



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Thyana Maria de Azevedo

**Os telespectadores também falam: a colaboração dos cidadãos no
telejornalismo carioca**

Rio de Janeiro

2017

Thyana Maria de Azevedo

**Os telespectadores também falam: a colaboração dos cidadãos no
telejornalismo carioca**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Patrícia Rebello

Rio de Janeiro
2017

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

A994 Azevedo, Thyana Maria de.
Os telespectadores também falam: a colaboração dos cidadãos no
telejornalismo carioca / Thyana Maria de Azevedo. – 2017.
161 f.

Orientadora: Patrícia Rebello.
Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Faculdade de Comunicação Social

1. Comunicação – Teses. 2. Jornalismo – Teses. 3. Comunidade –
Teses. I. Rebello, Patrícia. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Faculdade de Comunicação Social. III. Título.

es CDU 070(815.3)

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Thyana Maria de Azevedo

**Os telespectadores também falam: a colaboração dos cidadãos no
telejornalismo carioca**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em COMUNICAÇÃO, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social.

Aprovada em 27 de abril de 2017.

Banca Examinadora:

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Patrícia Rebello
Faculdade de Comunicação Social – UERJ

Prof.^a Dr.^a Beatriz Becker
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof.^a Dr.^a Leticia Matheus
Faculdade de Comunicação Social – UERJ

Rio de Janeiro
2017

À minha família, com amor.
Aos meus mestres, com profunda gratidão.
Aos meus amigos, com o carinho de sempre.

RESUMO

AZEVEDO, Thyana Maria de. **Os telespectadores também falam**: a colaboração dos cidadãos no telejornalismo carioca. 2017. 161 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

A troca de informações ganhou força e velocidade mediante a publicação e transmissão via Internet e passou a deslocar a posição passiva do público para uma outra, envolvendo a sua produção e publicação de informação. Nesse contexto, veículos formatados por processos e modos de operação “tradicionais” (isto é, que seguem o modelo de comunicação de mão única) abriram espaços para a participação e inclusão do cidadão na construção da programação. Num período de exaltação do cidadão na elaboração do conteúdo veiculado, é necessário indagar sobre as formas de representação no campo midiático de um, por assim dizer, “discurso amador”, quando veiculado e inserido no corpo da programação de emissoras tradicionais. Dessa forma, a presente dissertação coloca em debate a posição do cidadão como repórter e o que surge como uma forma de “representação” de cidade e sociedade na comunicação. Propõe-se a observar e analisar os sujeitos que buscam visibilidade para assuntos pessoais da cidade sob a chancela de programas de alcance estadual, como o RJTV, e a pontuar eventuais deslocamentos narrativos. Levanta, ainda, questionamentos em torno de uma proposta pedagógica de técnica e linguagem audiovisuais da parte da emissora, na superfície menos interessada em “manipular” vozes do que em “partilhar” conhecimentos, e como isso ressurge, transparece e opera no discurso (mediado) entre emissora e sujeito/espectador/produtor de informação.

Palavras-chave: Jornalismo. Telejornalismo. Mediação. Visibilidade. Identidade. Comunidade.

ABSTRACT

AZEVEDO, Thyana Maria de. **Viewers also have voice:** the collaboration of citizens in Rio's broadcast journalism. 2017. 161f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

The exchange of information gained strength and speed with the tools of publication and transmission by the Internet and displaces the passive position of the public to another, involving their production and publication of information. In this context, vehicles formatted by the traditional processes and operating modes (i.e., following the one-way communication model) opened spaces for participation and inclusion of citizens in the construction schedule. In a period of exaltation of citizens in the construction of the content posted, you must inquire about forms of representation in the media field of one, so to speak, “amateur speech” when incorporated into the traditional broadcast programming. This dissertation questions the position of the citizen as a reporter and what appears as a form of “representation” of the voice of citizens and society in communication media. It is proposed to observe and analyze the subjects that seek visibility for personal issues of the city under the auspices of statewide programs such as RJTV, and punctuate any narrative shifts. It, also, bring questions around a pedagogical proposal of technical and audiovisual language of the issuer, the less interested in “manipulate” voices than “sharing” knowledge, and how it resurfaces, transpires, operates in speech (mediated) between the television broadcast and subject/viewer/producer of information.

Keywords: Journalism. Broadcast Journalism. Mediation. Visibility. Identity. Community.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que, de algum modo, contribuíram para a minha formação.

Agradecimento especial à minha família: Sebastiana Maria de Azevedo, Renata Maria de Azevedo, Nizio José de Azevedo e Antônio Marinho de Carvalho.

Agradeço aos professores que, generosamente, compartilham comigo seus conhecimentos, destacando: Beatriz Becker, Letícia Matheus, Robson Braga, Cíntia Sanmartin Fernandes, Alessandra Aldé, Marcelo Castañeda, Erick Felinto, Andréa França, Ítalo Moriconi e, especialmente, Patrícia Rebello, pela inspiração, apoio e incentivo.

Agradeço aos colegas de turma, pela parceria, apoio e constante troca.

Agradeço aos colegas do Sicoob Central Rio que me apoiam a cada dia, e, principalmente, aos que contribuíram para essa conquista desde o início: Sheila Neves do Rego, Pamela Aragon, Nábia Jorge, Kathia Feitosa, Vanessa Silva e Mary Virginia Northrup.

Agradeço aos amigos e familiares que entendem minha eventual ausência.

Destaco, também, o professor Ivo Lucchesi, que me incentivou a seguir para o mestrado, e Silvana Lemos, pelas constantes palavras de apoio e incentivo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Página de chamada para inscrição no projeto “Parceiro do RJ” com mapa das regiões contempladas pelo projeto	22
Figura 2 –	Foto da primeira equipe do quadro “Parceiro do RJ”	24
Figura 3 –	Os jovens participantes da segunda temporada do projeto “Parceiro do RJ”, no dia 04 de fevereiro de 2013, quando receberam a notícia de que foram selecionados e também os certificados.....	27
Figura 4 –	Imagem da tela de um computador ao acessar o site G1 mostrando as formas de participar do RJTV, em 02/06/2014, às 21h	29
Figura 5 –	Capa da publicação da revista <i>Time</i> , de 25 de dezembro de 2006	47
Figura 6 –	Proporção de domicílios particulares permanentes com posse de bens duráveis, por alguns bens selecionados – Brasil – 2004/2014	55
Figura 7 –	Percentual de domicílios com utilização da Internet, no total de domicílios particulares permanentes com utilização da Internet, segundo o tipo de equipamento utilizado para acessar a Internet – Brasil – 2013/2015	55
Figura 8 –	Imagem utilizada pelo dicionário Oxford em vídeo explicando a palavra Post-Truth.....	71
Figura 9 –	Vinheta do quadro “Parceiro do RJ”	75
Figura 10 –	Imagem de Daiene Beatriz em reportagem exibida em 18/08/2014	79
Figura 11 –	Imagem de reportagem exibida em 18/08/2014.....	81
Figura 12 –	Imagem de reportagem exibida em 18/08/2014.....	82
Figura 13 –	Imagem de reportagem exibida em 18/08/2014.....	83
Figura 14 –	Imagem de reportagem de 06/02/2013 exibida em 18/08/2014	83
Figura 15 –	Imagens de reportagem exibida em 18/08/2014	85
Figura 16 –	Última imagem de reportagem exibida em 18/08/2014.....	85
Figura 17 –	Última imagem de reportagem exibida em 19/08/2014 mostrando a família de Luiz Gustavo.....	88
Figura 18 –	Imagem de reportagem de 25/03/2013, exibida em 20/08/2014, mostrando a comemoração de Leandro Lima e dona Antônia.....	89
Figura 19 –	Imagem de reportagem de 28/05/2014, exibida em 26/08/2014, na qual Luiz Souza mostra os postes tortos na Rua Edgard Romero.....	93

Figura 20 – Imagem de reportagem de 26/08/2014, quando Davi entrevista Niltinho sentado na escada e encostado no portão ao lado de Pedro e Daiene	95
Figura 21 – Imagem de reportagem de 14/01/2014, exibida em 28/08/2014, mostrando senhora esticando a mangueira.	97
Figura 22 – Última imagem de reportagem do projeto “Parceiro do RJ” mostrando Mano Brasil andando de skate	99
Figura 23 – Registro de um roubo pelo telespectador exibido em 05/01/2016.	123
Figura 24 – Registro de viatura percorrendo uma rua na Cidade de Deus em 05/01/2016.	123

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Modelo de tabela para descrição de material audiovisual.....	36
Tabela 2 – Relação das entrevistas de despedida dos parceiros	77
Tabela 3 – Resultado das referências de locais.....	100
Tabela 4 – Resultado da contagem de palavras relacionadas à “solução de problemas”	101
Tabela 5 – Resultado da contagem de palavras referentes ao “RJTV”	102
Tabela 6 – Comparativo entre o número de palavras relacionadas à “cidade” e às “pessoas”	103
Tabela 7 – Resultado das palavras relacionadas às pessoas.....	103

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	11
1	A VISIBILIDADE MEDIADA	40
1.1	A Era da Informação	40
1.2	A Era da Participação	49
2	OS LIMITES DA AUDIÊNCIA	61
3	A PARCERIA COM A AUDIÊNCIA	74
3.1	Reportagem de 18/08/2014	79
3.2	Reportagem de 19/08/2014	86
3.3	Reportagem de 20/08/2014	88
3.4	Reportagem de 23/08/2014	89
3.5	Reportagem de 25/08/2014	91
3.6	Reportagem de 26/08/2014	93
3.7	Reportagem de 28/08/2014	96
3.8	A visão quantificada da Urbe	100
3.9	A visão aproximada da Urbe	105
3.10	Identidade e produção de sentido	107
4	ALGUMAS LIÇÕES	113
	CONCLUSÃO	121
	REFERÊNCIAS	125
	APÊNDICE – Dados gerados pela autora e entrevistas realizadas .	133

INTRODUÇÃO

A história da mídia está intimamente ligada às formas de produção, transmissão e troca de informações. Consequentemente, influencia e ajuda a compreender diversos processos sociais e culturais contemporâneos. O jornalista e pesquisador Antônio Brasil (2005), ao falar sobre a trajetória da televisão, o *principal meio de comunicação de massa do mundo*, afirma que se trata de “um meio que, para ser plenamente compreendido, tem de ser visto desde as suas origens” (p. 30).

Inicialmente, a televisão era um sistema de envio e recebimento de sinais. Sua história começa em Londres, em 1926, quando o engenheiro escocês John Baird realiza uma demonstração pública de um sistema que reproduzia uma cena capturada diretamente do mundo real. A ideia era criar uma evolução do telefone, agora com transmissão de um ponto a outro (no limite, como, por exemplo, viríamos a fazer, atualmente, as chamadas de vídeo pelo telefone celular). Quando a televisão começa a se popularizar, com início em 1939¹, o desejo dos consumidores de informação foi manter, por hábito, o mesmo comportamento que tinham quanto ao rádio. O jornal *The New York Times* chegou a publicar que:

O problema com a televisão é que as pessoas tem que se sentar e manter os olhos presos na tela [...] profissionais da indústria do espetáculo estão convencidos, por este mesmo motivo, que a televisão nunca chegará a ser um sério competidor com o rádio (cit. em Newcomb, 1974) (*in* BRASIL, 2005, p. 30).

Por outro lado, o sociólogo americano T. Hutchinson, em 1946, tem uma visão otimista: para ele, *a televisão seria uma janela para o mundo*. No fim dos anos 1950, a televisão já era o meio de comunicação dominante em vários países, inclusive no Brasil. Atualmente, ela é um veículo de grande influência social e muito poder de informação (BRASIL, 2005, p. 31-32).

Sergio Mattos, autor da obra *História da Televisão Brasileira* (2002), citado por Antônio Brasil (2005), divide a história da televisão no Brasil em seis fases: 1) Fase Elitista (1950-1964), quando só a elite tinha acesso; 2) Fase Populista (1964-1975), quando se transforma em um símbolo de modernidade, e a programação incluía um grande número de programas de auditório; 3) Fase do Desenvolvimento Tecnológico

¹ Ano em que as transmissões televisivas começaram nos Estados Unidos.

(1975-1985), quando as redes de TV se aperfeiçoaram e passaram a produzir mais programas próprios; 4) Fase da Transição e Expansão Internacional (1985-1990), quando a exportação de programas aumentou; 5) Fase de Globalização e TV paga (1990-2000), quando o país busca modernidade e a televisão se adapta; e 6) Fase de Convergência e Qualidade Digital, quando cresce a interatividade com outros veículos, como a Internet, por exemplo (p. 32-33).

