

DOSSIÊ

A PARTICIPAÇÃO DO TELESPECTADOR NA PRODUÇÃO DA NOTÍCIA EM TELEJORNAL:

Transformação do processo noticioso e da rotina profissional

Copyright © 2013
SBPjor / Associação
Brasileira de
Pesquisadores em
Jornalismo

SAMIRA MORATTI FRAZÃO
Universidade Federal de Santa Catarina
ANTONIO BRASIL
Universidade Federal de Santa Catarina

RESUMO - Com a inserção do público no processo de produção da notícia, por meio do jornalismo participativo, a dinâmica produtiva é modificada. Nesse sentido, de que maneira a participação do telespectador pode alterar a produção da reportagem, assim como a rotina profissional? Tomou-se como objeto empírico o quadro "Parceiro do RJ", do "RJTV 1ª edição" (Rede Globo Rio de Janeiro), no qual duplas de jovens participam da produção noticiosa. O objetivo do estudo foi o de analisar a forma como os participantes atuam, verificando diferenças em como os jornalistas produzem a reportagem para telejornal. O referencial teórico é composto por autores ligados aos estudos sobre gêneros, jornalismo participativo e qualidade. O objeto empírico foi analisado por meio de vídeos com base no método "Modos de endereçamento" (GOMES, 2011) e entrevistas realizadas com representantes do telejornal durante visita à emissora.

Palavras-chave: Televisão. Telejornalismo. Jornalismo participativo. Modos de endereçamento.

LA PARTICIPACIÓN DEL TELESPECTADOR EN LA PRODUCCIÓN DE LA NOTICIA EN LOS INFORMATIVOS TELEVISIVOS: transformación del proceso de elaboración de noticias y de la rutina profesional

RESUMEN - Con la incorporación de los ciudadanos al proceso de producción de noticias a través del periodismo participativo, la dinámica productiva se ha modificado. En este contexto, ¿de qué manera la producción de noticias y la rutina profesional se pueden ver alteradas por la participación de los espectadores? Se tomó como objeto empírico la sección "Colaboradores de RJ", de "RJTV 1ª edición" (Rio de Janeiro TV, de la Red Globo de Río de Janeiro), en la que parejas de jóvenes participan en la producción de noticias. El objetivo del estudio fue examinar cómo actúan los participantes, evidenciando las diferencias con respecto a la forma en que los periodistas elaboran el reportaje para el informativo televisivo. El marco teórico está compuesto por autores vinculados a los estudios sobre géneros, periodismo participativo y calidad. El objeto empírico fue analizado por medio de vídeos, utilizando el método "Modos de direccionamiento" (GOMES, 2011), y entrevistas con representantes de la televisión durante una visita a la emisora.

Palabras clave: Televisión. Teleperiodismo. Periodismo participativo. Modos de direccionamiento.

TELEVISION NEWSCAST NEWS PRODUCTION: the transformation of the news process and professional routines

ABSTRACT - Journalism dynamics have been modified due to the insertion of the audience in the production process by means of participatory journalism. In that light, it is important to ask: in what ways could the participation of the audience modify the production process of reports and the professional routines of journalists? This work focuses on a TV newscast broadcast by the RJTV (Rede Globo Rio de Janeiro), called "Parceiro do RJ" - in which pairs of young participants took part in the process of news production - and it was chosen to be the empirical object of this study. The objective of this work is to analyze the ways in which the participants act, by pointing out the differences among them in their production of the newscast reports. The theoretical background was provided by various authors in the area of genre studies, participatory journalism, and quality. The empirical object was analyzed by means of videos based on the method of "Addressing Modes" (GOMES, 2011), as well as interviews performed with newscast representatives during a visit to the Brazilian television organization's headquarters.

Keywords: Television. TV Newscast. Participatory journalism. Addressing Modes.

INTRODUÇÃO

Na primeira década do século XXI, quando a internet alcançou maior popularidade, o público telespectador brasileiro passou a dispor de outra relação com os televisores e seu conteúdo. Esse foi o momento, inclusive, no qual a televisão entrou em concorrência com alternativas proporcionadas pela oferta de meios pelos quais o público pudesse interagir com os veículos de imprensa. Agora o telespectador assiste à televisão enquanto navega na internet e acessa as redes sociais por dispositivos como os *tablets* e *smartphones*, opinando a respeito do conteúdo visto. De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, 43% dos brasileiros usam a internet enquanto assistem à televisão. Dessa parcela, 70% buscam mais informação sobre o que estão assistindo (NO BRASIL..., 2012).

