem ou até melhor. Então, que doeu, doeu. Diferente das outras praças a gente meio que deu a cara pra bater, a gente criou a personalidade do projeto, como ia ser. As duplas dos outros estados nos assistiram também. Então, não é nossa ideia, é criação do Erick. Mas a gente participou disso. Então é como perder um filho. E acho que vou ficar com ciúme quando alguém começar. Vou ficar. Não tem como não ficar. Quando pegarem o microfone com a canopla, caraca, vai doer.

17. Tinha passado algum dia na sua cabeça que você iria trabalhar com jornalismo?

**Thiago Ventura:** Olha só. Na época da invasão, que o bar estava fechado, depois de duas semanas eu consegui abrir mas não conseguia mais fazer dinheiro. Então eu mandei fazer uns panfletos pra distribuir pro pessoal consumir lá, propaganda, né? Ai eu mesmo sai – porque não tinha dinheiro pra pagar ninguém – sai na rua pra panfletar. O carro da *Globo* ‘tava’ parado, os funcionários da *Globo* estavam ali com a geradora e tal. Sabe, aquela coisa assusta, chega, levanta a antena. Eu nunca iria imaginar, tipo, que dois meses depois eu iria estar aqui dentro no vídeo, quanto mais imaginar em continuar aqui. Se eu disser que eu não procurei fazer pra continuar, eu vou estar mentindo, porque se eu mergulhei aqui até a testa pra tentar continuar. Em todas as edições, todas as matérias eu vi, eu vi todas e não teve uma que eu não viesse. Pode ter tido alguma que eu não ‘tava’ pra dar pitaco, mas eu vi, eu ‘tava’ aqui. Eu já passei a noite aqui pra poder botar uma matéria no ar pro desafio da paz. Eu me dediquei pra que isso acontecesse. Lógico, com humildade. Eu corri atrás mesmo, eu quis que isso acontecesse. E eu acreditei, eu botei na minha cabeça e acho que não fui correto ao fazer isso, que seria bom pra casa também que algum de nós depois ficássemos, porque a gente criou a identidade do programa, e acabou que rolou no final. Acabou funcionando. Ai eu fiquei como editor de imagem. Eu edito hoje em dia algumas coisas do *Bom Dia Brasil* e as colunas do *Bom Dia Rio*.

18. E você tem interesse em se especializar na área, em fazer uma faculdade de Jornalismo?

**Thiago Ventura:** Não tem como não passar por isso e não aproveitar. Pegar uma experiência dessas. A gente costumava falar no projeto que as coisas que a gente aprendeu aqui durante um ano e meio de ter que sair pra fazer matéria. Eu cheguei até a entrevistar o governador. Então, são coisas que a gente passa aqui que até uma pessoa que faz faculdade talvez não passe. Não tem a oportunidade de passar. Então, não tem como perder essa experiência. Deixar tudo o que a gente viveu e, estou falando no meu caso, “Pô, vou me formar em psicologia”. Não existe. Eu tenho que aproveitar tudo isso, não tem como.

19. Mas digo, você hoje, como editor de imagem, você se interessaria em cursar uma faculdade de Jornalismo?

**Thiago Ventura:** Ah sim, claro. Eu tenho que fazer isso. Não posso parar de estudar. Eu já ganhei uma bolsa de curso de inglês que eu estou

fazendo. Se eu estou fazendo faculdade? Não, quero voltar agora. Porque eu não tive como, o projeto terminou em agosto.

20. E a faculdade, você vai continuar Administração?

**Thiago Ventura:** Não, vou entrar pra Jornalismo. Não posso perder a experiência.

21. Durante o projeto você se considerou um repórter amador ou um repórter profissional?

**Thiago Ventura:** Profissional jamais. Você pega a Beth Luchesi, fazendo matéria. Cara, nenhum dos dezenove que participaram tem competência pra fazer o que ela fez. É irreal. Nenhum de nós, em momento algum, nos consideramos repórteres profissionais. Isso é uma convicção de todo mundo. E nem repórter amador. A gente só era repórter no sentido de reportar, mostrar aquilo que acontecia ali e reportar isso. Porque a gente se considerou sempre como um morador com microfone. Nunca foi além disso. Era até engraçado quando chamavam a gente de repórter. Uma vez estava passando em Copacabana e passou um taxista: “Fala repórter!”. Aquilo ficou na minha cabeça: “Caraca, eu não sou repórter”. Ele pode estar me enxergando assim, porque se aparece com microfone, naquele formato tradicional, te leva a ver como repórter, mas nenhum de nós nos achávamos repórter.