Segundo o jornalista Walter Sampaio (1971), duas décadas após o nascimento do telejornalismo no Brasil (1950), a estrutura redacional da notícia de televisão ainda obedecia às técnicas do rádio. Entretanto, a imagem em movimento vinha transformando esse modo de fazer telejornalismo, com a possibilidade de mostrar fatos por meio de transmissões em estúdio ou externas, com detalhes de apresentador, cenário, ângulos e edições (p. 72-75). *“No telejornalismo prevalece o poder da imagem visual e seu desencadeamento exige outro tipo de linguagem”* (SAMPAIO, 1971, p. 71). Atualmente, após o surgimento da Internet e sua posterior integração com outras mídias, *“o ciclo de realimentação de vídeos entre a televisão e a internet na construção de notícias corresponde a uma das características mais inovadoras dos acontecimentos midiáticos”* (BECKER, 2014, p. 16). Ainda sob o ponto de vista da jornalista, professora e pesquisadora Beatriz Becker, *“a maior parte dos relatos jornalísticos disponibilizada na televisão e na internet ainda mantém a estrutura narrativa dos noticiários, mas sofre influências de ambos os meios, nomeados como práticas de jornalismo audiovisual”* (BECKER, 2009).

O advento da Internet mudou paradigmas. Na concepção dos jornalistas Heródoto Barbeiro e Paulo Lima (2012), *a web deu um impulso à liberdade de expressão como não se via desde a época de Gutemberg, no século XV* (p. 35). Pela rede, todos se transformam em potenciais produtores e divulgadores de conteúdos de diversos tipos. Num período de exaltação da postura do cidadão que elabora conteúdos para veiculação, nos parece interessante refletir sobre a compreensão das formas de representação no campo midiático que irrompem nesses discursos veiculados, sob a chancela dos veículos de comunicação já consolidados, considerando a sua participação nesse sistema de (re)produção de identidades.

Diante da aparente abertura dos veículos de comunicação de massa para a participação dos espectadores que, até então, apenas consumiam conteúdo, propiciando a “oportunidade” de atingir uma ampla audiência, torna-se relevante

examinar o posicionamento da grande mídia diante da descoberta, ou realização, de que sua localização discursiva é deslocada e, possivelmente, questionada. A investigação sobre as decisões e escolhas de um grande veículo nesse processo de “inclusão da individualidade” abre caminhos para entender os espaços ocupados e refletir sobre a tensão criada pela possibilidade de deslocamentos de poder.

Um importante teórico a olhar para a mídia em suas dinâmicas de transformação foi Marshall McLuhan, que percebe a mídia como uma série de extensões do homem, como próteses ampliando as dimensões de atuação e de sentido. Em suas palavras, é possível encontrar inspiração ao pesquisar os meios de comunicação utilizados pela humanidade. Na frase, hoje clássica, *o meio é a mensagem*, o teórico infere que “*as consequências sociais e pessoais de qualquer meio – ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos – constituem o resultado do novo estalão introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos*” (1964, p. 21).

O que McLuhan observou no tocante às mídias de seu tempo serve de parâmetro para o desenvolvimento de um olhar contemporâneo sobre o crescimento do uso da Internet e de dispositivos móveis cada vez mais conectados e integrados ao homem e seu cotidiano. Conforme a pesquisa *Measuring the Information Society Report*² da International Telecommunication Union, até o fim de 2016, quase metade da população mundial usaria a Internet. *This compares to less than two per cent two decades ago, when people connected to the Internet using a modem that would take time to dial-in via a telephone line*³ (p. 181).

Over the past decade, the Internet has spread rapidly and, by the end of 2016, 3.5 billion people – or close to 50 per cent of the world’s population – are using the Internet, driven by the expansion of mobile networks and falling prices. An increasingly ubiquitous, open, fast and content-rich Internet has changed the way many people live, communicate, and do business, delivering great benefits for people, governments, organizations and the private sector⁴ (p. 209).

² Disponível em: <<http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2016.aspx>>. Acesso em: 21 jan. 2017.

³ Tradução livre da autora: “Isso se compara a menos de dois por cento há duas décadas, quando as pessoas se conectavam à Internet usando um modem que levaria tempo para conseguir conexão através de uma linha telefônica”.

⁴ Na última década, a Internet se espalhou rapidamente e, segundo projeções, até o final de 2016, 3,5 bilhões de pessoas – ou cerca de 50% da população mundial – estariam usando a Internet, impulsionada pela expansão das redes móveis e pela queda dos preços. Uma Internet cada vez mais onipresente, aberta, rápida e rica em conteúdo mudou a forma como muitas pessoas vivem, se

Na visão do sociólogo e professor John B. Thompson, *com o desenvolvimento dos meios de comunicação, a interação se dissocia do ambiente físico (...) permitindo que (...) indivíduos dirijam suas ações para outros, dispersos no espaço e no tempo* (2005, p. 77-78). Assim, a mensagem pode ser resignificada e recodificada de acordo com a forma como é transmitida, enviada ou recebida, interferindo no modo como se percebe e entende o conteúdo. O constante estudo do processo de mediação midiática é importante para compreender a sua influência social por meio do alcance, da construção dos significados, do fluxo das informações, do poder de persuasão e de encantamento, da influência da tecnologia, das políticas de inclusão e exclusão e das definições dos atores. E, ao buscar essa compreensão, é importante análise das vozes desses atores, dos locais de fala e dos poderes de escutar e de, ao falar, ser ouvido.

Como ponto de partida, por meio da exploração teórica, busca-se aprofundar conhecimentos e compreender melhor os meios e a participação da audiência no atual contexto. No livro intitulado *Por que estudar a mídia?*, o professor inglês Roger Silverstone escreve que *a mídia agora é parte da textura geral da experiência*. No ocidente, faz parte do cotidiano, atinge a dimensão cultural e social, política e econômica da atualidade. Está constantemente presente e é complexa. Estudar mudanças no atual conjunto de circunstâncias midiáticas é uma das variáveis para se entender e partilhar significados e construções de sentido no mundo contemporâneo (2005, p. 13-14).

A atual integração entre as mídias e a Internet traz mudanças de hábitos que influenciam os costumes das jovens gerações. Consoante Silverstone, *a experiência, tanto a mediada quanto a da mídia, surge na interface do corpo e da psique. Ela se exprime no social e nos discursos, na fala e nas histórias da vida cotidiana em que o social está sendo constantemente reproduzido* (2005, p. 30). Ainda, no entender do autor, a representação do social pode ocorrer pela expressão de comunidade via mídia de algumas formas, por exemplo: quando se pode detectar a criação de uma comunidade imaginária compartilhada; pela refração em sentido de estranhamento, em que ao negar valores dominantes os mesmos são reafirmados, e pela crítica; e quando se contrapõe às estruturas políticas e éticas que sustentam as comunidades (p. 189-193).

Este trabalho tem por objetivo desenvolver um olhar crítico sobre o processo de territorialização simbólica do cidadão como repórter e a (des)construção dessa representação nos veículos de comunicação de massa. As mudanças de comportamento dos sujeitos, que ganharam eco com a performance em rede, e as tecnologias de informação e comunicação impactam nas atuais configurações do *modus operandi* telejornalístico.

O recorte que norteia essa pesquisa discute o lugar ocupado pela imprensa com relação aos interesses dos cidadãos e, em especial, privilegia o impacto das Tecnologias da Informação e Comunicação e do acesso à Internet no comportamento dos emissores e, principalmente, do público. Procura-se iluminar a participação do cidadão-repórter pela sua crescente possibilidade de expansão devido à maior facilidade de registro e envio de informações e notícias e, de outro modo, por representar os aspectos de observação, registro e divulgação por parte dos que consomem notícias. Sob a ótica da pesquisadora Sheila Borges, *o cidadão-repórter é o ator social que interage com a grande imprensa, opinando ou sugerindo assuntos que deseja ver nas edições jornalísticas. Nesse caso, são coprodutores da notícia* (2013, p. 18).

O RJTV e a comunidade

Foi escolhido como objeto de estudo o quadro “Parceiro do RJ”, desenvolvido e transmitido pelo telejornal local RJTV, exibido pela TV Globo, Rio de Janeiro, criado em 03/01/1983, numa época em que a emissora optou por *dar voz ao telejornalismo local* [...] “*O objetivo era conferir maior identidade ao noticiário regional, até então incorporado aos telejornais Hoje, Jornal Nacional e Jornal da Globo*”⁵. De acordo com os pesquisadores Antônio Brasil e Samira Frazão (2013), durante a ditadura militar, houve a popularização dos telejornais e transmissão em rede com o propósito de integração nacional por meio da televisão,

⁵ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/rjtv/rjtv-primeiros-anos.htm>>. Acesso em: 10 dez. 2015.

segundo 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. 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 os locais seriam os produzidos “na mesma área de emissão do canal” (COUTINHO, 2008, p. 101) *in* (FRAZÃO; BRASIL, 2013, p. 116).

Com o *Jornal Nacional*, a Rede Globo estreou a comunicação em rede nacional no país e influenciou as demais emissoras no seu modo de fazer telejornalismo, com a agilidade da notícia curta e a inserção da fala dos entrevistados. A emissora

também tem sido uma das pioneiras em se aventurar pela busca de uma nova linguagem, uma nova forma de dar as notícias envolvendo e conclamando o telespectador. É possível observar nos telejornais da emissora, inclusive no JN, a aposta no jornalismo mais coloquial, informal, produzido quase que em parceria com o público (que envia imagens, sugestões de pautas etc.) e com grande ênfase na prestação de serviços às comunidades. À frente das “mudanças”, estaria o RJTV 1ª Edição, servindo, inclusive, de base e modelo para as afiliadas da emissora da família Marinho (MAIA, 2011, p. 9).

No começo, em 1983, o RJTV tratava de assuntos locais relacionados à política, economia, esporte, problemas de trânsito e meteorologia. Inicialmente, havia apenas uma edição do RJTV; seis meses depois, o telejornal passou a ser exibido em duas edições, às 12h40 e às 19h45, respectivamente. Em abril de 2000, os repórteres Ana Paula Araújo e Márcio Gomes apresentaram, juntos, uma edição ao vivo do RJTV 1ª Edição, *na Praia de Ramos, que consolidaria a transformação para o perfil de jornalismo comunitário realizado pelo telejornal*⁶.

As mudanças no RJTV 1ª Edição fortaleceram o debate entre os moradores e os órgãos públicos em prol da comunidade. O telejornal passou a investir em campanhas e discussões, cobrando soluções para a melhoria das condições de vida na cidade. [...] Após um ano de novo formato, o RJTV 1ª Edição se firmava como um porta-voz da população do Rio de Janeiro,

⁶ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/rjtv/jornal-comunitario.htm>>. Acesso em: 10 dez. 2015.

direcionado para o fortalecimento da cidadania dos moradores do estado. Em 2001, boa parte da pauta do telejornal já começava a nascer da interação com os telespectadores, por meio de telefonemas, da Internet e do contato nas ruas com as equipes de reportagem.

Em 2005, a Editoria Rio implantou uma base de jornalismo com 10 profissionais na Baixada Fluminense, produzindo notícias que passaram a ocupar espaço no telejornal, e *durante dois dias o telejornal exibiu uma reportagem especial de Vandrey Pereira sobre a história da Baixada Fluminense*⁷. Em 2010, já sob a direção regional de Erick Bretas, o RJTV 1ª Edição adotou *uma linguagem ainda mais informal, com a participação de comentaristas no estúdio*⁸, e, em 15 de agosto de 2007, o quadro RJ Móvel estreou como mais um meio de aproximação com a população local. Com o RJ Móvel, a equipe de reportagem *dispunha de um automóvel com equipamento de edição e transmissão ao vivo, que visitaria bairros e municípios diversos da região metropolitana do Rio de Janeiro para realizar matérias de denúncia dos problemas locais*⁹.

O RJTV 1ª Edição vem trazendo quadros e colunas que buscam aprofundar a interação com a população da região:

- Em 2001, com a criação da “Urna do RJ”, que consistia em urnas instaladas em diferentes locais do Rio de Janeiro, foram realizadas pesquisas, como a do quadro “O Bairro que Eu Quero”. Assim, os habitantes da cidade passariam a escolher os melhores e os piores serviços dos seus bairros, e, depois do período de votação, foi divulgado que os relatórios seguiriam para os governos municipal e estadual.
- Em 2002, a urna foi utilizada para a escolha de “A Maravilha do Rio”, o lugar que mais representa o Rio de Janeiro, onde o Cristo Redentor foi escolhido. Em 2010, a urna foi instalada nos bairros das escolas de

⁷ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/rjtv/base-de-jornalismo-na-baixada-fluminense.htm>>. Acesso em: 10 dez. 2015.

