



50 anos do Golpe Militar de 64

"A história que a mídia faz,  
conta ou não conta"

## Telejornais e jornalismo participativo: a capacitação do telespectador como produtor de notícias<sup>1</sup>

FRAZÃO, Samira Moratti (Mestre em Jornalismo)<sup>2</sup>

**Resumo:** Com a inserção do público no processo de produção da notícia, feita inicialmente em ambiente digital e posteriormente expandida para outros meios como a televisão, emissoras convidam os telespectadores para atuar inclusive na função de repórteres, posto ocupado por jornalistas. Mas de que modo é feita a capacitação desse telespectador como produtor de notícias? Tendo como objeto empírico o quadro "Parceiro do RJ" (do telejornal "RJTV 1ª edição"), da "TV Globo Rio", o objetivo é analisar a forma como os participantes atuam e as competências dos jornalistas que agem diretamente no quadro analisado. Para tanto, além da análise quantitativa e qualitativa dos vídeos produzidos, também foram realizadas entrevistas junto à direção e participantes durante visita à emissora.

**Palavras-chave:** televisão; telejornal; telespectador; jornalismo participativo.

### Introdução

Com a popularização da Internet e redes sociais acessadas pela chamada segunda tela, as emissoras de televisão reformulam seus modelos de negócios, assim como outros veículos de imprensa, em busca de alternativas para recriar o modo de produzir os programas, bem como o próprio telejornalismo.

Além de garantir sua presença no ambiente virtual, as emissoras, bem como os programas produzidos, buscam estreitar relações com o telespectador que também quer auxiliar no processo de produção do conteúdo, enviando sugestões de pauta, vídeos e fotos registrados sobre um fato. Isso porque a televisão e o telejornalismo constituem um lugar social de referência para o público (VIZEU, 2009). Em muitos casos este mesmo telespectador, inclusive, conhece técnicas básicas de reportagem e coleta de dados jornalísticos e até produz vídeos ensaiando passos feitos profissionalmente pelos jornalistas. Essa participação se consolida, então, como uma alternativa econômica e possível para dinamizar formatos e modos de produção nas coberturas jornalísticas

---

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Audiovisual e Visual integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 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). O artigo é um recorte da dissertação apresentada no referido programa de Pós-Graduação. Contato: samiramoratti@gmail.com



tradicionais.

A fim de analisar este fenômeno, busca-se responder a seguinte questão-problema: de que modo é feita a capacitação do telespectador como produtor de notícias? O objeto empírico é o quadro “Parceiro do RJ”, do telejornal “RJTV 1ª edição”, transmitido pela “TV Globo Rio”, cuja proposta é levar informações sobre comunidades locais da região metropolitana do Rio de Janeiro contando com a participação de uma dupla de telespectadores, moradores de cada região, treinados pela emissora e com ferramentas cedidas por ela para conduzir a reportagem<sup>3</sup>. O objetivo é analisar a forma como os participantes atuam e as competências dos jornalistas que agem diretamente no quadro analisado. Para tanto, além da revisão teórica dos temas trabalhados e análise dos vídeos disponibilizados no site<sup>4</sup> do telejornal (unindo análises quantitativa e qualitativa), também foram realizadas entrevistas junto à direção e participantes do quadro.

### **Jornalismo participativo e o telespectador capacitado**

Emissoras de televisão e seus telejornais fazem uso do jornalismo participativo como alternativa para recriar formatos, reduzir gastos nas redações e coberturas jornalísticas. Todavia é necessário ressaltar que a proposta não é dizer que uma mídia prevalece sobre a outra, ou que com a Internet a televisão perderá seu espaço. O que se observa é justamente uma mídia reforçando a outra, em um ambiente de convergência<sup>5</sup>. No caso das redes sociais, por exemplo, parte do público utiliza a segunda tela, seja via *tablets*, *smartphones*, seja *notebooks*, para expor sua opinião a respeito 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

---

<sup>3</sup> Optou-se analisar o “Parceiro do RJ” uma vez que diferente de outras iniciativas presentes no telejornalismo no quadro produzido pela “TV Globo” os participantes não atuam de forma colaborativa. Além disso, a proposta foi inicialmente implementada pela emissora no “RJTV”, sendo posteriormente replicada no “SPTV”, “DFTV” e “MGTV”.