22. Quando você falou que via as matérias que vocês produziam, você via as matérias aqui ou em casa, pelo telejornal?

**Thiago Ventura:** Os dois. Depende. Quando era factual, não dá tempo de ver em casa. Porque geralmente a gente ia gravar o factual e já vínhamos direto pra cá pra acompanhar a edição também. Mas, eu via a matéria algumas antes, quando termina a edição, e depois quando tava no ar. Até o pessoal fazendo a nota-pé, a cabeça...

23. E você como telespectador, e você pode analisar tanto antes quanto depois do *Parceiro*: você considera o *RJTV* como um telejornal de qualidade, ou depois aumentou a qualidade com a inserção do *Parceiro*?

**Thiago Ventura:** O jornal eu acompanho bastante, sempre, desde que eu entrei aqui eles sempre tiveram essa preocupação com essa parte de qualidade, de colocar o fato mais importante, o melhor momento, a melhor imagem, isso sempre foi uma preocupação. Então, eu, vou falar de antes, a sensação que eu tive, e isso eu disse até na primeira palestra que a gente teve aqui, é que parece que eu só confirmo a notícia por aqui. A sensação que eu tenho quando eu vejo outros jornais é que aconteceu. Mas quando você assiste aqui “Caraca, aconteceu de verdade”. Não sei se é credibilidade, se é com muito tempo que se constrói isso. Então, eu acredito que sempre teve esse lado de qualidade. Mas não é que os *parceiros* tenham agregado qualidade ao programa. Eles agregaram uma classe que não pertencia ao programa, você entendeu? E foi mais do que os repórteres saírem daqui e entrarem na favela pra fazer uma matéria sobre a favela ou o problema delas. Eu acho muito legal você não dá pra mensurar: você pega um morador, dá uma câmera e um microfone pra ele e traz pra dentro da *Globo*. E agora você vai fazer a matéria da sua comunidade. Então, isso não é questão de trazer qualidade. Nossas matérias não tinham a qualidade visual que têm as outras. A câmera dos outros é melhor, os câmeras são melhores, os repórteres tem um texto melhor que o nosso, mas a gente conseguiu agregar coisas que não eram agregadas ao jornalismo da casa. A gente conseguiu mostrar a rotina que realmente tem dentro da favela e que os repórteres jamais conseguiriam mostrar. Não porque eles não são capacitados, mas porque eles não vivem aquilo ali. Eles não sabem que aquilo ali acontece. Não aumentou a qualidade do programa, o programa sempre teve muita qualidade, mas acho que a gente agregou coisas que não faziam parte do cotidiano do *RJ*. Você pode pegar o *Jornal Hoje*, não tem um quadro diferente. O quadro que tem maior diferencial mesmo era o nosso. E hoje quando eu vejo o *RJ* me faz falta quando eu vejo. Não por eu não estar. Mas faz falta aquele quadro era diferente e mostrava alguma coisa que ninguém sabia.

24. E as pessoas da tua comunidade também sentem falta, falam isso pra você?

**Thiago Ventura:** Sentem! Outro dia eu ‘tava’ no shopping ai chegou um grupo de dez pessoas do *Habib’s*, funcionários do *Habib’s*, e me cercaram, ai já fica gente assim, querendo ver. Ai um chegou e perguntou: “Vem cá, você não é aquele garoto que faz o *Parceiro do RJ*?” Ai cumprimentam e tudo mais e eles estavam me cobrando porque que o projeto tinha parado. Eles vieram me cobrar. Eu ‘tô’ sendo muito

cobrado. Eu falei outro dia aqui pra uma de nossas coordenadoras que eu ‘tô’ sendo muito cobrado. Toda hora tem gente que “Vem cá, mas não vai voltar? Mas parou? Parou por quê? Tem que continuar!”. Então, assim, as pessoas gostaram, e acho que é o tom de informalidade, você não precisa ser imparcial, você é um morador e está mostrando aquilo ali, pode se revoltar com aquilo ali, você tem direito de se revoltar com aquilo ali. Então acho que isso faz com que as pessoas gostem, se identifiquem, acho que é isso.