⁸ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/rjtv/rjtv-mudancas-na-apresentacao-em-2013.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

⁹ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/-e-programas/rjtv/rjtv-rj-movel.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

samba do grupo especial e ajudou a escolher o samba-enredo mais emblemático de cada comunidade¹⁰.

- Em 2003, estrearam as colunas “Bate-Papo”¹¹, que permaneceu até 2010, e “Já é”¹², que seguiu até o verão de 2004. “Bate-Papo” tinha como proposta apresentar pessoas que desenvolvessem iniciativas em prol das respectivas comunidades; enquanto “Já é” trazia para o espaço do telejornal local entrevistas com jovens que davam suas opiniões sobre assuntos diversos, como moda, vestibular, alimentação e música.
- Em 2004, durante o carnaval, foi lançado o concurso “Pé do Futuro”¹³, com o intuito de escolher a melhor bateria mirim das escolas de samba do Rio de Janeiro. Nesse mesmo ano, estreou o “Rio Rural”¹⁴, que, até 2006, foi exibido aos sábados com reportagens sobre iniciativas bem-sucedidas de pequenos produtores rurais no estado. Ainda em 2004, o quadro “O Eleitor Quer Saber”¹⁵, cuja pauta tratava das eleições municipais, o telejornal escolhia temas, como saúde, educação e transportes, e levava o assunto aos cidadãos das ruas para que *expusessem seus questionamentos para os candidatos à Prefeitura*. O quadro foi retomado em 2006 e, em 2008, transformou-se numa série de reportagens na qual uma repórter *exibia determinados problemas em regiões pobres da cidade, perguntando aos candidatos à prefeitura sobre suas propostas para resolver as questões*.

¹⁰ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/rjtv/os-telespectadores-votam.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

¹¹ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/rjtv/bate-papo-e-ja-e.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

¹² Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/rjtv/rjtv-ja-e.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

¹³ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/rjtv/rjtv-o-pe-do-futuro.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

¹⁴ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/rjtv/rjtv-rio-rural-e-rio-legal.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

¹⁵ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/rjtv/aspectos-do-rio.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

- Em 2005, foi criada a coluna “Diversão e Arte”¹⁶, com a iniciativa de expor um pouco da cena cultural do Rio de Janeiro. No mesmo ano foi criado o quadro “Disque-Reportagem”¹⁷, que *permitia que o telespectador ligasse para a redação pedindo matérias sobre problemas de seu bairro. [...] O telespectador, cuja matéria fosse a escolhida, tornava-se personagem da história.*¹⁸ Com base no site *Memória Globo*, nos seis primeiros meses de exibição, o quadro obteve 114 mil ligações com sugestões de pauta.
- No dia 24 de março de 2011, o RJTV 1ª Edição trouxe ao ar o quadro “Parceiro do RJ”¹⁹, sob a coordenação do jornalista Erick Bretas, onde 16 jovens moradores de oito municípios e regiões administrativas do Rio de Janeiro, escolhidos minuciosamente pela produção do jornal, participariam contando, *com a sua própria linguagem, histórias de suas comunidades*²⁰. Eram jovens que representavam os moradores de: 1) Copacabana, que inclui Copacabana e Leme; 2) Tijuca, que inclui Tijuca, Alto da Boa Vista e Praça da Bandeira; 3) Campo Grande, que inclui Campo Grande, Cosmos, Inhoaíba, Santíssimo e Senador Augusto Vasconcelos; 4) Cidade de Deus; 5) Complexo do Alemão; 6) Duque de Caxias; 7) Nova Iguaçu e 8) São Gonçalo²¹. Em 2012, uma dupla da comunidade da Rocinha foi incluída no quadro, e, em agosto do mesmo ano, a primeira turma se despediu do telejornal. Em novembro, foram abertas inscrições para uma nova turma, com moradores de outras regiões: Maracanã, Madureira, Niterói, Santa Cruz, São João de Meriti e

¹⁶ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/rjtv/prestacao-de-servico-e-dialogo-com-o-publico.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

¹⁷ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/rjtv/rjtv-disque-reportagem.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

¹⁸ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/rjtv/rjtv-disque-reportagem.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

¹⁹ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/rjtv/parceiro-do-rj.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

²⁰ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/rjtv/parceiro-do-rj.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

²¹ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/01/inscreva-se-para-ser-parceiro-do-rj.html>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

Belford Roxo. *As duplas trabalharam até agosto de 2014, quando se despediram do telejornal*²². Nesse quadro, a jornalista e coordenadora do programa de treinamento, Vera Íris Paternostro, *ficou responsável por treinar os Parceiros para que conseguissem trabalhar com tranquilidade diante das câmeras*²³.

- Em 2014, o quadro “Me Dá um Help Ai?”²⁴, promovido no período da Copa do Mundo do Brasil, ficou no ar por um mês, entre os dias 14 de junho e 15 de julho de 2014. Nesse quadro, o carnavalesco Milton Cunha ajudava os estrangeiros *a serem mais cariocas, principalmente na arte da conquista*.
- Em 2015, Milton Cunha apresentou quatro reportagens que antecipavam o carnaval. Nessas reportagens, o carnavalesco visitava quadras de escolas do Grupo Especial *para explorar os jargões, curiosidades e fofocas do mundo do samba*. No mesmo ano, em 23 de março, foi inaugurado o “Centro de Comando de mensagens do RJTV” e o “Bom Dia Rio” para receber mensagens via aplicativos *WhatsApp* ou *Viber* da Globo. No dia 28 de maio do mesmo ano, o Centro de Comando alcançou o número de um milhão de mensagens recebidas.

O RJTV 1ª Edição, apresentado de segunda a sábado, às 12h, se destaca por ser direcionado à comunidade e por dar uma maior ênfase às notícias da Região Metropolitana do Rio de Janeiro (com destaque para a cidade do Rio de Janeiro, Niterói, São Gonçalo e Baixada Fluminense), trazendo questões comunitárias e prestação de serviços à população²⁵. Na prática, a TV Globo abriu espaço para a participação do cidadão no telejornal local, buscando, com essa estratégia, criar mais vínculos e legitimação junto à população da Grande Rio. Entretanto, percebe-se que a emissora influencia no discurso do cidadão, que atua como fonte para própria emissora. Modificações em suas representações sociais acontecem e os

²² Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/rjtv/parceiro-do-rj.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

²³ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/rjtv/parceiro-do-rj.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

²⁴ Fonte: *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/rjtv/rjtv-me-da-um-help-ai.htm>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

²⁵ Fonte: Rede Globo. Disponível em: <<http://negocios8.redeglobo.com.br/Programas/Paginas/rjtv1edicao.aspx>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

possíveis deslocamentos de poder de fala ocorrem, considerando a busca do cidadão por ampla visibilidade dos seus conflitos cotidianos e maior representação social.

À luz desse quadro, nos parece interessante (e urgente) analisar como os aspectos que transformam a comunicação contemporânea global agem também na construção do discurso do telejornalismo local. As professoras e pesquisadoras Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Claudia Peixoto de Moura comentam esse modo de ver:

O olhar de perto permite ver não apenas a árvore, mas os galhos, as folhas, os veios das folhas, numa dimensão microscópica. O olhar de longe descortina a árvore, num ambiente mais amplo, fazendo parte do mesmo cenário outras árvores, construindo a densa mata verde indiferenciada, mas ao mesmo tempo capaz de ser identificada como uma floresta (2016, p. 206).

Desse modo, o RJTV possui duas características que interessa discutir nesta pesquisa: a abertura de espaço para a participação do telespectador na sugestão, informação e produção de notícias e se tornar protagonista na narrativa a ser veiculada por uma grande emissora de telecomunicação, a Rede Globo de Televisão.

O quadro Parceiro do RJ

No dia 10 de janeiro de 2011, foi lançado o processo seletivo para o quadro “Parceiro do RJ”, que trazia a proposta de levar um novo olhar para o telejornal por meio da participação dos espectadores. A oportunidade para o programa surgiu com a instalação das UPPs e a possibilidade de a emissora estabelecer um maior vínculo com populações moradoras de regiões, até então, exploradas de forma estereotipada ou com poucos espaços nos veículos tradicionais de comunicação massiva. Assim, o projeto “Parceiro do RJ” trouxe, usando as palavras do teórico de cinema norte-americano Robert Stam, “(...) o direito de autorrepresentação. *Eu existo e vocês só me entenderão se dialogarem comigo*” (STAM, 2010, p. 37).

Figura 1 – Página de chamada para inscrição no projeto “Parceiro do RJ” com mapa das regiões contempladas pelo projeto



A partir da segunda metade dos anos 1990 quando a Internet foi aberta ao uso comercial no Brasil, a crescente mudança na forma de se comunicar propiciou, gradativamente, a comunicação do cidadão em rede. Deste modo, tornou-se necessária a inclusão da participação da audiência nos programas televisivos. Programas regionais, como o RJTV, se transformaram em boas oportunidades para o estabelecimento dessa parceria com a audiência local.

Já em 2011, as inscrições para participar do projeto “Parceiro do RJ” que seguiriam pela Internet, através do site www.g1.com.br/rj, até o dia 16 de janeiro, tinham como objetivo selecionar 16 jovens moradores de oito regiões do Rio de Janeiro, dois jovens por área. Os selecionados deveriam trabalhar em dupla: um filma enquanto o outro entrevista. A proposta é conhecer os lugares pelo ponto de vista do morador, que produziria conteúdo para o telejornal com um olhar diferenciado do “estrangeiro”. A inspiração para o projeto da emissora, que buscava esse outro olhar, surgiu com o exemplo do jovem Renê Silva dos Santos, criador do site “Voz da Comunidade”, no qual fala sobre a situação do Complexo do Alemão,

onde nasceu. Sem muitos recursos, o jovem de 17 anos já registrou em seu *site* milhares de acessos²⁶.

Para participar da seleção do RJ, um jovem precisaria, apenas, ter mais de 18 anos de idade, ensino médio completo, cursar uma universidade e morar em uma das oito áreas que faziam parte do projeto:

- Área 1: Região Administrativa de Copacabana. Inclui Copacabana e Leme.
- Área 2: Região Administrativa da Tijuca. Inclui Tijuca, Alto da Boa Vista e Praça da Bandeira.
- Área 3: Região Administrativa de Campo Grande. Inclui Campo Grande, Cosmos, Inhoaíba, Santíssimo e Senador Augusto Vasconcelos.
- Área 4. Região Administrativa da Cidade de Deus.
- Área 5. Região Administrativa do Complexo do Alemão.
- Área 6. Município de Duque de Caxias.
- Área 7. Município de Nova Iguaçu.
- Área 8. Município de São Gonçalo.

Como critérios de escolha, estavam características como curiosidade, conhecimento sobre a região e o gosto por contar histórias. Na primeira etapa, foram analisados currículos e fichas de inscrição. Na segunda, os jovens fizeram provas de Português, conhecimentos gerais, raciocínio lógico e redação. Na última, os finalistas produziram vídeos de acordo com as orientações da equipe de seleção.

Ao ser escolhido, os jovens “parceiros” teriam um contrato temporário com a emissora até dezembro de 2011, para trabalhar quatro horas por dia, de segunda a sexta-feira, por uma remuneração mensal de R\$ 1.120,00 e outros benefícios. Após a seleção, cada dupla receberia uma câmera de vídeo para contar histórias sobre sua região. O acompanhamento da edição também fazia parte do trabalho. Os “parceiros” estariam sob a supervisão de jornalistas da TV Globo. Além disso, nos dois primeiros meses, os jovens frequentariam oficinas e palestras, já que para participar não seria necessária qualquer experiência prévia²⁷.

²⁶ Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/01/jovens-se-inscrevem-em-projeto-do-rjtv-para-contar-suas-realidades.html>>. Acesso em: 2 jun. 2014.

²⁷ Fonte: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/11/faca-sua-inscricao-para-segunda-edicao-do-parceiro-do-rj.html>>. Acesso em: 2 jun. 2014.

Figura 2 – Foto da primeira equipe do quadro “Parceiro do RJ”



Fonte: Facebook/parceirodorj em 28/06/2011.

Para o RJTV, os “parceiros do RJ” viriam para *reforçar a ligação de bairros e comunidades com o telejornal, enriquecendo a cobertura jornalística no Rio e em sua Região Metropolitana*²⁸. No final de 2011, o projeto “Parceiro do RJ” foi prorrogado por mais um semestre e recebeu mais uma dupla, que ficaria responsável pela cobertura da área da Rocinha²⁹. Em entrevista para o jornal *Extra*, publicada em 15/12/2011, uma das chamadas “parceiras³⁰”, Mariane Del Rei, estava feliz com a popularidade; Gisela Pereira, coordenadora do projeto, disse perceber o aprendizado e a evolução dos jovens; e o então diretor regional de jornalismo, Erick Bretas, avaliou a participação do grupo como excelente, principalmente em relação às conquistas para as comunidades, como, por exemplo, a dupla do Complexo do Alemão, que, por meio de denúncias na reportagem, conseguiram o *pagamento do aluguel social para os moradores*³¹.