<sup>4</sup> Disponível em <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/>. Acesso em 24 jan. 2013

<sup>5</sup> Por convergência entende-se o “... 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), os quais variam a busca pela informação e entretenimento entre várias plataformas informativas.



mais informações na *web* sobre o que estão assistindo<sup>6</sup>.

No atual contexto, o telespectador se torna um aliado na produção da notícia, em um momento no qual as emissoras reformulam seus modelos de negócio e atuação junto ao público. As redações passam por um processo de enxugamento dos profissionais, interferindo, de certo modo, na cobertura de acontecimentos a nível local e hiperlocal.

Apesar de haver várias denominações para designar o jornalismo participativo, tais como jornalismo cidadão, cívico, comunitário e *open source* (de código aberto), cada um destes conceitos possui particularidades em sua definição. Todos, no entanto, são unânimes ao se basear na colaboração dos usuários. Aqui se utilizará, contudo, o termo jornalismo participativo para designar a participação dos telespectadores no objeto empírico analisado, uma vez que, embora anterior ao processo de seleção eles fossem considerados como telespectadores, após sua inserção foram vinculados à emissora como funcionários. Esse tipo de participação seria encarada por alguns pesquisadores como desprovida de ativismo, de engajamento. Para Silva (2011, p. 4) "... 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 termo jornalismo participativo passa a ser usado com mais frequência 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 as informações são veiculadas (VARELA, 2007). Principalmente a partir de 2000 houve um crescente uso do recurso pelos 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.

Atendo-se à televisão, vale ressaltar, no entanto, que a participação dos telespectadores já ocorre há mais tempo, por telefonemas e carta, por exemplo. Exibido pela extinta TV Tupi, o programa "Pinga-Fogo" incentivava a participação do público por

---

<sup>6</sup> Dados disponíveis em Rothman (2013).



meio de telefonemas (SILVA, 2012). Em outro momento, na década de 1990, o programa “Linha Direta”, transmitido pela TV Globo, propunha uma linguagem onde havia a mescla entre dramatização e jornalismo, contando ainda com a participação dos telespectadores para denunciar suspeitos apresentados no programa (MENDONÇA, 2010). Na Internet uma ferramenta pode ser considerada o divisor de águas no que concerne à participação do público por meio de vídeos: o *Youtube*, lançado em 2005<sup>7</sup>. Após sua consolidação, emissoras fazem uso irrestrito dos vídeos disponibilizados pelos usuários.

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 enviam vídeos, posteriormente inseridos na página virtual da empresa: o *iReport*,<sup>8</sup> iniciativa criada em agosto de 2006. Os vídeos não são editados, apenas são verificados por jornalistas e os que contenham fatos urgentes e considerados relevantes são transmitidos também na TV. 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 transmitido no site, como também pode ser exibido na emissora de TV internacional.

No Brasil, uma das ações voltadas para a prática do jornalismo participativo em telejornais é o quadro “Outro Olhar”<sup>9</sup>, transmitido 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 país. Os vídeos podem ser enviados pelo site do telejornal ou ainda por e-mail. O material enviado também é disponibilizado no site do quadro e em seu canal no *Youtube*<sup>10</sup>. Embora o site oficial do quadro aparentemente esteja desatualizado, sua página no *Youtube* continua recebendo novos vídeos.

No caso do uso do jornalismo participativo no telejornalismo, nota-se que esse tipo de iniciativa ocorre mais em telejornais regional e local do que nos telejornais de transmissão em rede, exibidos a nível nacional. Os telejornais de nível regional e/ou local, além de evocar a proximidade junto ao público, atendem à comunidade na resolução de

<sup>7</sup> Disponível em [http://www.youtube.com/t/about\\_youtube](http://www.youtube.com/t/about_youtube). Acesso em 17 fev. 2013.

<sup>8</sup> Pode ser acessado em <http://ireport.cnn.com/>. Acesso em 4 set. 2012.