Desse modo, a transição do telejornalismo analógico para o digital transforma seu lugar de referência, alterando a rotina produtiva e profissional com a inserção de um novo agente nesse processo (VIZEU; SIQUEIRA, 2010). Nessa fase da televisão, e seus gêneros e subgêneros, as emissoras convidam o público a participar da produção da notícia, não só por meios considerados tradicionais - pelo envio de sugestões de pauta, modo de participação consolidado na história da imprensa brasileira (COUTINHO, 2012) - como também pelo envio de fotos e

registros audiovisuais.

Mesmo sem o conhecimento técnico e teórico adquirido pelos profissionais de imprensa nas faculdades de jornalismo, o público passa a ser uma opção para os veículos tradicionais que, inclusive, investem na capacitação do telespectador como produtor de notícias. Na história do telejornalismo brasileiro¹, é possível vislumbrar exemplos da participação do público seja via “povo fala”, telefone, cartas, em contato com os repórteres nas ruas e, mais tarde, por sites e *e-mails*. É possível, ainda, analisar casos em que a principal forma de relacionamento dos telejornais com o público seja o próprio índice de audiência. Há também as emissoras que, impulsionadas pelas novas mídias e redes sociais, propõem selecionar e capacitar telespectadores que tenham interesse em atuar na produção da notícia, na função de repórteres.

Com a inserção do público nesse processo, vista aqui como jornalismo participativo, a dinâmica produtiva, bem como a rotina profissional, ganha rumo diferente. No caso dos telejornais, estes deixam de adotar uma comunicação exclusivamente unilateral, de um para muitos (GILLMOR, 2004), passando a incluir os telespectadores na dinâmica de produção noticiosa, mesmo com limitações, uma vez que cabe aos jornalistas verificar as informações recebidas.

No entanto, essa participação interfere no processo, no que se refere às técnicas ou modos de fazer jornalismo tradicional e na qualidade do produto. A iniciativa divide opiniões: para uns, é considerada uma inovação no modo de produzir informação; já para outros, seria a precarização da mídia, no que diz respeito ao uso desses materiais e à sua qualidade.

Nesse sentido, de que maneira a participação do telespectador pode alterar a produção da reportagem, assim como a rotina profissional? Toma-se como objeto empírico o quadro “Parceiro do RJ”, do “RJTV 1ª edição” (Rede Globo Rio de Janeiro), telejornal no qual a iniciativa foi implementada. No quadro, duplas de jovens da região metropolitana do Rio de Janeiro participam da produção noticiosa. Desse modo, o objetivo é analisar a forma como os participantes atuam, verificando diferenças em como os jornalistas produzem a reportagem para telejornal. Para tanto, adota-se como referencial teórico os autores ligados aos estudos sobre gêneros, jornalismo participativo e qualidade. O objeto empírico foi analisado por meio de nove vídeos (um de cada dupla) considerando o método “Modos de endereçamento” (GOMES, 2011). Também foram realizadas entrevistas, durante visita à emissora em outubro de 2012, com jornalistas ligados ao quadro².

1 O TELEJORNAL NO DISCURSO TELEVISIVO

Desde o início da televisão no Brasil na década de 1950, muitos foram os telejornais criados e os formatos adotados, não só para personalizar e diferenciar os telejornais de cada emissora, mas também para facilitar para o público telespectador a identificação visual de cada um. Diante disso, faz-se necessária a explanação acerca do que vem a ser o gênero e, entre os televisuais, o subgênero telejornal e seus formatos.

De acordo com as peculiaridades pertinentes aos meios audiovisuais, os gêneros operam como reguladores e classificadores dos produtos produzidos. 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 e subgêneros e formatos, são observadas as especificidades do campo em questão. O mesmo acontece à televisão e aos produtos produzidos especialmente para esse meio (DUARTE; CASTRO, 2007).

A fim de demarcar uma classificação dos gêneros, subgêneros e formatos televisuais, François Jost (2004) ressalta em seus estudos a necessidade de entender o conceito de mundos. O primeiro deles seria o mundo real, no qual estariam os programas cujas imagens sejam 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 assistir, identifique e tenha noção de que o que está sendo tratado na televisão se refere a algo criado, sem atributos do mundo real. Já o terceiro mundo, o lúdico, estaria entre os dois mundos, e constitui uma categoria intermediária, na qual há a mescla de informações reais e ficcionais.