²⁸ Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/01/novo-quadro-do-rjtv-tera-16-jovens-contando-realidade-de-onde-moram.html>>. Acesso em: 2 jun. 2014.

²⁹ Fonte: <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/o-projeto-parceiros-do-rj-ganha-mais-um-semester-no-ar-alem-do-reforco-de-dois-representantes-da-rocinha-3448920.html#ixzz4Xxe4dp4u>>. Acesso em: 2 jun. 2014.

³⁰ A autora vai se referir aos jovens do projeto “Parceiro do RJ” como “parceiros” ou “parceiros do RJ”, como fazem os apresentadores do RJTV e, por entender que o uso desse termo é uma “convocação” da parceria das comunidades representadas por eles com a emissora.

³¹ Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/01/novo-quadro-do-rjtv-tera-16-jovens-contando-realidade-de-onde-moram.html>>. Acesso em: 2 jun. 2014.

A pesquisadora Lilian Saback entrevistou, para sua tese de Doutorado³², alguns jovens participantes do projeto “Parceiro do RJ” da primeira temporada, indicando como foram os primeiros passos do projeto. Segundo Cecília Felix, em entrevista concedida à Saback, em 15 de janeiro de 2013,

a Rocinha não era muito acostumada a assistir à Rede Globo. Esse horário não. Assistia ao Wagner Montes porque era um jornalismo mais comunitário e era o que a gente precisava. O projeto só passou a ter reconhecimento, aqui dentro, depois de mim e do Marcos. Como a gente conhece todo mundo, eu falava “dá uma chance, o projeto é bacana”. Ninguém queria falar com a gente, ninguém queria dar depoimento (SABACK, 2015, p. 09).

Já o “repórter-parceiro” Leandro Lima, fotógrafo e estudante de jornalismo,

(...) apostava na liberdade de pauta. “Como eles já falaram, a redação está lá para ouvir a gente. Eu adorei quando eles falaram isso. Eles vão influenciar sim, mas só nas questões técnicas. Nós vamos influenciar no que vamos apresentar a eles”, comemorava o estudante de jornalismo, que tinha na época milhões de pautas importantes na cabeça (Ibid. p. 11).

A primeira série do “Parceiro do RJ” terminou com uma sequência de reportagens do repórter Vandrey Pereira comentando sobre os próprios “parceiros”, nas quais os jovens falaram da experiência no projeto, reforçando o vínculo com a região onde moram. Cabe lembrar que, em setembro de 2011, *estreou no SPTV 1ª Edição o “Parceiro do SPTV”, do qual participaram 14 jovens de sete regiões da Grande São Paulo*³³.

No dia 5 de novembro de 2012, foi aberto o processo seletivo para a segunda edição do quadro “Parceiro do RJ”, nos mesmos moldes do projeto da primeira temporada, mas com mudanças em relação às regiões de atuação dos “parceiros”, e o período de treinamento seria reduzido de 2 meses para 20 dias³⁴. Nessa nova edição, os jovens aprendizes assistiriam a palestras ministradas por profissionais da Rede Globo, conheceriam os princípios do telejornalismo e receberiam orientações

³² Com o título “Parceiro do RJ/TV Globo: comunidade e narrativas inclusivas pelo audiovisual”, sua pesquisa discute os três pilares que sustentam as reportagens produzidas por moradores de comunidades do Rio de Janeiro para o quadro Parceiro do RJ, veiculado no telejornal RJTV 1ª Edição, da TV Globo, como uma narrativa comunitária que mexe com o padrão Globo de jornalismo.

³³ Relatório de Ações Sociais 2011 – TV Globo, p. 15. Disponível em: <http://estatico.redeglobo.globo.com/2012/05/23/Rede_Globo_Balanco_Social_2011.PDF>. Acesso em: 2 jun. 2014.

³⁴ Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/11/faca-sua-inscricao-para-segunda-edicao-do-parceiro-do-rj.html>>. Acesso em: 2 jun. 2014.

sobre o manuseio do equipamento, enquadramento e procedimentos para o trabalho nas ruas, além de aprenderem como funciona na prática o trabalho em uma redação³⁵. As inscrições seguiram até o dia 15 de novembro de 2012 e, após o processo seletivo, foram selecionados jovens das regiões:

- Complexo do Alemão;
- Duque de Caxias;
- Madureira (Madureira, Campinho, Quintino Bocaiúva, Cavalcanti, Engenheiro Leal, Cascadura, Madureira, Vaz Lobo, Turiaçu, Rocha Miranda, Honório Gurgel, Oswaldo Cruz, Bento Ribeiro e Marechal Hermes);
- Maracanã (Maracanã, Vila Isabel, Andaraí, Grajaú, São Cristóvão, Mangureira, Benfica e Vasco da Gama);
- Niterói;
- Rocinha (Rocinha, Vidigal e Chácara do Céu);
- Santa Cruz (Santa Cruz, Paciência e Sepetiba);
- São João de Meriti e Belford Roxo.

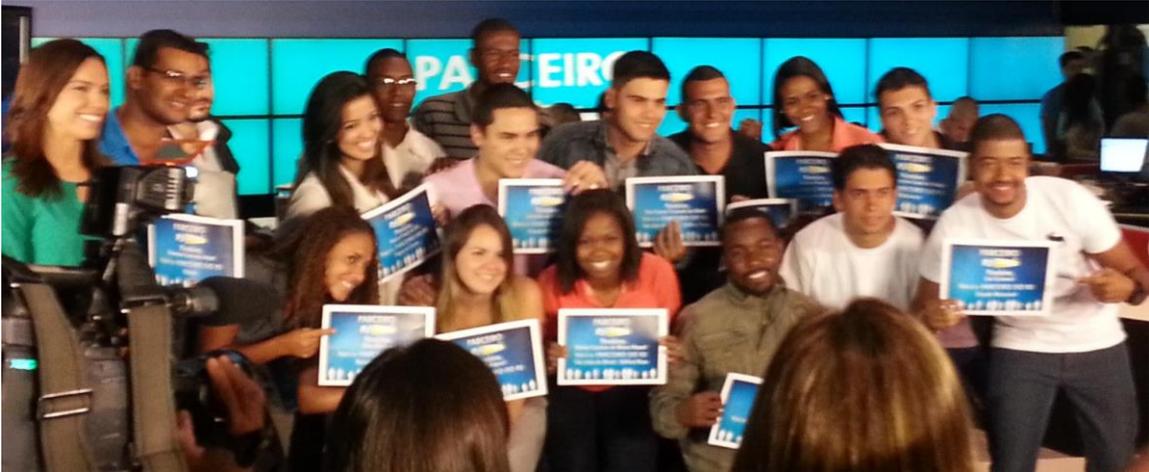
A segunda temporada foi exibida entre os dias de 25/03/2013 e 28/08/2014, contabilizando cerca de 270 reportagens mostradas. Os novos parceiros foram apresentados ao público no dia 04 de fevereiro de 2013³⁶. A apresentadora do RJTV informa que foram mais de três mil inscritos³⁷ concorrendo a 16 vagas. No programa de apresentação, os jovens ainda não sabiam que haviam sido escolhidos e receberam a informação “ao vivo” durante o telejornal, que contou, também, com a entrega de certificados aos participantes.

³⁵ Fonte: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/videos/t/todos-os-videos/v/conheca-os-novos-parceiros-do-rj/2385263/>>. Acesso em: 2 jun. 2014.

³⁶ Vídeo disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/videos/t/todos-os-videos/v/conheca-os-novos-parceiros-do-rj/2385263/>>.

³⁷ Fonte: <<http://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/na-segunda-edicao-parceiro-do-rj-do-rjtv-retrata-areas-do-estado-por-meio-de-seus-moradores-7715239>>.

Figura 3 – Os jovens participantes da segunda temporada do projeto “Parceiro do RJ”, no dia 04 de fevereiro de 2013, quando receberam a notícia de que foram selecionados e também os certificados



Ainda no estúdio, os jovens selecionados falaram sobre suas expectativas diante da possibilidade de representar e exibir para o público aspectos característicos de suas regiões. Para Leonardo, da região do Maracanã, é importante ser “a voz” da sua comunidade; e para Michael, do Complexo do Alemão, é relevante resgatar a memória “do Alemão” por meio das pessoas de mais idade que têm histórias para contar. Ser “a voz” da sua comunidade é um discurso recorrente entre os parceiros que buscam visibilidade para questões sociais das suas regiões.

Além das matérias retratando questões cotidianas relacionadas aos serviços públicos, infraestrutura urbana e cultura, os jovens parceiros tiveram a oportunidade e produziram uma série de reportagens denominada “Papo de Favela” exibida no último mês da segunda temporada, agosto de 2014. Na série, eles procuraram, de forma didática, fazer a distinção entre favela e comunidade e demonstrar aspectos da cultura dos moradores com referência aos hábitos, como moda e brincadeiras infantis locais. Os parceiros trazem para a tela o que consideram diferenças culturais que dividem a sociedade, ao mesmo tempo em que também apontam que são “coisas de favela”, não de asfalto (persistindo, assim, numa exposição binária que as reportagens deveriam, justamente, contestar). Todavia, esse paradigma é utilizado na edição do programa, que expõe leveza ao discutir o tema, muito distante de abordagens que caracterizam os espaços de luta social legitimada. Ao representar o ambiente em que vivem, os parceiros são moldados, acompanhando o pensamento do professor inglês Norman Fairclough, “*de forma inconsciente, por estruturas*

sociais, relações de poder e pela natureza da prática social em que estão envolvidos, cujos marcos delimitadores vão sempre além da produção de sentidos” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 100).

Apesar de “Papo de Favela” coroar um momento de aprendizado em que se pode observar a evolução da equipe, em busca de uma apreciação mais minuciosa, foram escolhidas para esta pesquisa as últimas reportagens da segunda fase do projeto “Parceiro do RJ”, exibidas entre 18/08/2014 e 28/08/2014, por entender que representariam, em teoria, um estágio de maturidade e de maior experiência dos participantes que poderiam apresentar suas memórias. Essas últimas sete reportagens formam outro tipo de série considerada “a despedida”, na qual as duplas são entrevistadas por outras duplas, com o objetivo de contar como foi sua experiência, relembrar as reportagens marcantes e os principais momentos vividos. O *corpus* é formado, então, por sete matérias da série desenvolvidas pelos parceiros, que envolveram regiões de atuação das equipes: Santa Cruz, Complexo do Alemão, Madureira, Niterói, Maracanã, São João de Meriti, Rocinha e Belford Roxo.

É imprescindível advertir que os critérios estabelecidos para os programas deixados de fora da programação são tão fundamentais quanto os dos programas selecionados, e essa seleção afetará toda a análise. Resultados diferentes podem aparecer se a análise for realizada com materiais de outros períodos. Cabe ao pesquisador enfrentar o imprevisto, aceitar mudanças de rumo que podem ocorrer por fatores diversos e alheios à sua vontade. Houve uma série de reportagens denominada “Papo de Favela”, exibida em agosto de 2014, que demonstra a conquista da maturidade dos jovens aprendizes, e outras reportagens anteriores sobre aspectos sociais, culturais e reivindicatórios das regiões nas quais os parceiros vivem. No entanto, as reportagens anteriores ao *corpus* escolhido não envolviam os próprios parceiros como entrevistados.

Em 2014, consoante já mencionado anteriormente, o RJTV apresentava três modelos de participação do cidadão: “Fale com o RJ Móvel”, para informações gerais sobre problemas da cidade, como áreas mal utilizadas e obras inacabadas; “Você no RJ”, onde o cidadão podia enviar textos, vídeos ou fotos pelo sítio da emissora; e “Parceiro do RJ”, nesse caso, além da contribuição dos jovens escolhidos para o quadro, a população podia enviar sugestões para o endereço de e-mail: parceiros.rj@redeglobo.com.br. Dos três modelos, “Você no RJ” ganhou

relevância, em 2015, com a inauguração de um “Centro de Comando de mensagens do Bom Dia Rio e do RJTV”, que recebe informações por aplicativos. Por sua vez, o “Parceiro do RJ” teve a sua última temporada entre 2013 e 2014.