<sup>9</sup> Acesso em <http://tvbrasil.ebc.com.br/outroolhar> em 4 set. 2012.

<sup>10</sup> Disponível em <http://www.youtube.com/user/outroolhar?feature=watch>. Acesso em 4 set. 2012.



problemas diários (COUTINHO, 2008). Essa inserção do público no telejornal regional e/ou local reconfigura o papel do telespectador no processo de produção e consumo da notícia.

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. (SILVA, 2012, p. 11)

Dos primórdios da televisão até hoje o telespectador passou por uma reconfiguração no que diz respeito a seu posicionamento sobre o conteúdo recebido. O perfil do telespectador aqui encarado como comum reformulou-se inclusive nas discussões científicas. De acordo com teorias como a da Agulha Hipodérmica (MATTELART & MATTELART, 2007), por exemplo, e as demais que dialogam com a perspectiva de análise dos efeitos dos meios de comunicação, acreditava-se que o espectador (público em geral dos *mass media*) apenas recebia o conteúdo transmitido, incapaz de compreender, de interpretá-lo, passível, portanto, de manipulação. 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. Pressupõe o indivíduo que, considerando aspectos como grau de instrução, profissão e classe social, por exemplo, constrói sentidos a partir do conteúdo repassado pelos meios de comunicação (GOMES, 2001).

Sobre o telespectador contemporâneo, Soares & Becker (2011) o intitulam como telespectador-repórter ou 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 fontes, uma vez que não só colaboram na produção do conteúdo como também são, em alguns casos, a referência inicial no desdobramento dos fatos. Aqui, no entanto, é necessário definir outro conceito. A partir do momento que são capacitados não podem ser somente encarados como telespectadores comuns. No entanto, apesar de não possuir formação acadêmica na área, ao olhar dos órgãos fiscalizadores, os participantes do quadro não podem ser considerados jornalistas. Nesse sentido, ao ocupar por determinado tempo um cargo e ser



50 anos do Golpe Militar de 64

*"A história que a mídia faz,  
conta ou não conta"*

capacitado para isso, aqui este participante é definido como telespectador capacitado.

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: conhecimento especializado com base teórica; o cumprimento de regulamentação profissional e a constituição de órgãos representativos desse profissional, como os sindicatos (KUNCZIK, 2002).

Desse modo, os participantes do quadro também podem ser chamados pelo o que 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 aos quais foram submetidos, possuem um olhar diferente da notícia, consumindo-a de uma maneira distinta de um telespectador comum. Esse olhar considerado diferenciado se deve ao fato de que o telespectador aqui visto como 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.

### **“Parceiro do RJ”: a capacitação do telespectador como produtor de notícias**

Uma das iniciativas que chama a atenção nessa perspectiva é a proposta do “RJTV 1ª Edição”. Criado em 1983, inicialmente em uma única versão transmitida no turno da noite, o “RJTV”, exibido pela “Rede Globo Rio de Janeiro”, tem como objetivo apresentar notícias locais e regionais com matérias de prestação de serviço e outros comentários a respeito dos fatos mais importantes do dia sobre a região metropolitana do Rio de Janeiro e também sobre municípios do interior do estado. O telejornal investe desde 1999 no





50 anos do Golpe Militar de 64

"A história que a mídia faz,  
conta ou não conta"

fortalecimento do jornalismo dedicado em especial à comunidade<sup>11</sup>. O público passou, então, a ser convidado a participar por meio de telefonemas, e-mails e comentários via site. Uma das ações promovidas que ganhou maior destaque foi a estreia em 2011 do quadro “Parceiro do RJ”, no qual telespectadores de nove comunidades atuavam como repórteres.

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 de jornalistas que os supervisionaram, 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, à época 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>12</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. (...) Acho que a maneira da gente levar a mensagem genuinamente próxima a elas é que elas próprias façam esse conteúdo. (BRETAS, 2012)

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 de grupo, produção de vídeos feitos pelos próprios candidatos e, posteriormente, entrevistas com a equipe de profissionais da TV Globo. As entrevistas foram, em seguida, analisadas por meio de um painel composto por profissionais e direção do RJTV, bem como membros da Direção Geral de Jornalismo e Esportes da TV Globo.