**APÊNDICE 23 - Entrevista Vera Íris Paternostro**  
Gerente de Desenvolvimento de Jornalismo da *TV Globo*  
Data: 26 de março de 2013 – por telefone

1. Você participou do processo de seleção dos *Parceiros*?

**Vera Íris Paternostro:** Sim. Na primeira fase eu participei aqui do Rio. Participei de Brasília e participei de São Paulo também. Na verdade o processo é do Recursos Humanos, da nossa área de Recursos Humanos, que deu a inscrição e o início da seleção foi pelo [departamento] Recursos Humanos e de um certo momento em diante do processo de seleção é que a gente participou, principalmente do que eles chamaram aqui de dinâmicas, que consistia já numa seleção dos grupos, das regiões, e aí a gente fez uma conversa como se fosse uma entrevista coletiva com eles. Então, eram, sei lá, vinte em cada sala, e nós eramos quatro ou cinco e a gente ia conversando e fazia eles falarem, porque foi a primeira dinâmica de cada região. E aí dessa dinâmica ainda selecionamos um grupo um pouquinho maior, pra um segundo momento com a gente ainda, com a cúpula (eram de entrevistas) e depois de vídeos; e depois de entrevistas individuais quando tivesse ainda que separá-los. Quer dizer, quando tivesse ainda em parte, vamos dizer assim. Então realmente eu participei desde o comecinho, desde do início dessa dinâmica. Foi muito difícil num primeiro momento da dinâmica a seleção, o filtro, porque a gente não sabia exatamente o perfil que a gente tava buscando. A gente queria alguém, mas como era a primeira vez, a gente não sabia. Tanto que nessa segunda etapa todas as cidades (Brasília, Rio e São Paulo) já estão na segunda edição do projeto. E o processo de seleção já foi muito mais tranquilo porque a gente já tinha algumas características, alguns caminhos que a gente já sabia o que precisava do perfil desses meninos.

2. Quanto tempo durou o processo de seleção dos participantes da primeira edição, antes de iniciarem o treinamento?

**Vera Íris Paternostro:** Dois meses (novembro e dezembro de 2010). Depois eles entraram em treinamento em janeiro de 2011 e estrearam em 18 de março de 2011. E ficaram no ar na primeira edição até 31 de julho de 2012.

3. Quantos foram os testes? E eles partiram de você e dos jornalistas ou partiram do RH? Como funcionou isso?



**Vera Íris Paternostro:** Foram muitos, foram vários. Na época eles fizeram a seleção de uma prova presencial. Os *parceiros* fizeram uma prova aqui no Rio. Na primeira etapa foi presencial, agora [segunda edição] foi online. Mas a primeira etapa foi presencial. E tinha também uma redação. Ai depois eles fizeram uma prova de conhecimentos, como eu falei também, de múltipla escolha e nessa prova a gente selecionou bastante, né, quer dizer, filtrou bastante, peneirou bem, vamos dizer assim. Mas essas provas também não foram tão importantes. Eu acho que essas provas não foram tão importantes quanto a dinâmica, porque na verdade o que que era importante você selecionar? O perfil. E nem tanto às vezes o conhecimento ou o português. É claro que a gente queria que eles tivessem um ótimo conhecimento do português, mas o que era importante selecionar era o morador que nos trouxesse, que trouxesse pro *RJTV*, exatamente o que a reportagem não conseguia ou nunca conseguiu ver nessas regiões. A gente estava procurando o perfil de uma pessoa que conhecesse muito a fundo a sua região, que participasse de eventos sociais, de organizações, até de trabalhos sociais, de projetos sociais, que tivesse um conhecimento do que rolasse em termos de cultura, hábito, comportamento da sua região diferencial. E isso não reflete numa prova de conhecimentos, nem de redação. Isso a gente só vai conseguir perceber se aquele candidato tem essas características que a gente queria na dinâmica, conversando com eles, vendo o que que eles trazem pra gente, e não numa prova formal.