Figura 4 – Imagem da tela de um computador ao acessar o site G1 mostrando as formas de participar do RJTV, em 02/06/2014, às 21h



A busca pelas diversas percepções de cidade, por meio da participação do cidadão, poderia ampliar as formas de representação de cidade pelo telejornal. Na visão do sociólogo norte-americano Richard Sennett, as percepções da cidade são afetadas pelos aspectos que tocam os habitantes na escala do sensível, assim, “a forma dos espaços urbanos deriva de vivências corporais específicas a cada povo” (2008, p. 373), e a maneira como se usufrui do espaço urbano delimita seus desenhos futuros. Sob sua influência, busca-se observar a cidade em seus múltiplos aspectos, planos, enquadramentos, deslocamentos e representações, com a finalidade de identificar seus códigos sociais no discurso mediado. O espaço urbano é abrigado e ressignificado na tela da “janela eletrônica” ou nas multitelas que a tecnologia digital permite na contemporaneidade. “[...] Assim, a nova geografia reforça a mídia de massa. O viajante, bem como o telespectador, vivencia o mundo como uma experiência narcótica” (2008, p. 17).

Algumas questões

Considerando que o projeto dentro do RJTV tem como proposta (em princípio) redesenhar as características de independência do cidadão-repórter e, dessa forma, abrir espaço para indagações quanto à apropriação dos códigos televisivos, em jogos de representações sobre multiplicidade, cabe, nesse aspecto, questionar em que medida essa apropriação dos códigos vem a enfraquecer ou empoderar o discurso do espectador participante. Assim, criam-se questões sobre a estratégia de legitimação da emissora junto à população do Rio de Janeiro, ao oferecer visibilidade ao que seria invisível, e sobre o seu papel como catalisadora de soluções de questões sociais, tecendo uma forma de comunicação sob a ótica dos cidadãos enquanto mantém a crítica em nível epidérmico. Por meio da análise, procura-se descobrir possíveis caminhos para responder se a emissora busca através dessa programação apenas jogos entre atores sociais (Latour, 1994) ou a criação de um espaço de autorrepresentação de fato.

A pesquisa é norteada pela hipótese de que, se, por um lado, a emissora procura se manter detentora de grande força representativa na comunicação de massa, ao abrir espaço para a participação do cidadão no telejornal local, por outro lado, a autora considera que, ao participar do telejornal, os cidadãos também buscam visibilidade e maior representação social. Assim, assume-se que possíveis deslocamentos de poder podem ocorrer quando a emissora influencia no discurso do cidadão, que atua como fonte e repórter para a própria emissora. Essa influência da emissora pode ocorrer tanto na orientação e instrução de como fazer, durante os treinamentos, quanto na influência que os padrões de telejornalismo, já estabelecidos pela TV Globo, podem ter no momento em que os jovens produzem suas reportagens. Por outro lado, os cidadãos assumem conscientemente os códigos estabelecidos como forma de alcançar visibilidade e conquistar um espaço de fala.

Algumas pesquisas já foram realizadas sobre o mesmo objeto, o RJTV, (SABADINI³⁸ e MENDONÇA,³⁹ 2010⁴⁰; BECKER⁴¹, 2012⁴² e 2014⁴³; FRAZÃO⁴⁴ e

³⁸ Geisi Viana Sabadini – Estudante de Graduação no 5.º semestre do Curso de Estudos Culturais e Mídia do Instituto de Artes e Comunicação Social (IACS) da Universidade Federal Fluminense (UFF).

BRASIL⁴⁵, 2012⁴⁶; FREITAS⁴⁷, 2012⁴⁸; SABACK⁴⁹, 2014⁵⁰ e 2016⁵¹; MUSSE⁵² e THOMÉ⁵³, 2015⁵⁴), contudo, as análises dos autores não foram norteadas pelos últimos programas da série, em que os próprios parceiros são os entrevistados. No entanto, sua contribuição para essa pesquisa é altamente relevante, no sentido em

³⁹ Kleber Mendonça – Orientador do trabalho. Professor Adjunto do Curso de Estudos Culturais e Mídia do Instituto de Artes e Comunicação Social (IACS) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF).

⁴⁰ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – *Jornada de Iniciação Científica em Comunicação*, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

⁴¹ Beatriz Becker – Professora Associada do Programa de Pós-Graduação e do Departamento de Expressões e Linguagens da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGCOM/ECO-UFRJ) e bolsista de Produtividade do CNPq.

⁴² *Brazilian Journalism Research*, v. 8, n. 2, p. 45, 2012.

⁴³ *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós*, Brasília, v. 17, n. 2, maio/ago. 2014.

⁴⁴ Samira Moratti Frazão – Jornalista. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), na linha de pesquisa Processos e Produtos Jornalísticos. Aluna pesquisadora do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele).

⁴⁵ Antônio Brasil – Jornalista. Foi professor da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e atualmente leciona na Universidade Federal de Santa Catarina. Foi repórter e cinegrafista da Rede Globo, entre outros veículos.

⁴⁶ *Vozes & Diálogo*. Itajaí, v. 11, n. 2, p. 44-57, jul./dez. 2012.

⁴⁷ Andréa Pestana Caroli de Freitas – Mestranda em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, graduada em Relações Públicas e Jornalismo pela Faculdade Integrada de Comunicação Hélio Alonso, MBA em Marketing pela COPPEAD/UFRJ.

⁴⁸ Trabalho apresentado no Grupo do IX Seminário de alunos de Pós-Graduação da PUC-Rio.

⁴⁹ Lilian Saback – Pesquisadora do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária da UFRJ (LECC). Professora do Departamento de Comunicação Social PUC-Rio. Coordenadora do Núcleo de Assessoria em Comunicação, Rádio e Internet do Projeto Comunicar/PUC-Rio.

⁵⁰ Disponível em: <<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT8-Lilian-Saback.pdf>>.

⁵¹ *Brazilian Journalism Research*, v. 12, n. 2, 2016.

⁵² Christina Ferraz Musse – Professora associada do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Líder do Grupo de Pesquisa/CNPq Comunicação, Cidade, Memória e Cultura.

⁵³ Cláudia de Albuquerque Thomé – Professora adjunta do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Membro do Grupo de Pesquisa/CNPq Comunicação, Cidade, Memória e Cultura.

⁵⁴ Trabalho apresentado no GP de Telejornalismo do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

que abrem o debate, trazem visibilidade ao tema e, durante a pesquisa, contribuem para ampliar o olhar da autora sobre os aspectos observáveis quanto ao quadro exibido pelo telejornal local. Do ponto de vista da pesquisadora Diana Rose, *nunca haverá uma análise que capte uma verdade única do texto* (2002, p. 334), e, para a pesquisadora, a voz dos parceiros torna-se importante para melhor entender essa inclusão.

Estudo realizado por Lilian Saback, sobre o telejornalismo local no Rio de Janeiro, apontou que o RJTV 1ª Edição, “*planejado para dar ênfase maior à prestação de serviços, tinha como desafio vencer o curto tempo disponível para produzir e editar o material*” (2005, p. 151). Nesse caso, em que a cobertura da região metropolitana do Rio de Janeiro também exigiria equipes cada vez maiores e mais bem preparadas, a participação do cidadão como fonte, enviando vídeos, fotos e informações, via rede, aparentemente veio enriquecer o trabalho jornalístico, preencher espaços onde equipes não conseguiriam chegar a tempo de cobrir acontecimentos locais e aproximar o cidadão da emissora. Para o jornalista, sociólogo e professor Muniz Sodré, *a TV pode criar um espaço social que constitui uma realidade* (2003, p. 99); e, sob a influência do antropólogo, sociólogo e filósofo francês Bruno Latour, percebe-se a tentativa de criar uma sensação de pertencimento real para o cidadão que participa ao sugerir e colaborar com o jornal que assiste. Assim, busca-se construir um aspecto social via grande mídia no qual o telespectador não é o agente, não há grupos, coletivos, ideologias, nem mobilizações; o participante não define a ação, que fica sob a tutela da emissora.

Essa colaboração dos espectadores sugere, por outro lado, a possibilidade de o cenário da informação passar a ser reduzido à técnica aplicada, sem questionar as consequências do conteúdo transmitido, embasada no discurso da igualdade de oportunidades para todos. No entanto, a finalidade de projetos como o “Parceiro do RJ” não é o domínio técnico, que não é suficiente para o sujeito, ele precisa ser transcendido. O deslocamento dos atores, nessa nova situação, traz, para o centro do palco, vozes periféricas e vem completar uma lacuna do código discursivo totalizante, que não pondera as diferenças.

Nessa perspectiva, podem ser notadas abordagens sobre a modulação do discurso visual ao cenário social e suas implicações como reprodução dos códigos vigentes, assim como as relações sociais por meio da linguagem entre os agentes de locução e interlocução, e a questão da polifonia no discurso do cidadão como

repórter no RJTV. E nessa abordagem do discurso, cabe refletir sobre como o enunciador, que também é receptor (e tem outros receptores no seu horizonte), faz com que os códigos estabelecidos pela emissora adquiram aspecto de naturalidade em sua representação.

O telejornal abriu espaço para a participação do telespectador na sugestão, informação e produção de notícias, no caso do “Parceiro do RJ”, mas suas atuações eram então limitadas às suas localidades, eram apresentadas em quadro específico, destacado das demais notícias. Esse posicionamento relativo a essa nova representação do cidadão, com essa outra voz já codificada, aparentemente modifica o produto televisivo e é naturalizada por ele. É importante investigar, seguindo o pensamento do teórico cultural e sociólogo jamaicano Stuart Hall, se este local de fala tende a enfraquecer o discurso do cidadão enquanto repórter quando são treinados para produzir e operar com base no código dominante (HALL, 2003, p. 400).

Com essa abordagem, abrem-se questões sobre a necessidade da emissora de manter profissionais em diversas partes da cidade, para mapear e cobrir os principais acontecimentos locais, e até que ponto os projetos de participação do cidadão na programação são, de fato, uma oportunidade de expressão popular ou uma estratégia para cobrir uma região metropolitana plural, de grande extensão, com menor investimento, ao mesmo tempo em que se busca criar vínculo com a população, que molda a cidade.

O primeiro capítulo, por meio de uma abordagem teórica, trata dos caminhos que conduzem à “visibilidade mediada”, passando pelas chamadas “era da informação” e “era da participação”. O texto é conduzido por influência de pensadores e autores contemporâneos, como: Antoun e Malini (2013), Arendt (2000), Bauman (1999), Becker (2005, 2012, 2014), Briggs e Burke (2006), Bruno (2006), Debord (1997), Habermas (1984), Latour (1994), Levy (1993), Lippman (1922), Rousseau (1996), Sennett (1988), Sibilía (2008), Thompson (2005) e Traquina (2005), dentre outros.

O segundo capítulo, por meio de abordagens teóricas, busca entender os limites da audiência nas últimas décadas. Inicia-se por uma abordagem tradicional ilustrada pelo professor e pesquisador Melvin L. DeFleur (1976), quando se começa a desenvolver um olhar de valorização do público e a importância do *feedback* nos estudos de comunicação. O texto também é conduzido por influência de outros

pesquisadores contemporâneos, tais como: Abreu (2000), Barbosa (2007), Borges (2013), Miranda (2008), Bowman e Willis (2003), Ferrari (2003), Frazão e Brasil (2013), Garfield (2012), Hall (2003), Melo (2012), Ramonet (2012), dentre outros. O teórico e pesquisador colombiano Jesús Martín-Barbero (1997), aponta que a “*cultura de massa é a primeira a possibilitar a comunicação entre os diversos estratos da sociedade*” (1997, p. 59). Seus estudos sobre a comunicação na América Latina e a atenção aos detalhes culturais invisíveis, que não são claramente detectados pelos códigos estabelecidos, somam-se aos demais autores e formam a base teórica inicial da pesquisa.

No terceiro capítulo, realiza-se a descrição, contextualização e a análise do *corpus*. Em seguida, algumas questões sobre atuação dos “parceiros” no RJTV são esclarecidas por meio da análise de algumas entrevistas concedidas à autora.

Metodologia

Após a busca por referências sobre o assunto e a construção de uma contextualização teórica com base em pesquisas bibliográficas e em sítios com conteúdo relevante para o embasamento, quando há uma análise da articulação de conceitos e circunstâncias que influenciaram os caminhos que conduziram às práticas jornalísticas contemporâneas, realiza-se a seleção e análise de conteúdo audiovisual.