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

<sup>11</sup> Informações disponíveis no site <http://memoriaglobo.globo.com/>. Acesso em 17 set. 2012.

<sup>12</sup> Por meio do Globo Universidade foi permitida a concessão de entrevistas junto aos responsáveis e participantes do quadro. As entrevistas foram realizadas presencialmente na sede de Jornalismo da TV Globo, no Rio de Janeiro, em 22 de outubro de 2012.



50 anos do Golpe Militar de 64

*"A história que a mídia faz,  
conta ou não conta"*

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)

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

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. (...) 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. (VENTURA, 2012)

Concluída a fase de testes, foram anunciadas as duplas que iriam representar as oito comunidades iniciais. A 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 por um treinamento inicial com duração de dois meses, com reforços periódicos por meio de oficinas técnicas e teóricas.

Eles foram treinados tecnicamente no manuseio da câmera; foram treinados com noções de produção de roteiro; tiveram treinamento de segurança também (...). 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)

Para o exercício das atividades as duplas receberam uma câmera de vídeo e um microfone para realizar gravações de matérias. O trabalho era supervisionado por jornalistas e profissionais dos departamentos de arte e edição de imagem. A primeira transmissão do quadro foi ao ar no dia 1º de março de 2011. Um dos diferenciais era o





blog<sup>13</sup> mantido e atualizado pelos participantes, onde contavam detalhes dos bastidores de determinadas matérias realizadas. Em alguns casos, colocavam-se como personagens dos acontecimentos noticiados.

Os jovens foram contratados temporariamente e remunerados pelas atividades. Trabalhavam quatro horas diárias, de segunda a sexta-feira. O “Parceiro do RJ” poderia ser considerado com 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 e colaborar na produção da notícia. Em outra vertente, esta iniciativa também poderia ser encarada como um modo de “alfabetização midiática” (CAPRINO & SANTOS, 2012), apoiada no conceito do *media literacy*<sup>14</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 Estado do Rio de Janeiro (Arfoc) se pronunciaram em comunicado contestando a iniciativa. As entidades formularam uma carta de repúdio enviada à TV Globo. Em um dos trechos a indignação 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 profissionalmente como “parceiros”. Apesar das críticas dos sindicatos, foi dada continuidade ao projeto. O quadro permanece no ar, porém com novas duplas e áreas abrangidas.

Durante o período de exibição da primeira edição<sup>15</sup> foram veiculadas 187 matérias

<sup>13</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/rio-de-janeiro-parceiro-do-rj/>. Acesso em 24 jan. 2012.

<sup>14</sup> O conceito, 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.

<sup>15</sup> Análises quantitativas posteriores foram realizadas em outros estudos, a citar Soares & Becker (2011) e Guimarães (2012), porém de períodos distintos. O que se propõe é apresentar uma análise quantitativa mais



em 2011 e 131 em 2012, totalizando 318 matérias em vídeo, inseridas posteriormente no site do “Parceiro do RJ”<sup>16</sup>. A fim de rotular os temas trabalhados nas matérias, recorreu-se ao uso de editorias para classifica-las. Foram formuladas sete editorias<sup>17</sup>, com a proposta de adequar o objetivo que se propõe observar durante a análise dos vídeos, sendo elas: **Serviço**: matérias sobre infraestrutura precária dos locais, incluindo atendimento da saúde, transporte e educação ofertados à população de cada região; **Esporte**: práticas esportivas nas comunidades representadas; **Cultura**: a cultura local (música, festas, dança, religião); **História**: aspectos sobre a história dos locais ou empreendimentos nestas regiões; **Curiosidades**: perfis de moradores conhecidos na região; **Cidadania**: projetos voluntários promovidos na comunidade pelos próprios moradores ou por terceiros; **Economia**: aspectos econômicos da região.

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 com quantidade elevada de matérias foi Cidadania (50 matérias) seguida de Cultura (48 matérias). As demais tiveram menor representatividade.

A produção elevada de matérias inseridas na editoria de Serviço é compreensível se considerar o papel social atribuído à televisão e, conseqüentemente, telejornais, na ausência do poder público. “É difícil afirmar que a televisão seja mais eficaz do que as instituições para assegurar essas demandas, mas sem dúvida parece ser” (SARLO, 2000, p. 77).