Ao aplicar esse conceito aos gêneros televisuais, nota-se a existência de três esferas nas quais os gêneros são classificados: o do mundo real, correspondente à metarrealidade; o mundo ficcional, relativo à suprarrealidade; e o mundo lúdico, que seria a pararrealidade (DUARTE; CASTRO, 2007). Nesse contexto, os gêneros, subgêneros e formatos são organizados pelas emissoras em suas programações.

Cada subgênero apresenta formatos diferentes. O telejornal, por exemplo, seria um subgênero posto entre os programas jornalísticos, presentes na metarrealidade. Cabe ao formato diferenciar os inúmeros programas que podem ser classificados como subgêneros, tanto no que diz respeito às características estéticas quanto às semióticas (DUARTE; CASTRO, 2007). No caso do telejornal, duas modalidades podem ser

identificadas: os telejornais de transmissão em rede e os telejornais exibidos em nível local e/ou regional.

Os telejornais de transmissão em rede popularizaram-se durante o período da ditadura militar. Eram transmitidos para as regiões brasileiras via rede terrestre de micro-ondas, uma vez que a transmissão via satélite ocorreu durante a década de 1980. A proposta dos militares era a integração por meio da televisão, seguindo a “ideologia de segurança nacional” (COUTINHO, 2008, p. 91).

Além disso, 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, na produção de material audiovisual regional e local. Por conseguinte, a produção de telejornais locais e regionais também está entre essas obrigações e isso é compreensível, já 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, popularizou-se novamente, incluindo a criação de versões regionais e locais de telejornais, os quais constituem um meio no qual é instituído um território virtual de pertença, fazendo com que os telespectadores e anunciantes estabeleçam laços de identidade, configurando o que Coutinho (2008, p. 98) chama de “jornalismo de proximidade”.

Há de se destacar, no entanto, diferenciações entre telejornais regionais e telejornais locais. Os primeiros são produzidos em “parte da área de penetração do local (em geral nas cidades-polo em que se localiza a sede da emissora)” enquanto que os locais seriam os produzidos “na mesma área de emissão do canal” (COUTINHO, 2008, p. 101).

Existem, ainda, casos que, mesmo com a presença de um telejornal regional em uma emissora (que também conta com afiliadas), o telejornalismo praticado volta-se mais para a localidade onde está inserido fisicamente, como acontece no objeto empírico analisado, o “RJTV”. Esse telejornal, apesar de transmitir algumas notícias sobre municípios do interior do Rio de Janeiro, grande parte dos fatos noticiados diz respeito à capital e às cidades adjacentes. Nesse caso, a presença do cidadão é explorada nas notícias por meio do recurso de o “povo fala” ou em quadros temáticos, formando uma identidade particular não só com o próprio telejornal como ainda com a emissora de um modo geral.

O telejornal local também supre 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 sobre o local onde mora, o telejornal expande sua função de ser não somente um meio informativo mas ainda um instrumento de prestação de serviço, razão pela qual as notícias com essa temática tenham maior destaque durante o programa (BECKER, 2012).

Como um dos temas investigados é o jornalismo participativo, foi um dos motivos, pois, para a escolha de um telejornal local, o “RJTV 1ª edição”. Durante essa escolha, foi possível observar que os telejornais locais são mais abertos a experimentações, tais como o objeto empírico analisado adiante.

2 JORNALISMO PARTICIPATIVO: O PÚBLICO COMO PRODUTOR DE CONTEÚDO

Devido às recentes transformações no jornalismo – principalmente em função do surgimento de canais informativos na internet –, os veículos tradicionais adotam práticas diferenciadas na produção da notícia. Inclusive abrem espaço para que o público colabore nesse processo.

Para designar essa participação, há várias denominações, tais como jornalismo cidadão, cívico, comunitário e *open source* (de código aberto), mas cada um desses conceitos possui particularidades. Todos, no entanto, são unânimes ao se basearem na colaboração dos usuários, muitas vezes leigos no que diz respeito às técnicas jornalísticas.

Entretanto, neste artigo será adotado o conceito de jornalismo participativo para designar a participação dos telespectadores no objeto empírico analisado, uma vez que por estarem vinculados à emissora como funcionários, não se adequariam às particularidades apresentadas em outros termos, nos quais há a atribuição de aspectos ideológicos. A participação que o jornalismo participativo evoca seria encarada por alguns pesquisadores como desprovida de ativismo, de engajamento. Para Silva (2011, p. 4), nesse caso “[...] 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”.