Diana Rose (2002) e John B. Thompson (2005) complementam, de forma teórica, a metodologia de análise televisual que, nessa dissertação, segue os passos propostos por Beatriz Becker (2012). Rose apresenta um método compartilhado que “*tem uma aplicação mais geral, pois abrange um conjunto de conceitos e técnicas que podem servir de orientação na análise de muitas representações sociais no mundo audiovisual*” (ROSE, 2002, p. 343). Suas diferentes orientações teóricas, que passam por estudiosos como Berstein (1995), Birdwhistell (1970), Potter e Wetherell (1987), Wearing (1993), dentre outros citados em suas referências bibliográficas (2002, p. 363), levaram-na a escolhas em relação à seleção e transcrição do *corpus* em sua investigação sobre representações da loucura na televisão, que inspiram o processo de seleção e transcrição do *corpus* desta pesquisa. Rose, ao analisar

modelos anteriores ao dela, infere que, no campo da transcrição de representações de conteúdo midiático, o processo é complexo e há um “*amalgama complexo de texto, escrito ou falado, e imagens visuais, e as várias técnicas para modular e sequenciar a fala, as fotografias e a localização de ambas*” (2002, p. 345).

Após a contextualização, começa-se a seleção das reportagens desenvolvidas pelos “parceiros do RJ”, de 2014, que serviram de base para essa pesquisa. Depois de assistir a todas as reportagens da segunda temporada do projeto “Parceiro do RJ”, foram escolhidas as últimas, por entender que representam um momento de maturidade do projeto e de maior experiência dos participantes. Segundo Rose,

todo passo, no processo de análise de materiais audiovisuais, envolve transladar. E cada traslado implica decisões e escolhas. Existirão sempre alternativas viáveis às escolhas concretas feitas, e o que é deixado fora é tão importante quanto o que está presente. A escolha, dentro de um campo múltiplo, é especialmente importante quando se analisa um meio complexo aonde a translação iria, normalmente, tomar a forma de simplificação. Nunca haverá uma análise que capte uma verdade única do texto. Por exemplo, ao transcrever o material televisivo, devemos tomar decisões sobre como descrever os visuais, se vamos incluir pausas e hesitações na fala, e como descrever os efeitos especiais, tais como música ou mudanças na iluminação (ROSE, 2002, p. 343-344).

Além da seleção das reportagens, torna-se imprescindível que o *corpus* possa ser revisitado no período da análise. A coleta do material inicia-se com o levantamento das reportagens desenvolvidas pelos “parceiros do RJ”, em 2014. No caso, como não foi possível baixar os vídeos do telejornal da Internet, foi realizada uma filmagem da tela do computador quando exibiam os quadros “Parceiro do RJ”, referente a esse período. A filmagem foi feita de forma não profissional para registro de amostras e manutenção do material de análise, caso a emissora resolvesse retirar de seu portal na Internet “globo.com” o acesso aos programas.

Com as reportagens selecionadas e gravadas, inicia-se a transcrição dos diálogos e das imagens, a fim de gerar dados para análise, que, nesse caso, está fortemente baseada nas falas que conduzem as imagens. À transcrição direta das falas e das imagens, segue-se uma tabulação com dados de cada reportagem, incluindo título, data, tempo de exibição e jornalista responsável no topo de cada tabela, que é dividida de forma lateral em vídeo (imagens) e áudio (sons e falas). Observa-se que são construídas sete tabelas, uma para cada reportagem, que compõe o *corpus*, como o exemplo abaixo:

Tabela 1 – Modelo de tabela para descrição de material audiovisual

<p>1 - Título no G1: David Fernandes e Denise Cassiane se despedem do Parceiro do RJ Exibido em 18/08/2014 (Q3;42) Jornalista responsável: Mônica Bernardes⁴ Link: http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/david-fernandes-e-denise-cassiane-se-despedem-do-parceiro-do-rj/3570941/ Mariana Gross: – E está terminando a segunda temporada do projeto “Parceiro do RJ”, tá chegando ao fim. E hoje, a <u>Daiene</u> Beatriz, que é a nossa parceira no Alemão, foi <u>ouvir</u>, na Baixada, o Davi Fernandes, que mora em São João de Meriti, e a Denise Cassiane, que mora em Belford Roxo. Vamos ver.</p>	
Vídeo	Áudio
Trem passa	Som de trem
Câmera mostra o trilho em perspectiva e <u>Daiene</u> entra pela direita falando para a câmera e anda em sua direção. O trilho, ao fundo, segue pelo mato e nas laterais aparecem árvores e fundos de casas simples.	<u>Daiene</u> Beatriz (Parceira do RJ/Alemão): – E a caminhada dos parceiros está quase chegando ao fim. E eu, desembarquei aqui, na área da Denise e do David, pra poder conversar com eles, com a família, e relembrar os melhores momentos da trajetória deles no projeto.

Após a seleção dos programas, dá-se a transcrição da dimensão visual e dimensão verbal em colunas paralelas de cada um dos sete quadros selecionados – um de cada dupla. Em seguida, realiza-se uma análise quantitativa estruturada na intenção de entender se, nesta última etapa, foi privilegiada uma dimensão “pessoal” (relativo ao privado) ou “social” (relativo ao público) dos temas escolhidos pelos parceiros. Essa observação no tocante ao equivalente textual, da fala e imagético, permite perceber os meios de edição e narração adotados como representantes da memória afetiva dos jovens parceiros com referência às comunidades às quais representam. Cabe comentar que, nessa situação, com o tema da despedida, os parceiros elegeram as reportagens que gostariam de exibir novamente e falaram de sua experiência no programa. No caso, uma dupla entrevistava a outra e, assim, produziam o conteúdo em conjunto.

Em relação à finalidade de dimensão social e pessoal, foram escolhidas pela autora palavras-chave retiradas dos discursos dos próprios repórteres, que podem indicar condução enunciativa voltada à dimensão pública ou privada, e realizadas buscas de localização delas com o intuito de localizá-las e contabilizá-las no texto transcrito. Além das palavras ditas, buscaram-se outras de sentido próximo, que poderiam mostrar a dimensão do olhar que conduz as reportagens. Em referência à dimensão social, as palavras escolhidas para análise quantitativa foram: “ajuda(r)”, “solução”, “resolve”, “problema” para identificar a finalidade; e “cidade”, “estado”, “Niterói”, “Rio de Janeiro”, “bairro”, “morro”, “comunidade”, “obra(s)”, “rua”, “nomes de bairros”, “morador(es)”, “população”, “povo” e “palavras falando da cidade” para identificar os vínculos locais e o nível de visibilidade (municipal, estadual ou

nacional) que o assunto visa alcançar. Quanto à dimensão pessoal, as palavras escolhidas para análise quantitativa foram, além dos pronomes retos como “eu”, “meu/minha”, “nosso/nossa”, o “total de palavras falando de si” para identificar relações de pertencimento, identidade e busca por visibilidade pessoal.

Rose contribui com essa pesquisa, nos referenciais de transcrição, ao propor alguns passos para análise de conteúdo audiovisual:

1. Escolher um referencial teórico e aplicá-lo ao objeto empírico.
2. Selecionar um referencial de amostragem – com base no tempo ou no conteúdo.
3. Selecionar um meio de identificar o objeto empírico no referencial de amostragem.
4. Construir regras para a transcrição do conjunto das informações – visuais e verbais.
5. Desenvolver um referencial de codificação baseado na análise teórica e na leitura preliminar do conjunto de dados: que inclua regras para análise, tanto do material visual quanto do verbal; que contenha possibilidade de confirmar a teoria; que inclua a análise da estrutura narrativa e do contexto, bem como das categorias semânticas.
6. Aplicar o referencial de codificação de dados, transcritos em uma forma condizente com a translação numérica.
7. Construir tabelas de frequência para as unidades de análise, visuais e verbais.
8. Aplicar estatísticas simples, quando apropriadas.
9. Selecionar citações ilustrativas que complementem a análise numérica (ROSE, 2012, p. 362).

Com base no material já pesquisado, ocorre a escolha das unidades de análise do discurso audiovisual e inicia-se o processo de interpretação e análise, ao fazer o traslado de uma narrativa para a outra, estruturando a comparação, identificando semelhanças e contrastes.

Como já foi dito, não há um modo de coletar, transcrever e codificar um conjunto de dados que seja “verdadeiro” com referência ao texto original. A questão, então, é ser o mais explícito possível, a respeito dos recursos que foram empregados pelos vários modos de translação e simplificação (ROSE, 2002, p. 344).

Para completar os passos propostos por Rose, a pesquisadora recorre à metodologia voltada à leitura crítica de conteúdo e notícias em meio audiovisual e seu contexto de produção e distribuição proposta por Beatriz Becker, em seu artigo *Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais* (2012), que carrega várias referências teóricas como o

próprio campo do jornalismo (SALAVERRIA, 2005; MEDITSCH, 2007, 2010) com as contribuições da Media Literacy (FERRÉS, 1994; FONTCUBERTA, 2008; POTTER, 2011; GONNET, 2007), da Análise Televisual (CASETTI, Chio, 1999; VILCHES, 1984, 1995; MACHADO, 2001, 2003), dos Estudos Culturais (MARTIN-BARBERO, 2001; KELLNER, 2001) e da Análise do Discurso (FAIRCLOUGH, 2001; Pinto, 1995) (BECKER, 2012, p. 233).

Becker propõe uma metodologia detalhada em três fases: 1) descrição do objeto; 2) análise televisual, formada por análises quantitativas e qualitativas, e, quando o *corpus* é composto por mais de um objeto de estudo, pode ser utilizada a análise comparativa, que permite o cruzamento de dados; e 3) interpretação dos resultados e enunciados midiáticos.

O estudo quantitativo sugerido por Becker consiste *na aplicação de seis categorias básicas aqui sistematizadas, que compreendem: estrutura do texto; temática; enunciadores; visualidade; som e edição* (BECKER, 2012, p. 243). Já a análise qualitativa ocorre *“por meio da aplicação de três princípios de enunciação. São eles: Fragmentação; Dramatização e Definição de Identidades e Valores”* (2012, p. 244).

A Fragmentação trata do caráter enxuto, fragmentado da programação, em que o período de duração de cada informação dificulta a compreensão da notícia em sua complexidade e a apresentação fragmentada não permite realizar interligações entre as notícias. A Dramatização aborda a natureza ficcional das narrativas que envolvem os telespectadores, com a intenção de atribuir um caráter dramático aos acontecimentos, e pode acarretar a perda de definição das fronteiras entre realidade e ficção *no despertar de sentimentos de empatia, sedução ou comoção* (2012, p. 244). O princípio da Definição de Identidades e Valores *“permite conhecer as marcas enunciativas da narrativa audiovisual referentes aos valores atribuídos a problemas e conflitos locais e globais e os modos como são julgados e qualificados”* (2012, p. 244), e, deste modo, permite compreender como são escolhidos e caracterizados os tipos sociais. Essa metodologia foi escolhida por ser apropriada ao objeto escolhido e por ser

[...] uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais, a partir dos resultados alcançados em pesquisas anteriores (BECKER, 1992, 2001, 2005, 2008a, 2009a, 2010a, 2010c), e nos processos de ensino e de orientação de trabalhos de conclusão do Curso de Jornalismo, de Mestrado e Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro – PPGCOM/UFRJ (BECKER, 2012, p. 233).

Thompson traz, para esta análise, uma visão de padrões de interação humana dividida em três tipos, que expressam os níveis de aproximação e possibilidades de percepção dos espectadores relativamente às mensagens recebidas: 1) a *interação face a face*, com caráter dialógico, e vale-se de *uma multiplicidade de deixas simbólicas*, como gestuais, entonação de voz e vestuário, por exemplo; 2) a *interação mediada*, na qual os indivíduos podem estar em espaços e tempos diferentes, com poucas deixas simbólicas, e precisam interpretar as mensagens recebidas; e 3) a *quase interação mediada*, na qual indivíduos podem estar em espaços e tempos diferentes, mas é rica em informação e conteúdo simbólico. Este terceiro padrão foi estabelecido pelos meios de comunicação de massa, como, por exemplo, a televisão, o cinema, o jornal e a literatura (2005, p. 78-81).

Um ponto base da análise é identificar o que foi produzido pela emissora e também pelo cidadão, visando identificar as semelhanças que incluem códigos já naturalizados numa gramática audiovisual comum. A análise maior recai sobre as diferenças, a fim de perceber o que é próprio do cidadão ao registrar acontecimentos e o que foi estereotipado e naturalizado por ele.

Além das contribuições da contextualização teórica e análise crítica do discurso audiovisual, a autora utilizou entrevistas com os jovens “parceiros do RJ” como meio de identificar os modelos que norteiam sua produção jornalística e, principalmente, sua percepção sobre o processo de participação e inclusão no meio televisivo. Como o projeto “Parceiro do RJ” foi finalizado nesta fase, um olhar sobre a participação posterior da população no RJTV complementa a análise, buscando encontrar respostas no que difere e no que se assemelha. Nesse caminho, procura-se perceber as possibilidades expressivas que as apropriações da linguagem audiovisual proporcionam aos parceiros do telejornal e os sentidos produzidos pelos diferentes elementos que compõem o objeto analisado.