As duplas com maior produção durante a primeira edição foram Campo Grande, com 48 matérias, seguida do Complexo do Alemão, com 44 matérias. Por ter sido escolhida tardiamente e tendo sua produção divulgada em 2012, a dupla da Rocinha foi a que menos produziu matérias.

**Análise dos vídeos**: buscou-se identificar aspectos que comprovassem a capacitação dos participantes (e a falta de) no material produzido. O corpus foi constituído de dois vídeos, sendo um da dupla de Campo Grande (maior produção durante o período) e

---

ampla, compreendendo o início e fim de produção das matérias feitas pelos participantes.

<sup>16</sup> 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.

<sup>17</sup> Com base nas classificações adotadas por Soares & Becker (2011) e Coutinho (apud GUIMARÃES, 2012).



um da Rocinha (menor produção). Veiculados no segundo semestre de 2012, os vídeos disponibilizados no site do quadro foram escolhidos aleatoriamente. Neste contexto, com base no depoimento do idealizador do projeto (BRETAS, 2012), bem como do participante (VENTURA, 2012) entrevistados, a análise do material compreende detalhes técnicos e teóricos/éticos: técnicos porque os participantes tiveram noções básicas e operacionais de produção da notícia em telejornal e teóricos e éticos tendo em vista que os telespectadores capacitados eram supervisionados por profissionais da emissora, responsáveis por apurar e acompanhar a edição do material recebido.

Veiculada em 26 de julho de 2012 a matéria “Parceiro do RJ conhece história da ocupação da Rocinha”<sup>18</sup> explica como se deu a fundação da localidade. Com duração de três minutos e cinquenta segundos (incluindo a cabeça feita pela apresentadora), ao invés de um dos participantes ser o repórter e o outro o cinegrafista, ambos revezaram os papéis. Houve o uso abusivo de passagens, enquanto o *off* foi pouco utilizado. Ao todo, seis fontes foram ouvidas. Destas, quatro do recurso “povo fala”. Uma das fontes, considerada principal para comprovar o relato histórico, foi identificada. Já outra não, que aparece no início da matéria. Os telespectadores capacitados destacados para representar a comunidade, a jornalista responsável e o editor de imagens foram devidamente identificados por meio do Gerador de Caracteres (GC).

O registro histórico contou com o depoimento de uma fonte ligada ao antigo proprietário das terras. 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 um pesquisador, autoridade ou morador antigo de bairro. Não foram identificados problemas graves quanto ao som ambiente, sonoras, tampouco com iluminação. A locação das passagens estava adequada ao conteúdo (grande parte feita em uma feira e ruas da Rocinha). O diálogo entre participante e fonte é informal, com uso irrestrito de linguagem coloquial e gírias.

O uso da informalidade em excesso era permitido pela direção do telejornal, uma vez que a proposta era fazer com que os participantes reportassem os fatos sem a obrigação

---

<sup>18</sup> 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 em 24 jan. 2013.



de serem neutros na condução da matéria:

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. (BRETAS, 2012)

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>19</sup> possui uma proposta distinta. Inserida na editoria de Serviço, aborda uma denúncia feita por estudantes da “Universidade Estadual da Zona Oeste (Uezo)”. Em formato tradicional, a matéria foi explorada com uso de várias fontes (dez no total), apesar de a maioria (nove) ser apontada como fonte denunciante do problema apresentado na matéria: quatro usadas no recurso do “povo fala”, cinco alunos da instituição e uma fonte representando as autoridades (assessoria de imprensa da Secretaria Estadual de Ciência e Tecnologia). O relato do 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 de apoio feitas por celular quanto pelas fontes consultadas.

Não foi identificado por GC qual a origem das imagens feitas por celular (se pelas próprias fontes ou telespectador capacitado). As fontes, exceto as encaixadas dentro do “povo fala”, foram identificadas por meio de GC, assim como os próprios telespectadores capacitados, a jornalista responsável e o 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, já que em alguns momentos sobrepunha às sonoras. A linguagem, apesar de coloquial, estava mais formal.