Esse eu acho que seja um diferencial muito grande dos processos de seleção aqui na *TV Globo*, como por exemplo o programa Estagiariar, que é um programa específico para os universitários de Jornalismo, de Engenharia, ou de outras áreas todas na *TV Globo*. Esse projeto, a seleção, não queria o estudo formal, a educação formal; ele privilegia na seleção esse conhecimento, esse perfil de morador que conhece as pessoas da região que entende as diferenças do seu bairro, que tem essas características. E isso foi tão importante nessa seleção que exatamente refletiu no sucesso do projeto, nas matérias. Hoje por exemplo a gente tem na novela *Salve Jorge* uma mulher que vende empadinhas, que é a Adriana das empadinhas do Complexo do Alemão. Essa mulher era desconhecida. Quem mostrou ela pro público foi a dupla de *parceiros* do Complexo do Alemão, porque eles conheciam o personagem do Complexo. Aquela Adriana da empadinha é um personagem do Complexo. Mas não é um personagem da cidade do Rio de Janeiro. Quem conhecia ela como personagem são os moradores. A gente não

mora no Complexo. A gente nunca ia conhecer a Adriana das empadinhas, mas eles conheceram como personagem. E fizeram uma matéria sobre ela. E daí em diante ela se tornou conhecida. Então a gente procura sempre na seleção o candidato que consegue reunir essas características, e não tanto o ensino formal.

#### 4. E como foi o treinamento desses participantes selecionados?

**Vera Íris Paternostro:** O treinamento foi distribuído em dois vértices, vamos dizer assim. Um treinamento técnico-operacional, realmente que é muito importante, porque eles precisavam aprender a tudo: mexer com a câmera, gravar com qualidade, captar áudio com qualidade, imagem com foco, enquadramentos; então a gente fez um grande treinamento com a engenharia e com o repórter-cinematográfico Eduardo Torres, que passou pra eles a base, o básico da captação de imagens. E nós fizemos também, paralelo a isso, um treinamento “jornalístico”: não queríamos transformá-los em jornalistas, porque é necessário que tenha essa característica natural deles. Mas a gente deu a eles a essência, os fundamentos do jornalismo. Enfim, o jornalismo trata da realidade dos fatos, da verdade, a gente precisa de informações corretas, precisas; quando a gente fala um nome de uma pessoa a gente tem que dizer o nome direito. Eles não eram jornalistas; eles nunca estudaram técnicas de jornalismo, nem nada. Eles precisavam ter essas noções. Então nesse treinamento a gente também deu essas noções.

E além disso, a gente também formou-os nesse treinamento, deu a eles nesse treinamento um pouco de formação pra vida. A gente trouxe vários palestrantes: jornalistas, pessoas de fora, que vieram conversar com eles, mostrar exemplos de vida e de experiências que pudessem ser formadores pra eles, que fizessem eles crescerem também como pessoas. A gente sabe hoje, agora, finalizada essa primeira etapa, a gente tem certeza que essas pessoas, esses dezoito meninos que vieram na primeira edição, eles saíram daqui com, além de ter tido uma oportunidade única e de ter experimentado um trabalho jornalístico desses da *TV Globo*, eles saíram daqui muito transformados também pessoalmente, porque tiveram a oportunidade de conversar com jornalistas como a Fátima Bernardes, o Zuenir Ventura, o Pedro Bial, Arthur Dapieve, e outras pessoas formadoras de opinião como cineastas, como educadores, até Ana Maria Botafogo, a primeira bailarina do Teatro Municipal, a gente trouxe pra conversar com eles. Foi muito bacana porque conversaram com uma pessoa que mostrou como que é que ela se tornou a primeira bailarina, os desafios, as experiências que

ela teve. Então eles levaram daqui uma bagagem muito diferenciada, muito grande. A *TV Globo* trouxe-os para um trabalho de jornalismo colaborativo, vamos dizer assim, específico, porque não eram jornalistas, mas também ao mesmo tempo a *TV Globo* deu a eles uma formação aqui dentro pra vida que com certeza eles se transformaram bastante.

5. Em sua entrevista o Erick Bretas informou que os participantes tiveram oficinas de reciclagem. Como foram essas oficinas?