O conceito de jornalismo participativo passa, então, a ser usado com mais frequência na década de 1990, popularizando-se com o advento dos blogs e outros meios sociais de comunicação disponíveis na internet, nos anos 2000. Está inserido no chamado Jornalismo 3.0, movimento no qual há a sociabilização do conteúdo e dos próprios meios

em que essas informações são veiculadas (VARELA, 2007). A partir da primeira década do século XXI houve um crescente uso do recurso por parte dos meios tradicionais, como os jornais impressos, revistas, rádio e a própria televisão.

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” (GILLMOR, 2004, p. 42). Nesse contexto, os receptores também têm a possibilidade de ocupar papéis variados, inclusive o de produtores de conteúdo.

3 “PARCEIRO DO RJ” E A CAPACITAÇÃO DO TELESPECTADOR

Criado em janeiro de 1983, o “RJTV”, exibido pela Rede Globo do Rio de Janeiro, foi desenvolvido para apresentar notícias locais e regionais com matérias de prestação de serviço e outros comentários a respeito dos fatos mais importantes da região metropolitana do Rio de Janeiro e interior fluminense³. Atualmente, a primeira edição é transmitida ao meio-dia, com duração média de quarenta minutos, enquanto a segunda edição vai ao ar às 19h, com quinze minutos de duração, ambas de segunda-feira a sábado.

Desde 1999 o telejornal investe no fortalecimento do jornalismo dedicado em especial à comunidade. Além dos canais de retorno tradicionais, como telefonemas e mais recentemente *e-mails* e comentários via site, a partir de 2001 houve uma abertura maior para o recebimento da colaboração do público. Desde então, uma série de quadros foi criada a fim de fomentar a participação do telespectador na produção de conteúdo, como é o caso do “Parceiro do RJ”. Lançado em 2011, já na primeira edição, telespectadores de nove comunidades (Campo Grande, Complexo do Alemão, Cidade de Deus, Copacabana, Duque de Caxias, Nova Iguaçu, São Gonçalo, Tijuca e Rocinha) atuavam como repórteres e cinegrafistas.

Quanto aos procedimentos de seleção dos candidatos, foram feitos da seguinte forma: em uma primeira etapa ocorreu a avaliação dos perfis dos candidatos pela direção do telejornal. Os aprovados passaram, então, para uma segunda fase, na qual tiveram de responder a provas de português, conhecimentos gerais, raciocínio lógico e redação. Após isso, dinâmicas em grupo foram realizadas com o propósito de conhecer outros aspectos pessoais dos candidatos.

Concluída a fase de testes, foram anunciadas as duplas que iriam representar as oito comunidades iniciais. A última dupla representando a Rocinha foi escolhida entre os meses de outubro e novembro de 2011. Cada dupla recebeu treinamento, além de uma câmera de vídeo e um microfone para realizar gravações de matérias em sua região (BRETAS, 2012).

Os participantes foram, então, capacitados com aulas para manuseio de câmera, noções de produção de roteiro e treinamento de segurança (a fim de evitar a busca por pautas investigativas que colocassem sua vida em risco, uma vez que esse trabalho deveria ser feito apenas por profissionais). Também receberam instruções éticas por meio de palestras e oficinas. Além disso, o trabalho realizado pelas duplas foi supervisionado por jornalistas. A primeira transmissão do quadro foi ao ar no dia 1º de março de 2011 (BRETAS, 2012).

Os jovens, no entanto, não atuavam voluntariamente, foram contratados temporariamente e remunerados pelas atividades. A primeira edição foi promovida entre os meses de março de 2011 e agosto de 2012. Nessa perspectiva, o “Parceiro do RJ” poderia ser considerado o que Silva (2011, p. 6) chama de “profissionalização do jornalismo participativo”, quando as empresas noticiosas capacitam e instrumentalizam os indivíduos integrantes do público para auxiliar os jornalistas, colaborando na produção da notícia.

Nos meses iniciais do projeto, o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro (SJPMPRJ) e a Associação Profissional dos Repórteres Fotográficos e Cinematográficos do Estado do Rio de Janeiro (Arfoc) pronunciaram-se, por meio de um 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, ambos os órgãos intitulam a iniciativa promovida pela emissora como “precarização inadmissível do mercado de trabalho”.

Em resposta, a Central Globo de Comunicação emitiu nota informando que a proposta do projeto nada tem a ver com a dita “precarização”, sendo objetivo do quadro dar voz às comunidades com a supervisão de jornalistas. Informou, ainda, que nenhum profissional foi demitido, e sim que novos postos de trabalho foram gerados (SINDICATO..., 2011). Mesmo com as críticas, foi dada continuidade ao projeto durante aproximadamente um ano e meio, assim como prossegue sua segunda edição.