1 A VISIBILIDADE MEDIADA

1.1 A Era da Informação

As formas de tornar ações e ideias públicas acompanham o processo comunicacional da humanidade desde muito antes do advento da imprensa. Já na Grécia antiga, aconteciam discursos, debates com opiniões e argumentos distintos, aparições ou eventos públicos presenciais, aos quais Thompson se refere como “*publicidade tradicional de copresença*” (2005, p. 114), que se caracteriza pela interação face a face, quando aquele que está no lugar da fala tem o retorno direto do comportamento do espectador, seja falando ou batendo palmas, por exemplo. Segundo o pesquisador, tais eventos públicos se caracterizavam, também, pela demonstração de poder via interação face a face com ênfase nas falas e aparência. Publicidade não era o exercício do poder, mas sua exaltação.

O desenvolvimento da imprensa abriu caminhos para o que Thompson chama de “publicidade mediada”, cuja característica é a ausência da partilha de um lugar comum. Os acontecimentos poderiam ser conhecidos com base na leitura, sem interação face a face entre seus membros, sem a possibilidade do leitor colocar seus pontos de vista e sem o retorno imediato do comportamento dos espectadores. Cabe lembrar que uma não elimina a outra, e os eventos ocorridos em ambientes de copresença poderiam alcançar maior número de pessoas com base na mediação exercida pela imprensa. Além do mais, a interação por meio do diálogo entre os que sabiam ler e da leitura em voz alta para grupos que não sabiam caracterizava outras formas de recepção com características de copresença, mas que já continham filtros da imprensa e do leitor, por meio da interpretação e forma de leitura.

Os meios de comunicação de massa, que surgiram no rastro da imprensa, como o rádio, a fotografia, o cinema e a televisão, propiciaram novos tipos de interação e relacionamentos sociais, mas mantiveram a separação da publicidade de copresença da publicidade mediada. Entretanto, o cinema e a televisão, cujas linguagens se estruturaram essencialmente em torno dos sentidos da visão e audição, estabelecem uma maior relação entre publicidade e visualidade, como também lembra Thompson:

A televisão assim permite aos receptores a visão de pessoas, ações e eventos, bem como a audição de palavras faladas e de outros sons. A publicidade de eventos, ações e pessoas é religada à capacidade de serem vistas e ouvidas por outros. Na idade da televisão, a visibilidade no estreito sentido de visão – a capacidade de ser visto – é elevada a um novo nível de significado histórico (2005, p. 117).

Apesar deste ponto semelhante, Thompson aponta três diferenças importantes entre a publicidade de copresença e a mediada pela televisão: a) a audiência de um número muito maior de espectadores distribuídos em contextos diversos; b) a diferença entre as extensões dos campos de visão, como o fato de o espectador não poder escolher seu ângulo; e c) a visão é em sentido único, pois quem aparece na tela não pode ver os seus espectadores, criando um grande contraste entre produtores e receptores, no que se refere à capacidade de ver e ser visto nesse processo. Com a mídia, os que exercem o poder são ao mesmo tempo submetidos a um tipo de visibilidade mais ampla e distanciada com relação aos espectadores e, também, passam a administrar a própria visibilidade. Assume-se, aqui, a definição do segundo sentido de público estabelecido por Thompson, por vir fundamentada em uma análise história do conceito relacionado à publicidade e se aplicar à contemporaneidade:

De acordo com este sentido, “público” significa “aberto” ou “acessível ao público”. Público neste sentido é o que é visível ou observável, o que é realizado na frente de espectadores, o que está aberto para que todos ou muitos vejam ou ouçam. Privado é, ao contrário, o que se esconde da vista dos outros, o que é dito ou feito em privacidade ou segredo ou entre um círculo restrito de pessoas. Neste sentido, a dicotomia tem a ver com *publicidade versus privacidade*, com *abertura versus segredo*, com *visibilidade versus invisibilidade*. Um ato público é um ato visível, realizado abertamente para que qualquer um possa ver; um ato privado é invisível, realizado secretamente atrás de portas fechadas (2005, p. 112).

Verifica-se que o primeiro sentido da palavra público, apontado por Thompson, tinha como referência atividades e autoridades ligadas ao Estado. Ainda que esse sentido permaneça válido no que se refere ao sistema democrático de estado, nos interessa aqui a segunda interpretação. É importante aprofundar a relação conceitual entre público, privado, mídia e espetáculo para pensar nos caminhos que conduzem à atual interpretação desses domínios. A esfera pública desenhou seus modelos com base nas conversas entre burgueses e intelectuais que frequentavam clubes e cafés, e que vieram a constituir o que conhecemos como opinião pública. Os assuntos domésticos ficavam de fora das pautas dessas conversas, com o

privilégio recaindo sobre temas ligados aos negócios públicos e, conseqüentemente, à política.

Em 1922, o jornalista americano Walter Lippman lançou o livro *Opinião pública*, no qual *defendia que os media são a principal ligação entre o que acontece no mundo e as imagens que as pessoas têm na cabeça acerca desses acontecimentos* (TRAQUINA, 2005, p. 15). Cabe aqui o pensamento do filósofo e sociólogo alemão Jürgen Habermas, quando cita as relações sociais e comunicacionais criadas nos tradicionais *cafés* no século XVIII, desde a invenção do jornal impresso, o conseqüente impacto na sociedade burguesa, bem como os prolegômenos relacionamento entre público (referente ao povo, no caso, leitores que frequentam cafés) e mídia:

Ao mesmo tempo, essas novas revistas estão ligadas tão intimamente com a vida dos cafés que ela poderia ser reconstruída através de cada número. Os artigos de jornais não só são transformados pelo público dos cafés em objeto de suas discussões, mas também entendidos como parte integrantes deles; isto se mostra no dilúvio de cartas, das quais os editores semanalmente publicavam uma seleção (...) Também a forma de diálogo, que muitos artigos mantêm, testemunha a proximidade da palavra falada. Transporta para um outro meio de comunicação, continua-se a mesma discussão para, mediante a leitura, reingressar no meio anterior, que era a conversação (HABERMAS, 1984, p. 59).

Por meio de pesquisa bibliográfica, constata-se que vários pensadores abordaram as questões sobre os limites do que seriam considerados das esferas do público e do privado em diversas sociedades e períodos históricos. Por exemplo, o filósofo suíço Jean-Jacques Rousseau (1712-1778) define o público (comum) e o privado (particular) com base nos fundamentos do pacto social quando todos os cidadãos iguais e “*nenhum tem o direito de exigir que outro faça o que ele mesmo não faz*” (2006, p. 117); o sociólogo norte-americano Richard Sennett aborda, em *O declínio do homem público* (1988), mudanças comportamentais do homem no século XVIII, com relação à intimidade e à exposição, e analisa o processo de esvaziamento da vida pública; a filosofia política Hannah Arendt, ao tratar de questões relacionadas à privação (privado e exclusivo) transporta para a esfera pública a condição de visibilidade, “ver” e “ser visto” pelos outros:

O homem privado não se dá a conhecer, e, portanto, é como se não existisse. O que quer que ele faça permanece sem importância ou consequência para os outros, e o que tem importância para ele é desprovido de interesse para os outros (ARENDR, 2000, p. 68).

Encontra-se, nas palavras de Arendt, um princípio que se mantém atual: questões de visibilidade relacionadas às questões existenciais, quando parece existir somente o que é visto por outros.

Quando escreveu *A Sociedade do Espetáculo*, em 1967, o situacionista Guy Debord abordou a questão da visibilidade como espetáculo, em um período que antecede a participação ativa dos espectadores na comunicação mediada, como se vê hoje, mas o autor já questionava a *afirmação da aparência*⁵⁵. Para Debord, o espetáculo

não diz nada além de “o que aparece é bom, o que é bom aparece”. A atitude que por princípio ele exige é a da aceitação passiva que, de fato, ele já obteve por seu modo de aparecer sem réplica, por seu monopólio da aparência (p. 16).

Debord já previa que as fronteiras entre o público e o privado não seriam mais nitidamente percebidas, e questionava o distanciamento provocado pela direção unilateral dessa visibilidade provocada, principalmente, pela ocupação da vida social pelas celebridades, pela mídia e pela mercadoria.

Na publicidade contemporânea, o jogo entre o mostrar e o esconder perde importância, tudo e todos podem, potencialmente, serem vistos, percebidos, exibidos todo o tempo. Quando “ser” é “ser visto”, o jogo se transforma na busca por visibilidade pessoal e social – uma visibilidade “indiscreta”, espetacular, voltada ao maior número possível de espectadores. O segredo e a intimidade passam a ser registrados e exibidos e, assim, paradoxalmente, deixam de ser íntimos e secretos. A intimidade pode invadir a esfera pública e vice-versa, como, por exemplo, os diários que se tornaram livros e, atualmente, *blogs* e *vlogs*. Mesmo com as fronteiras menos definidas, o que é visível (espetáculo) se apresenta com destaque em relação ao que não tem visibilidade (plateia). Ao pensar em situações cotidianas em grandes centros urbanos, como uma sala de cinema, teatro, ou, mesmo, quando famílias se reúnem para ouvir rádio ou assistir TV, o conteúdo que se apresenta pode até reunir o conjunto de pessoas no mesmo ambiente, mas não necessariamente gera interação, conforme cita Debord:

⁵⁵ O situacionismo, movimento cultural e político que encontrou em Guy Debord um de seus principais expoentes, constituiu, entre os anos 1950 e 1970, um conjunto de práticas integrando produções de todas as ordens. Seus processos consistiam na reorganização diferente de peças, textos, imagens “sob a forma de empréstimos, citações deslocadas em benefício de um discurso subversivo, com o objetivo de produzir uma deflagração inédita de sentidos” (2001, p. 20).

No espetáculo, uma parte do mundo se representa diante do mundo e lhe é superior. O espetáculo nada mais é que a linguagem comum dessa separação. O que liga os espectadores é apenas uma ligação irreversível com o próprio centro que os mantém isolados. O espetáculo reúne o separado, mas o reúne *como separado* (2001, p. 23).

Espectadores envolvidos pelo espetáculo, mas sem serem vistos. A questão do isolamento da audiência abordado por Debord é, na concepção do autor, povoada *“pelos imagens dominantes, imagens que adquirem sua plena força por causa desse isolamento”* (2006, p. 114). Esse distanciamento, essa separação, entre quem vê e o que é visto, permanece mesmo com o desenvolvimento tecnológico das formas de comunicação; entretanto, *a vida privada aí encenada não é aquela das celebridades, já conhecida do gosto público, mas aquela do indivíduo comum* (BRUNO, 2006, p.114).

Para Thompson, em relação ao que é tornado público, *o desenvolvimento dos meios de comunicação criou um novo tipo de publicidade (institucional) muito diferente da concepção tradicional de vida pública* (2005, p. 206), sem envolver o compartilhamento de um espaço comum, como no caso da copresença, e sem o controle do Estado. Na opinião do autor, as indústrias da mídia são orientadas pela lógica do capital que não garante a diversidade. O autor defende o *princípio do pluralismo regulado* (2005, p. 209), que se trata de um espaço regulado e além do estado, entre o Estado e o mercado, para cultivar a diversidade e o pluralismo na mídia. Consoante Thompson, a mídia criou um novo tipo de publicidade que pode ser descrito como *o espaço do visível: “ele é um espaço não localizado, não dialógico e aberto, no qual as formas simbólicas mediadas podem ser produzidas e recebidas por uma pluralidade de outros não presentes”* (2005, p. 213). Verifica-se que é um espaço, mas não é um lugar. Trata-se de um espaço por ser aberto e permitir o aparecimento de novas formas simbólicas mediadas. Não é um lugar particular onde pessoas possam interagir. Nesse sentido, mantém mídia de massa com os papéis de produtores e receptores diferenciados e assimétricos. Inclusive, a questão se mantém para programas em que ouvintes ou telespectadores são convidados a interagir na programação, por se tratar de um número reduzido de indivíduos escolhidos para trazer fatos, questões ou opiniões. Os demais espectadores são mantidos como receptores.