Comparando as matérias, notou-se que os participantes da dupla de Campo Grande, há mais tempo no quadro, já haviam se apropriado das funções de “repórter” e “cinegrafista”, portando-se como tal e tentando minimizar problemas na condução da reportagem. De todo modo, 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 tais como vestimenta e

<sup>19</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 24 jan. 2013.



50 anos do Golpe Militar de 64

*"A história que a mídia faz,  
conta ou não conta"*

linguajar). A respeito da supervisão do material produzido pelos participantes, Bretas (2012) diz que: “Naturalmente que a gente tinha uma flexibilidade maior com a matéria dos parceiros, até o equipamento era diferente (...), mas isso não significa que vamos colocar qualquer coisa no ar. (...) E em muitos casos era necessário refazer”.

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 como os de “jornalistas responsáveis” por assinar as matérias, uma gerente de desenvolvimento responsável pelo treinamento dos participantes, coordenadora do projeto, além de outras funções já existentes como os editores de imagem e arte, por exemplo (BRETAS, 2012).

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, feita em conjunto com a dupla responsável por executar a pauta, além de editor de imagem e artes (quando se utiliza o recurso). Também é requisitada a supervisão de outros profissionais no que diz respeito a aspectos éticos do trabalho produzido (no caso de matérias contendo denúncias há a necessidade, portanto, de conceder o direito de resposta sempre que necessário; e, quando feito, fica a cargo dos jornalistas concederem esse espaço, dar voz às fontes cabíveis, de acordo com o que foi identificado durante a análise dos vídeos).

### **Considerações finais**

No quadro analisado se constatou que a inserção do telejornalismo nessas comunidades seria um modo de possibilitar um jornalismo de proximidade e com o padrão de qualidade da emissora, salvo a questão do distanciamento. Além de, ainda, abrir espaços ao público telespectador para interagir com o telejornal de um modo diferenciado.

Para que o jornalismo tenha responsabilidade social e princípios éticos, é necessário que a mediação da informação seja garantida pelos jornalistas. No caso do praticado no quadro “Parceiro do RJ” o indicado seria dar continuidade à supervisão feita pelos



50 anos do Golpe Militar de 64

"A história que a mídia faz,  
conta ou não conta"

jornalistas da emissora, pois de modo geral a capacitação dos jornalistas nas faculdades de Jornalismo não preenche apenas técnicas para o exercício da prática, mas também saberes específicos, tanto deontológicos quanto cognitivos, necessários para a construção de valores profissionais e éticos pertinentes à profissão (BENEDETI, 2009). Abrir espaço para o público, e aqui em especial o telespectador, é atualmente um caminho repleto de incertezas; enquanto no campo científico há esforços para analisar o fenômeno e buscar pistas para a resolução do impasse, na prática é possível notar que emissoras tentam se adequar a este cenário, requisitando a participação do público de formas variadas.

## Referências

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

BRETAS, Erick. Erick Bretas: depoimento em áudio [22 out. 2012]. Entrevistadora: Samira Moratti Frazão. Rio de Janeiro.

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, jul./dez. 2012, p. 109-130.

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.

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

GOMES, Itania Maria Mota. **A atividade do receptor, um modo de se conceber as relações entre comunicação e poder.** In VIII Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste, Vitória/ES/Brasil, 2001. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/viii-sipec/gt03/37-Itania%20Gomes%20-%20trabalho%20completo.htm>>. Acesso em: 17 jan. 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, nov. 2012. Disponível em: <<http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJor/paper/viewFile/1961/160>>. Acesso em: 17 jan. 2013.

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

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





50 anos do Golpe Militar de 64

"A história que a mídia faz,  
conta ou não conta"

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 maio 2012.

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

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.

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.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina**. 2 ed. 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 de agosto de 2012.

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, 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.

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.

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. (2012). Thiago Ventura: depoimento em áudio [22 out. 2012]. Entrevistador: Samira Moratti Frazão. Rio de Janeiro.

VIZEU, Alfredo. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. In Revista Famecos, n. 40, Porto Alegre/RS/Brasil, p. 77-83.