A fim de garantir objetividade e minimizar os impactos provocados com a falta de distanciamento dos participantes, o projeto

contou com uma gerente de desenvolvimento responsável pelo treinamento deles antes e durante o quadro, e um monitor de cinegrafia para auxiliar os participantes no que diz respeito à técnica empregada para captação de imagens.

Outras duas profissionais foram destacadas para atuar como jornalistas responsáveis por assinar conjuntamente as matérias produzidas, supervisionar a edição do material⁴ e a apuração, bem como a qualidade das imagens e sons captados e conteúdo da pauta. Uma terceira jornalista também integrou a equipe responsável por coordenar o projeto em todas as instâncias. Outros profissionais também eram destacados para supervisionar alguma etapa do processo (por exemplo, editor de imagens, editor de arte etc.). Cabia à equipe responsável, inclusive, equilibrar/selecionar o tema das matérias produzidas (BRETAS, 2012).

Para esta pesquisa, foram consideradas uma entrevista e nove matérias em vídeo produzidas pelos participantes e veiculadas na primeira edição do quadro. As reportagens foram escolhidas aleatoriamente, observando a necessidade de analisar uma reportagem de cada região atendida pelo projeto. A análise tanto do conteúdo quanto do desempenho dos participantes foi guiada por meio do método “Modos de endereçamento” (GOMES, 2011).

Esse método foi desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo da Universidade Federal da Bahia, o qual considera os elementos visuais, 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 entendimento do público receptor, interpretando, desse modo, a produção do programa.

Levando em conta que o gênero televisivo funciona como uma “estratégia de comunicabilidade” (GOMES, 2007, p. 14) 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. Para avaliar os vídeos, foi de interesse, nesse momento, conhecer e interpretar o modo como o quadro “Parceiro do RJ” dirige-se ao seu público, como constrói seu discurso para que se oriente à sua audiência.

No método, são sugeridos quatro operadores de análise, considerando os elementos característicos da linguagem televisiva:

1. O mediador: referente a quem são os apresentadores, comentaristas, repórteres e correspondentes e os vínculos que podem estabelecer com os telespectadores;
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 de esse 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: como as notícias são organizadas em editorias e como é feita a construção da proximidade geográfica com sua audiência.

Com o uso do método foi possível identificar o modo de endereçamento usado e esmiuçar as marcas discursivas de como os participantes atuam, enquanto as entrevistas possibilitaram vislumbrar o papel do jornalista nesse processo e a alteração de sua rotina profissional. No caso da análise dos vídeos, a proposta não foi a de apresentar a descrição tampouco o espelho de cada matéria, mas sim a análise do conjunto das duplas, com exposição de peculiaridades de uma ou outra, quando pertinente.

4 MODOS DE ENDEREÇAMENTO NO “RJTV 1ª EDIÇÃO”

O corpus, composto por nove vídeos⁵, foi analisado com base nesses operadores e nas entrevistas realizadas, a fim de observar como se deu a capacitação dos participantes e o papel do jornalista nesse contexto. Os vídeos selecionados foram exibidos nos meses de junho e julho de 2012, na etapa final de realização da primeira edição do quadro. Em relação à seleção das matérias escolhidas, foi levado em conta principalmente o fato de a maioria dos participantes já estar familiarizada com a rotina de produção, sendo possível, portanto, verificar o seu desempenho e as diferenças – ou não – entre o trabalho feito por eles e o de profissionais que atuam nas mesmas funções (como repórter e cinegrafista).

Mediador: Com idades entre dezoito e trinta anos, os jovens são moradores das comunidades representadas. Embora não tenha sido um critério obrigatório, alguns dos participantes já eram estudantes de Jornalismo (BRETAS, 2012), enquanto outros desempenhavam profissões

sem ligação com a área. A participante da Rocinha, por exemplo, era cabelereira⁶; já o participante da região de Campo Grande era gari antes de entrar para o projeto⁷.

A proposta era de que os participantes não tivessem neutralidade frente aos temas abordados, fato este identificado por meio da análise dos vídeos, em momentos nos quais se colocavam como personagens da matéria, e comprovado via entrevista em áudio. "Nós não queríamos neutralidade. E eles não podem ser neutros, eles são parte" (BRETAS, 2012).

A informalidade dos participantes era presente tanto nas vestimentas, jóias, com uso de acessórios (no caso dos homens era permitido inclusive o uso de boné), quanto na linguagem, marcada por sotaques e gírias. Ao fazer uma das passagens da matéria sobre a história de ocupação da Rocinha⁸, a participante que desempenhava a função de repórter dirige-se 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?".