**Vera Íris Paternostro:** Sim, a gente foi trabalhando com eles ao longo dum ano e meio (eles ficaram aqui um ano e meio; entraram em janeiro de 2011 e saíram em julho de 2012; então eles trabalharam aqui um ano e meio). O projeto ele não incluía vagas, quer dizer, era um projeto. Então, ele terminava ali no final. Mas hoje nós temos seis contratados na empresa desses meninos, que estavam ai, nessa primeira edição. Nós temos três trabalhando aqui na área técnica, aqui no jornalismo, e temos três trabalhando como pesquisadores do [programa] *Esquenta*. E temos uma menina que entrou agora no programa *Estagiar*. Ela já fazia [faculdade de] Jornalismo na época, e agora ela está fazendo um estágio na *Globo News*. Então, eles tiveram um aproveitamento, apesar de que não era o foco o aproveitamento, não fazia parte, a gente hoje tem algumas entradas aqui. Fora isso eu mantive contato com todos eles, eu pessoalmente, e tenho encaminhado eles pra várias coisas, até mesmo orientado pra fazer faculdade e tal. Então, eu acho que esse um ano e meio eles criaram vínculos, ampliaram as redes que eles tinham. Eles tinham uma ótima rede nas comunidades, mas a partir desse trabalho que eles fizeram aqui as redes deles se ampliaram para outros tipos de pessoas, que talvez eles não tivessem tido nunca contato, se não tivessem a oportunidade na *TV Globo*.

6. Houve um incentivo pra fazer faculdade, então, da tua parte você incentivava?

**Vera Íris Paternostro:** Sim, direto. O tempo todo. Claro, acho importantíssimo. Na verdade todos tinham ensino médio, mas nem todos universidade. Dois estavam fazendo áreas que não eram afim do jornalismo, tipo Geografia e Pedagogia. Mas hoje nós temos eu acho que uns quatro fazendo Jornalismo. E um deles, que não tinha ensino médio, que era o único que não tinha ensino médio, conseguiu depois de sair daqui a gente incentivou pra ele se formar, terminar, ter o diploma

do ensino médio, e agora esse ano ele vai tentar fazer uma faculdade e é uma faculdade de Jornalismo também.

7. Na segunda fase do projeto, agora, houve alguma mudança na avaliação dos participantes ou no treinamento ofertado pra eles?

**Vera Íris Paternostro:** Sim, sim, acho que a gente conseguiu aprimorar tanto na seleção quanto no treinamento. Por quê? A primeira experiência a gente não sabia o perfil, como eu te disse, a gente sabia mais ou menos o que queria, foi mais difícil. Nessa segunda etapa, nessa segunda edição, a gente já tinha mais aprimorado o conceito do trabalho. E no treinamento muito mais, porque, por exemplo, a gente nessa segunda edição a gente mergulhou mais fundo logo no início, na parte do treinamento técnico-operacional. Porque pra quem nunca manipulou uma câmera, e captou um áudio em televisão, é muito difícil você sair gravando com qualidade. Então a gente deu uma aprofundada nisso. Agora a gente conseguiu colocar no ar ontem [25/03/2013] a primeira matéria eu já acho, assim, que está muito melhor do que a primeira matéria ou as primeiras matérias das primeiras duplas da primeira edição. Eles na parte técnica a gente conseguiu avançar mais rapidamente o que a gente avançou na primeira edição. Eles passam a ter sempre um contato semanal obrigatório aqui com a gente, que é a reunião de pauta. E nesse dia da reunião de pauta a gente aproveita pra fazer várias ações, além da reunião de pauta. Então, por exemplo, é um momento de avaliação do material, a gente mantém o ano inteiro, o tempo todo avaliação do material e avaliação não particular pra aquela dupla, mas uma avaliação do grupo. O que aquela dupla faz, o que fez ou o que não fez e que pode servir também de exemplo para as outras duplas. Então é sempre uma avaliação em conjunto.

Além disso, a gente sempre tenta trazer nos dias da reunião de pauta um palestrante, uma pessoa pra conversar com eles. Ou é um repórter, ou é uma pessoa do jurídico, ou é a fonoaudióloga, ou é uma pessoa de fora. A gente sempre mantém nesse dia, que a presença aqui na emissora, na *TV Globo*, é obrigatória, a gente sempre mantém eles com mais alguma coisa do que a reunião de pauta. Não que nos outros dias eles não precisem vir. Eles vem até a emissora. Mas não necessariamente todos no mesmo horário nem todos juntos. Eles vem decupar, vem entregar fita, vem ver edição, em outros os momentos. Mas a gente mantém eles nessa reunião de pauta às segundas-feiras pra ter essa troca, ter essa variação, e fazê-los crescer mais ainda.

8. Como é sua relação com os participantes e o que você acha do projeto?

**Vera Íris Paternostro:** Pra mim, na primeira edição, minha relação foi com todos os quarenta e cinco (de Brasília, Rio e São Paulo) uma relação além do profissional. Eu tenho eles como amigos, converso com eles e acompanho até hoje, pelas redes sociais, por e-mail, a gente se fala. Então, eu fui aos bairros, eu fui às regiões. Por exemplo, na Cidade de Deus eu fui assistir um evento chamado “Poesia na esquina”, de que uma das meninas da dupla, Viviane, é criadora do movimento. Então eu não fui nem profissionalmente... fui conhecer um movimento que ela criou porque eu acho que ela criou um movimento importante na Cidade de Deus, que é uma favela horizontal daqui do Rio de Janeiro, afastada da Zona Sul. Então eu fui. É um lugar que eu não costumo frequentar, nunca tinha frequentado, nunca tinha ido, nem nada. Mas eu fui com eles, então, eu me senti bem indo, eu gostei de ter ido, e gostei de participar da vida dela, saber que ela faz isso e entender o que é o “Poesia na esquina”, como eu fui a outros também.

A minha relação com eles foi profissional ao longo do projeto, bastante profissional, mas paralelo a isso eu desenvolvi uma relação pessoal também. Com alguns mais, com outros menos, como é a vida, né? Como a gente escolhe os amigos e até hoje assim, então, os meninos que estão no [programa] Esquenta me ligam sempre, a gente conversa, conversa sobre o futuro da carreira, o que eles pretendem fazer; eu mantenho um acompanhamento, uma orientação, que é o que eu faço normalmente com outras pessoas aqui dentro, então eu também faço com eles. E talvez com um pouco de mais carinho porque eu acho exatamente que eles foram pinçados e selecionados pela *TV Globo* e eu acho que a *TV Globo* tem uma responsabilidade sobre eles, de qualquer forma. Eu também me vejo pessoalmente com essa responsabilidade, porque ajudei-os a dar essa oportunidade, foram muito felizes aqui dentro, e depois? E depois quando termina o projeto? Então a gente se sente próximo deles, né? Como pessoas que você convive normalmente. Eu me sinto um pouco responsável de orientar, de caminhar, de buscar colaborar mais na vida deles. Nós tiramos eles de uma zona de conforto, selecionamos eles, e tiramos de uma zona de conforto. Mal ou bem eles tinham um destino, uma vida, um caminho. Mas nós mudamos esse caminho. Quando a gente muda o caminho de alguém a gente se torna responsável por ele. Eu me sinto responsável por eles. Por alguns mais, por outros menos, porque nem todos corresponderam ao trabalho que a gente gostaria, como tudo na vida também.

9. Você acha que a proposta da inserção do público na produção da notícia deveria ser replicada/reformulada para outras emissoras/afiliadas?

**Vera Íris Paternostro:** Então, Samira, eu acho o projeto muito bacana. Eu acho sim que ele poderia ser multiplicado. A gente esse ano está entrando com a Globo Minas. Então a outra edição foi Rio, São Paulo e Brasília. Esse ano a edição vai ser Rio, São Paulo, Brasília e Belo Horizonte. Eu estou indo pra lá; já fui na dinâmica, agora talvez na semana que vem comece o treinamento. A gente já ‘tá’ definindo e eu vou pra lá pro início do treinamento e tal, e vou acompanhar. Globo Recife talvez entre em 2014 e algumas afiliadas já nos procuraram, e eu mesma até junto mesmo com o Erick [Bretas, Diretor Executivo de Jornalismo da *TV Globo* e idealizador do projeto] já conversei com algumas afiliadas o ano passado [2012] que tiveram interesse em conhecer melhor e tentar realizar nas suas praças. Não é um modelo da *TV Globo*; é um quadro, é um projeto que pode ou não ser multiplicado.

Eu acho válido porque a gente ‘tá’ vendo o que ‘tá’ acontecendo no Brasil. A gente ‘tá’ sentindo que o Brasil ‘tá’ mudando. Tem um avanço de uma classe de origem popular maior nas grandes cidades e eu acho que essa classe de origem popular ela é carente, mas ela é potente. Ela tem uma potência de conhecimento. Ela tem altos potenciais e que a gente desconhece. É que agora a gente ‘tá’ descobrindo.