Exceto a dupla da Rocinha, com menor tempo de atividade em comparação com as demais duplas, notou-se que entre os participantes veteranos há exemplos de manutenção das características peculiares do projeto: engajamento no sentido de se colocarem como personagens da matéria, indivíduos que também sofrem com os problemas de infraestrutura apresentados.

Já em relação a outras duplas, como foram os casos de São Gonçalo e Campo Grande, notou-se um interesse 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. Em outro exemplo, a mudança perceptível foi quanto à vestimenta: a representante de Nova Iguaçu, então repórter, usa um terno feminino⁹ como traje e tenta adotar postura semelhante à de um repórter (com redução de gesticulações, por exemplo).

Contexto comunicativo: Como os participantes moram nas regiões de onde reportam os fatos, observou-se que possuem mais liberdade ao abordar as fontes, demonstrando maior proximidade na relação entre participantes, emissores da informação e receptores. A relação presente no discurso textual entre jornalistas (apresentadores) e participantes também é informal em certa medida, provocando no telespectador o sentimento de pertença (COUTINHO, 2008). Ainda na matéria sobre Nova Iguaçu, ao final da reportagem, em nota-pé, o

jornalista que atua como comentarista na ocasião 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 problemas¹⁰.

Pacto sobre o papel do Jornalismo: Das matérias analisadas, percebeu-se que as duplas de São Gonçalo¹¹, Cidade de Deus e Campo Grande¹² foram moderadas ao demonstrar falta de distanciamento. Nesses três casos, embora haja elementos que os caracterizem como sendo indivíduos integrantes da realidade apresentada, notou-se formalidade na condução do discurso (não propriamente nos trajés) em comparação com outras duplas. Nas demais matérias, a falta de distanciamento é maior, presente no discurso textual, vide os seguintes exemplos:

Participante Nova Iguaçu: A dificuldade realmente é absurda. Além da calçada ser muito esburacada, tem a barraca de ambulantes, tem esgoto, água, e "cê" [sic] tem que disputar espaço com as pessoas e com os ambulantes¹³.

No caso das matérias da editoria de serviço¹⁴, o espaço concedido para que o poder público (prefeituras, governo e demais secretarias que os compõem) pronuncie-se é feito via nota-pé, pelo apresentador em questão.

Das nove matérias analisadas, quatro (Nova Iguaçu, Campo Grande, Duque de Caxias e São Gonçalo) são da editoria de serviço, nas quais o espaço concedido às fontes afetadas pelos problemas é superior ao tempo concedido às autoridades. Dos 14 minutos e 37 segundos, tempo total das quatro matérias, 54 segundos foi o tempo total destinado para o pronunciamento das autoridades responsáveis por solucionar as denúncias apresentadas nas quatro oportunidades (uma média de 10 segundos para cada direito de resposta). Em dois casos, inclusive, a nota-pé deu lugar, ainda, aos comentários sobre o fato, por parte dos jornalistas do telejornal.

Organização temática: Dividido em quatro blocos, com duração média de dez minutos cada, o telejornal "RJTV 1ª edição" apresenta notícias com temas variados sobre a região metropolitana do Rio de Janeiro. A principal editoria é a de serviço, fato que também reflete nas pautas abordadas no quadro "Parceiro do RJ".

No que concerne à análise quantitativa, realizou-se a contagem das matérias publicadas no site do quadro, no período de realização

de sua primeira edição⁵. Durante esse período foram veiculadas 187 matérias em 2011 e 131 em 2012, totalizando 318 matérias em vídeo, inseridas posteriormente no site do “Parceiro do RJ”. Das mais de trezentas matérias veiculadas, 166 estão inseridas na editoria de serviço.

Outra editoria com quantidade elevada de matérias foi *cidadania* (notícias sobre projetos voluntários promovidos na comunidade pelos próprios moradores ou por terceiros, que privilegiassem a comunidade; num total de 50 matérias) seguida de cultura (matérias que contemplassem a cultura local, tais como: música, festas, dança ou religião; 48 matérias). As demais editorias tiveram menor representatividade.

Das nove matérias analisadas, quatro são enquadradas na editoria de serviço (Nova Iguaçu, Campo Grande, Duque de Caxias e São Gonçalo), três na editoria de cidadania (Complexo do Alemão, Tijuca e Copacabana), uma na editoria de cultura (Cidade de Deus) e uma de história (Rocinha).

Quanto ao trabalho das duplas, as de 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 restrita em 2012, a dupla da Rocinha foi a que menos produziu matérias (16 no total). As demais duplas produziram entre trinta e quarenta matérias durante o mesmo período.

Um dos pontos em evidência é a produção elevada de matérias inseridas na editoria de serviço; compreensível se for considerado o papel social atribuído aos programas jornalísticos na ausência do poder público.

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).

Embora possua 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. [...] 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).

Além disso, não há um consenso para definir o que seria um telejornalismo de qualidade. Se para as emissoras as melhorias em aspectos técnicos como imagem e som são primordiais, em âmbito ético, o conteúdo da pauta e a forma como é estruturada são ainda mais importantes.

Para Becker (2005, p. 63), o telejornalismo de qualidade se dá quando, em uma cobertura jornalística, há "[...] pluralidade de interpretações e a diversidade de temas e atores sociais", engendradas por meio de pautas contextualizadas, com múltiplos vieses a respeito de determinando assunto. Contudo, a fragmentação dos fatos, diante da limitação no tempo destinado às pautas telejornalísticas, impossibilita seu aprofundamento, cabendo ao telespectador buscar mais informações em outros meios.

Nessa perspectiva, entende-se a caracterização do telejornalismo como de qualidade quando há o uso de uma gama de fontes sobre determinado tema, ampliando o leque de versões sobre um mesmo fato. No caso das matérias analisadas, especialmente as 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.

No caso da matéria de Nova Iguaçu¹⁶, sobre a falta de mobilidade nas calçadas da região e a ausência de espaços adequados para a população aguardar ônibus, foram consultadas seis fontes, das quais cinco eram passageiros aguardando a condução nas calçadas, além da Secretaria de Transporte e Serviços Públicos, representando o poder público.

Apesar do tema relevante, a matéria poderia explorar outras fontes como um arquiteto e um engenheiro, os quais teriam a oportunidade de propor soluções para criar ambientes adequados em espaços reduzidos. Como o telejornal também se reporta aos telespectadores da capital e dos demais municípios da região metropolitana, seria interessante, ainda, o pronunciamento de outras secretarias municipais sobre o assunto; ou propor uma matéria conjunta entre duplas, fiscalizando a mesma situação nas demais regiões abrangidas e as propostas de especialistas para a resolução do impasse.

Embora a proposta definida seja a veiculação diária do quadro, em uma média de três minutos por edição, seria interessante

a proposição de edições semanais com maior duração (uma edição por semana do quadro com até oito minutos), expondo não só a opinião do cidadão como a de especialistas sobre cada assunto, bem como das autoridades que devem solucionar os problemas, no caso de pautas de serviço. Desse modo, haveria maior contextualização e aprofundamento de determinados temas, com aumento do alcance de vários telespectadores, os quais o “RJTV 1ª edição” pode atingir.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É válido ressaltar a importância dos jornalistas na supervisão do conteúdo produzido pelos telespectadores participantes, no caso dessa iniciativa, bem como nos demais exemplos de jornalismo participativo existentes nos mais variados veículos. A participação do telespectador pode ser considerada como um modo de incorporar esse ator social no processo noticioso, indo além do telespectador no discurso como fonte. Permitir sua participação corresponde ao cenário atual vivenciado tanto pelo público quanto pelos veículos de imprensa. Embora seja recente e apontada como inovadora, não se pode afirmar até quando e de que modo essa participação continuará a ser adotada.

Na contemporaneidade e a exemplo do modelo adotado por outros veículos de imprensa, a adesão da participação dos telespectadores, sob a supervisão de profissionais, é necessária para a renovação do discurso jornalístico, resguardando o padrão já adotado por cada empresa de comunicação.

Nessa perspectiva, Gillmor (2004) também enfatiza a importância de o público produtor de conteúdo caminhar lado a lado com profissionais, estes últimos subentendidos como aptos a praticarem um jornalismo com isenção, objetividade e ética. 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, de como será exibido e inserido no telejornal.

NOTAS

- ¹ Descrita em estudos, tais como em Vizeu, Porcello e Coutinho (2010) e Mattos (2010), por exemplo.
- ² Um dos entrevistados foi o, à época, Diretor Executivo de Jornalismo da TV Globo Erick Bretas, responsável por idealizar o projeto. Por meio do Globo Universidade, foi permitida a concessão da entrevista, realizada presencialmente na sede de Jornalismo da TV Globo, no Rio de Janeiro,