Tem uma frase de um pensador, de uma pessoa que eu ouvi outro dia numa palestra falando sobre essa novidade e tal, que “... a favela não é carência, é potência”. E eu acho isso. A gente viu isso acontecer aqui no projeto dos *Parceiros*. Nós temos altas potências espalhadas por ai que não conseguem muitas vezes ultrapassar barreiras, enfim, a vida, sociedade, que a situação impõe, mas se dada a oportunidade elas podem crescer e se tornar multiplicadores. Eu acho que uma delas é a entrada de jovens de origem popular na universidade. Ou através de cotas, Prouni, enfim, bolsas comunitárias. As universidades hoje têm N tipos de aberturas pra pessoas de origem popular. E eu acho importante isso, porque eu acho que a partir do momento que aquela pessoa ‘tá’ entrando na universidade ela vai ampliar o seu conhecimento, ter outras oportunidades, ampliar suas redes – que eu acho que é um dos fatores mais importantes de você fazer uma universidade pra qualquer pessoa é ampliar suas redes de conhecimento, suas conexões, suas ligações – e com isso você se desenvolve com mais facilidade, você se desenvolve.

Então eu acho que sim, se as afiliadas e outras emissoras também fizessem o projeto a gente daria oportunidade às pessoas que são potentes, de origem popular mas que têm uma potência latente, a desenvolver isso aí. E eu acho que só faria melhor pra gente: pra sociedade, pro país, pra gente, pra todo mundo.

10. Durante a sua carreira você se recorda de alguma iniciativa semelhante, que propusesse a inserção do público no processo de produção da notícia?

**Vera Íris Paternostro:** Não. Nesses meus 38 anos de jornalismo, de televisão, eu acho que não. Assim tão clara e objetivamente não. Acho que você tinha a entrada de algumas pessoas que furavam o bloqueio de forma pessoal, por conta de um talento pessoal, por conta de mérito mesmo, assim com uma facilidade. Mas era um, outro, muito raro. Como o projeto não. Essa é a primeira vez. Acho que nesse ponto é um projeto inédito, ou então eu desconheço de outros. Que passe pelo meu conhecimento não.

11. Teve nenhuma mudança drástica no treinamento da primeira para a segunda edição do projeto?

**Vera Íris Paternostro:** Não, eu acho que não. A única coisa que a gente optou por uma imersão técnico-operacional um pouco maior pra evitar a continuidade dos problemas técnicos. Mas o conteúdo todo e o treinamento, ele é muito semelhante. As duas edições são semelhantes.

**APÊNDICE 24 - Entrevista Monica Labarthe**  
Editora-chefe de Projetos Especiais *TV Globo Rio*  
Data: 26 de março de 2013 – por e-mail

1. Como era a rotina com os *parceiros*?

**Monica Labarthe:** A semana dos *parceiros* começava com uma reunião de pautas às segundas-feiras. Com as pautas decididas eles saíam pra produzir e gravar. Normalmente as funções nas duplas se revezavam: quem era repórter numa semana, seria o câmara na outra. Nós tentávamos fazer com que eles trabalhassem de fato como uma dupla. Apurando juntos, marcando as gravações juntos e discutindo a matéria entre eles. Não tínhamos deadlines. Eles gravavam quando era possível. Depois do material ter sido gravado, eles decupavam o material aqui na emissora. A decupagem foi uma ferramenta importante no aprendizado. Eles percebiam melhor o que fizeram de errado, o que poderia ter sido feito diferente e como. O material era então avaliado pelo editor que fazia uma revisão na decupagem e roteirizava. Estimulávamos que as duplas acompanhassem a edição.

As matérias não tinham textos gravados na edição. Pensamos sempre num formato em que eles narrassem tudo o que viam ou que viam os outros fazerem. Dava mais naturalidade, procurávamos um tom que aproximasse mais e os diferenciasse das matérias feitas pelos nossos repórteres.

A nossa idéia era que eles produzissem, gravassem e que fossem exibidas uma matéria por dupla por semana. Mas nem sempre isso era possível. Algumas duplas tinham mais dificuldade para produzir do que outras.