- em 22 de outubro de 2012 (FRAZÃO, 2013).
- 3 Informações disponíveis no site <http://memoriaglobo.globo.com/>. Acesso em 16 set. 2012.
 - 4 Após a captação das imagens e a elaboração da matéria pela dupla participante, o material era posteriormente decupado em conjunto com os jornalistas na própria emissora (BRETAS, 2012).
 - 5 Os vídeos analisados foram disponibilizados no site do quadro, no endereço <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/>.
 - 6 Matéria “Dupla de Parceiro do RJ que vai representar a Rocinha é escolhida”, publicada no site em 16/12/2011.
 - 7 Matéria “Veja a dupla escolhida de Campo Grande para o Projeto Parceiro do RJ”, publicada no site em 18/02/2011.
 - 8 Matéria “Parceiro do RJ conhece história da ocupação da Rocinha”, publicada no site em 26/07/2012.
 - 9 Matéria “Parceiro do RJ mostra a dificuldade de locomoção em Nova Iguaçu”, publicada em 3/07/2012.
 - 10 Matéria “Parceiro do RJ mostra a dificuldade de locomoção em Nova Iguaçu”, publicada em 3/07/2012.
 - 11 Matéria “Parceiro do RJ mostra ponte improvisada em São Gonçalo”, publicada no site em 27/07/2012.
 - 12 Matéria “Parceiro do RJ mostra universidade em espaço provisório há 7 anos”, publicada no site em 18/07/2012.
 - 13 Matéria “Parceiro do RJ mostra a dificuldade de locomoção em Nova Iguaçu”, publicada em 3/07/2012.
 - 14 Compreende as matérias sobre infraestrutura precária dos locais, incluindo o atendimento da saúde, transporte e educação ofertados à população de cada região.
 - 15 Análises quantitativas posteriores foram realizadas em outros estudos, a citar Soares e Becker (2011). A proposta foi a de apresentar uma análise quantitativa ampla, compreendendo o início e o fim de produção das matérias feitas exclusivamente pelos participantes da primeira edição do quadro.
 - 16 Matéria “Parceiro do RJ mostra a dificuldade de locomoção em Nova Iguaçu”, publicada em 3/07/2012.

REFERÊNCIAS

- BECKER, Beatriz. Todos juntos e misturados, mas cada um no seu quadrado: um estudo do RJTV 1ª edição e do Parceiros do RJ. In: XXI Encontro Anual da Compós, 2012. **Anais...** Juiz de Fora: UFJF, 2012. p. 1-15.
- _____. Jornalismo audiovisual de qualidade: um conceito em construção. **Estudos em Jornalismo e mídia**, v. 6, n. 2, p. 95-111, jul./dez. 2009.
- _____. Telejornalismo de qualidade: um conceito em construção. **Revista Galáxia**. São Paulo, v. 5, n. 10, p. 51-64, dez. 2005.
- BRETAS, Erick. **Erick Bretas**: depoimento em áudio [22 out. 2012].

Entrevistadora: Samira Moratti Frazão. Rio de Janeiro, 2012.

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

_____. 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.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília de. (Orgs). **Comunicação Audiovisual - Gêneros e formatos**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.

FRAZÃO, Samira Moratti. **Parceiro do RJ: a prática do jornalismo participativo no RJTV 1ª edição** e as transformações na rotina profissional dos jornalistas. Dissertação de Mestrado em Jornalismo do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2013. 241p.

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

GOMES, Itania Maria Mota (Org.). **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011.

GOMES, Itania Maria Mota. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós**. Brasília, v. 8, p. 1-31, abril 2007.

NO BRASIL, 43% dos internautas assistem à televisão enquanto navegam. **Ibope**, 26 jun. 2012. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/relacionamento/imprensa/releases/paginas/no-brasil-43-dos-internautas-assistem-a-tv-enquanto-navegam.aspx>>. Acesso em: 18 jan. 2013.

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

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.

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

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

SILVA, Cláudia. iReport: uma análise do jornalismo participativo no site da CNN. In: 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo e 1º Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo. **Anais...** Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2011.

SOARES, Louise Christina de Andrade Silva; BECKER, Beatriz. Participação da audiência e qualidade do telejornal: um estudo do quadro Parceiros do RJ. In: 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo e 1º Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo. **Anais...** Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2011, p. 1-19.

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.

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

Samira Moratti Frazão Jornalista. Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Aluna pesquisadora do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele).

E-mail: samiramoratti@gmail.com

Antonio Brasil Jornalista. Mestre em Antropologia pela Social London School of Economics (LSE) da Inglaterra. Doutor em Ciência da Informação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professor e pesquisador da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Líder adjunto do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele).

E-mail: antonibrasil@gmail.com

RECEBIDO EM: 26/09/2012 | ACEITO EM: 10/12/2013