2. Reunião de pauta: como era feita? Eles participavam?

**Monica Labarthe:** Eles traziam as pautas para a reunião. Debatíamos as pautas com todo o grupo. É importante destacar que as pautas eram trazidas por eles, avaliadas por todo o grupo e aprovada pelos editores. Os editores não sugeriam pautas, só muito raramente.

3. E como era feita a escolha das pautas?

**Monica Labarthe:** A escolha obedecia a muitos critérios: a oportunidade do tema, a importância do assunto para a comunidade deles, a curiosidade do assunto. Muitas pautas de cultura ou, como



diziam eles, “o lado bom” da nossa comunidade. Perfis de gente bacana, exemplos de trabalho voluntário, não havia restrição de assunto. Eles só não podiam (e isso era fundamental) cobrir nada que remotamente os colocassem numa situação de perigo ou de fragilidade.

4. Havia algum *feedback* entre *parceiros* e editores/direção do telejornal?

**Monica Labarthe:** Havia total conversa. Nas reuniões de pautas comentávamos as pautas que tinham ido ao ar, os defeitos e qualidades. Conversávamos em grupo e em particular, se fosse o caso. E durante a execução da matéria tirávamos dúvidas e dávamos sugestões.

5. Como era realizado o envio das pautas, eles vinham até à emissora?

**Monica Labarthe:** Eles vinham muito na emissora. Para a reunião de pauta, para decupar e para acompanhar a edição. Era totalmente liberada a entrada e saída deles da emissora, a qualquer hora.

6. E a edição das pautas, era feita conjuntamente?

**Monica Labarthe:** Não era obrigatório, mas era estimulado. Nem todos tinham interesse em acompanhar a edição. Alguns *parceiros* estudavam e moravam longe e ficava difícil acompanhar o processo.

7. Até que ponto eles tinham liberdade na criação do texto, imagem, etc.?

**Monica Labarthe:** Tinham total liberdade. Os editores supervisionavam e discutiam as matérias durante a produção e edição, mas era dada total liberdade.

8. Havia algum critério para determinar o número de matérias produzidas por cada dupla mensalmente, além da avaliação e relevância da pauta?

**Monica Labarthe:** Não havia um número determinado de matérias por duplas. A produção variava muito: algumas duplas produziam muito num mês, num outro encontravam muitas dificuldades e produziam pouco. Tivemos poucos casos de displicência. Eles eram muito

motivados. Tentamos, sempre que possível, fazer um revezamento das duplas.

9. E como era avaliada a qualidade das matérias, além da relevância e qualidade das imagens e som? Houve alguma reunião interna para avaliar um primeiro mês do quadro, por exemplo?

**Monica Labarthe:** Fazíamos reuniões semanais com eles e entre nós, editores.

10. E a desenvoltura dos participantes, era feita alguma avaliação da qualidade da atuação deles também (reunião com eles)?

**Monica Labarthe:** Fazíamos reunião em grupo, por duplas e individuais. O tempo todo.

11. Havia algum monitoramento externo na atuação dos *parceiros*?

**Monica Labarthe:** Não. Nunca

12. Como era o convívio entre profissionais e os *parceiros*?

**Monica Labarthe:** Era muito bom. Foi um grupo que se deu muito bem, saíam juntos com frequência. Até hoje se falam, são ativos no *Facebook*.

13. Após a despedida das duplas, houve algum retorno por parte do público a respeito?

**Monica Labarthe:** Não sei responder, mas a despedida foi bastante anunciada no telejornal (cada dupla fez uma matéria de despedida) e sempre foi dito que o quadro voltaria em 2013. Vou me informar se houve alguma manifestação do público sobre a ausência do quadro.

14. Como foi supervisioná-los? Um desafio? E a experiência particular, como profissional e pessoa, muda em alguma coisa?

**Monica Labarthe:** Foi um desafio muito maior do que eu imaginava. Primeiro, como editora, foi muito difícil mudar os meus critérios sobre o que era uma “boa” entrevista, um “bom” texto, uma “boa” passagem. No começo o material que vinha era muito fraco, era um desafio

transformar o material numa matéria coerente e jornalisticamente correta.

A experiência pessoal foi, eu diria, transformadora. Sou uma pessoa diferente hoje. Embora seja carioca e trabalhe há quase 30 anos na Globo no Rio, conheci um Rio que não sabia que existia. Quer dizer, sabia, mas não via que era tão carente das coisas básicas e tão rico de manifestações pessoais e culturais.