Na segunda metade do século XX, diversos grupos e movimentos marginalizados, como o das mulheres e os defensores dos direitos civis, buscaram

visibilidade na mídia, estabelecendo aí um espaço de *luta* por se fazer ver e ouvir e organizar um processo de construção de sentido, reconhecimento público, mobilização e influência social. Questões e fatos cotidianos tornaram-se visíveis e passaram a ter tanto influência social quanto jurídica ou política. Porém, os ideais foram substituídos por critérios de lucratividade na mídia tradicional. Os produtos, até mesmo as pessoas, tornaram-se estereotipados e padronizados, inclusive os que se consideram autênticos sofrem esse processo de massificação. Mesmo assim, com a crescente troca de informações, houve o aumento da conscientização quanto à responsabilidade compartilhada pela política, pelo mercado, pela mídia e pela sociedade civil em relação às questões sociais, humanas e ambientais.

Essa dissertação se interessa, especialmente, nos imbricamentos das relações entre público, visibilidade e mídia apontados por Thompson em seu estudo sobre a imprensa e sua audiência, caracterizado por uma ausência de interação face a face, mas que pode apresentar diferentes arranjos no tipo de interação. Sob o ponto de vista do autor, ocorreu uma mudança na percepção da natureza do que é público, ao assumir a questão da visibilidade para que um evento ou uma pessoa caracterizados como determinantes passem a ser públicos. Thompson também destaca pontos que podem ser observáveis na contemporaneidade com a transição do período das mídias clássicas (antes de 1995), na qual poucos têm visibilidade e poder sobre muitos para o período de desenvolvimento das mídias digitais (após 1995), quando a visibilidade é diluída e se aplica a um número maior de pessoas e acontecimentos com o aumento do uso de dispositivos digitais móveis, que permitem registrar e publicar na rede com maior agilidade. Os historiadores britânicos Asa Briggs e Peter Burke, no livro *Uma história social da mídia*, falam sobre o momento em que a Internet foi cedida pela Fundação Nacional de Ciências dos Estados Unidos para interesses comerciais (2006, p. 342) e apontam situações relevantes ocorridas quando se especulava sobre os impactos da nova tecnologia:

A maioria dos primeiros provedores de *software* considerava que a Internet liberava e dava poder aos indivíduos, oferecendo vantagens sem precedentes à sociedade. Também pensavam assim os entusiastas de uma Internet sem controle. William Winston, em sua obra *Twilight of sovereignty* (1995), argumentava, com mais confiança, que, com a convergência tecnológica, alcançaríamos “maior liberdade humana”, “mais poder para o povo” e mais cooperação internacional. Neil Postman, nos Estados Unidos, cunhou o termo “tecnopólio” para descrever o que chamou de “rendição da cultura diante da tecnologia” (2006, p. 302).

No jornalismo, caracterizado pela busca de informações do/no público e das/nas fontes para gerar notícias, foram criadas formas de participação popular tanto por parte dos jornalistas, nas entrevistas, quanto do público, por meio de contatos telefônicos, cartas, abordagens aos repórteres nas ruas e, mais recentemente, por sítios, e-mails e aplicativos como *WhatsApp* e *Viber*.

A Internet trouxe a possibilidade de criar fluxos de informação mais cíclicos e participativos (LATOURE, 1994; LEVY, 1993). Nas últimas duas décadas, a alternativa de compartilhamento de ideias e opiniões sobre assuntos diversos encontrou viabilidade nos novos meios de comunicação on-line, que permitem a troca de conteúdo. Além de quebrar o monopólio da informação, restrito até então aos grandes veículos, diversos jornalistas criaram seus sítios e *blogs* pessoais para compartilharem notícias e opiniões que não encontravam espaço na grande mídia, ou que não se adequavam aos recortes da grande mídia. Deste modo, incentivaram formas de comunicação participativas neste período que a revista *The Economist* chamou de “era da participação” (PEREIRA, 2012)⁵⁶.

Em 2006, pouco mais de 10 anos após a abertura da Internet para uso comercial, a revista *Time* elegeu “Você” como Personalidade do Ano. Na capa, a palavra *You*, que quer dizer *você*, se encontra no centro da tela de um computador. O texto abaixo enuncia: “*Sim, você. Você controla a Era da Informação. Bem-vindo ao seu mundo*”⁵⁷.

⁵⁶ Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/ed679-a-participacao-da-audiencia-e-a-crise-do-jornalismo>>, acesso em 22/06/2016>.

⁵⁷ Tradução livre da autora.

Figura 5 – Capa da publicação da revista *Time*, de 25 de dezembro de 2006



A pesquisadora Paula Sibilia⁵⁸ comenta esse episódio no livro *O show do eu*. Sob a ótica da autora, as pessoas estão transformando esse período na “era da informação” ao interferir nas artes, na política e no comércio, por exemplo. O compartilhamento de informações mudou as formas de percepção do mundo, já que muitas dessas mudanças partem das pessoas e não da mídia tradicional.⁵⁹

Os editores da revista ressaltaram o aumento inaudito de conteúdo produzido pelos usuários da Internet, seja nos *blogs*, nos sites de compartilhamento de vídeos, como o *YouTube*, ou nas redes sociais de relacionamento, como o *MySpace* e o *Orkut*. Em virtude desse estouro de criatividade (e de presença midiática) entre aqueles que costumavam ser meros leitores e espectadores passivos, teria chegado “a hora dos amadores”. Por tudo isto, então, “por tomarem as rédeas da mídia global, por forjarem a nova democracia digital, por trabalharem de graça e superarem os profissionais em seu próprio jogo, a personalidade do ano da *Time* é você”, afirmava a revista (SIBILIA, 2008, p. 8-9).

É indiscutível que as imagens produzidas por dispositivos móveis, como o telefone celular, ganham força. Elas se multiplicam em suas formas, funções e

⁵⁸ Professora do Departamento de Estudos Culturais e Mídia e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF).

⁵⁹ Vale lembrar que Sibilia aborda a transição da vida comum em algo espetacular e compartilhado. No caso, trata-se de eventos cotidianos banais, da esfera íntima, privada, revelados por webcams ou outros dispositivos móveis transformados em um espetáculo disponível aos curiosos.

qualidades; os espectadores são potencialmente produtores dessas imagens e podem influenciar nas notícias apresentadas pelos telejornais, seja por meio da presença dissimulada dos registros das câmeras de segurança ou quando se tornam eles próprios vetores de uma imagem-acontecimento. O objetivo é registrar o fato, como no caso das pessoas que estavam filmando Nova Iorque na manhã de 11 de setembro de 2001 e registraram aviões conduzidos por terroristas suicidas colidindo com as torres gêmeas do World Trade Center, em Nova York. Essas imagens foram usadas por diversos veículos para ilustrar as notícias sobre o assunto. Assim, uma relação de participação e, eventualmente, interatividade se transforma numa espécie de modelo contemporâneo do acontecimento midiático – cidadãos querem participar do conteúdo divulgado na mídia e a mídia tradicional sente a necessidade de se adaptar para manter o relacionamento com os espectadores. À conta da informação em via de mão única⁶⁰, a ideia do espetáculo apenas recebido pelo público perde o sentido na sociedade contemporânea, eles deixam de ser invisíveis e passam a fazer parte do show. Em *A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo*, o filósofo norte-americano Douglas Kellner cita Neil Gabler, autor do livro *Life the movie: how entertainment conquered reality* (KNOPF, 1998), que trata a questão do espetáculo ao descrever como as tecnologias influenciam no entretenimento e nas experiências humanas:

Para Neil Gabler, na era do espetáculo, a própria vida está se tornando um filme e nós criamos nossas próprias vidas como se fosse um gênero para cinema ou televisão, no qual nos tornamos “imediatamente, intérpretes e plateias de um grande espetáculo em desenvolvimento” (1998: 4). Na visão de Gabler, somos astros em ascensão e transformamos nossas vidas em entretenimento que é levado a plateias formadas por nossos semelhantes, seguindo os scripts da cultura da mídia, adotando seus padrões e sua moda, seu estilo e visual⁶¹ (KELLNER, 2001, p. 7).

⁶⁰ Em 1948, Claude Shannon publica a monografia *The Mathematical Theory of Communications*, no âmbito das publicações de pesquisas dos laboratórios Bell System, filial da empresa de telecomunicações American Telegraph & Telephone (AT&T). Shannon propõe um esquema do “sistema geral de comunicação”. O problema da comunicação consiste, segundo ele, em “reproduzir em um ponto dado, de maneira exata ou aproximativa, uma mensagem selecionada em outro ponto” (p. 58-59). A ideia de uma comunicação de mão única foi amplamente consolidada com o modelo formal de Shannon, e os processos estudados no presente trabalho estão interessados, justamente, na quebra deste paradigma. In: MATTELART, Armand e Michèle. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

⁶¹ KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo*. *Revista LÍBERO*, ano VI, v. 6, n. 11, p. 7.

Mesmo que a vida se torne cada vez mais visível, nem tudo é registrado. O excesso de informação faz parecer que tudo está gravado e disponível para ser acessado a qualquer hora, e os processos de seleção e mediação midiática tornam-se cada vez mais imperceptíveis. A proliferação incontrolada e ilimitada de elementos textuais e visuais tende a promover a saturação de informações veiculadas, ampliando, ou evidenciando, a promoção e reduzindo o sentido dos fatos registrados. Dados tendem a se sobrepor e se tornarem efêmeros, sua relevância é definida pelo tempo que permanecem na memória. Nesse ponto de vista, busca-se reconhecer que há uma luta que acontece no campo da cultura e das formas de comunicação “*pela tomada para si do direito à fala, à expressão, à significação, por parte das camadas populares*” (FERNANDES; MAIA; HERSCHMAN, 2012, p. 28). A espetacularização da participação popular como agente de discurso, produções de “verdades” e sentidos no campo televisivo, tende a esvaziar o sentido do discurso, quando se apresenta de forma mediada e tratada para ser veiculada.

1.2 A Era da Participação

Atualmente, o que se convencionou a chamar de mídia jornalística insiste no protagonismo do papel de promotora de debates públicos, ainda que passe por expressivas modificações e permeie diversos dispositivos tecnológicos com possibilidades de participação dos espectadores. Mesmo com a presença de vários espaços de convivência nas cidades, o espaço virtual ganhou status de fórum de várias questões, as quais são divulgadas pelas mídias convencionais e que ecoam, multiplicam, reverberam no *ciberespaço*, uma forma de ampliar sua presença e um caminho de interação com seus espectadores e, ao mesmo tempo, um modo de mensurar o retorno do conteúdo publicado. Assim, os veículos de comunicação social continuam exercendo papel importante na formação da opinião pública como atores, no sentido de que existem escolhas na definição das pautas, apuração de fatos, definição das fontes, dos ângulos e da posição das notícias em comparação às outras. Beatriz Becker, ao escrever acerca das representações dos acontecimentos sociais produzidas pelos noticiários, aponta que:

Em princípio, a comunicação permitiria a visibilidade, na medida em que abre espaço para a deliberação pública e para a exposição de assuntos controversos, apresentando diferentes interpretações sobre os fatos sociais, aumentando a quantidade e, sobretudo, a qualidade de acesso ao debate social. Mas, nem sempre é assim. Ao ser interessada, a comunicação possui distorções, temas restritos que ainda ficam obscuros ou abordagens tendenciosas que costumam padronizar a opinião pública. As mídias não atuam apenas como observadores do acontecimento, mas também como atores (2005, p. 10).

Em outro artigo, no qual propõe repensar o papel das audiências nos telejornais, Becker (2014) tem como referência o *Jornal Nacional*, e analisa a centralidade da mídia em referência aos *intercâmbios que as audiências têm com notícias que incorporam a linguagem audiovisual e recursos multimídia na televisão, em sítios e redes sociais*. (2014, p. 5). Uma das conclusões é a *tendência das audiências de ressignificarem não apenas as narrativas jornalísticas audiovisuais, mas a centralidade da própria mídia em suas conversações por meio de processos de interação ainda em transformação entre as pessoas, a televisão e o computador* (2014, p. 17).

Por meio do acesso à Internet, grupos e movimentos marginalizados pela mídia institucional não precisam de intermediários para se comunicar com a sociedade civil. Podem utilizar os canais virtuais e as diversas mídias sociais, como os professores e pesquisadores Henrique Antoun e Fábio Malini abordam no livro *A Internet e a rua*:

Hoje as populações reunidas nos movimentos sociais e ações coletivas não precisam que os intermediários falem por elas através das mídias de massa e instituições políticas. A Internet gerou uma mídia livre impulsionada por milhões de blogueiros e fermentada pelas redes sociais. A Internet se revelou um megaespaço público onde qualquer um tem voz e pode falar por si mesmo. Isto permitiu que os movimentos sociais falem diretamente através de seus manifestantes sem precisar que líderes e porta-vozes sequestrem seus interesses em nome de fanatismos ideológicos e voracidade econômica. A liberdade do enunciante se liberta da servidão do enunciado e da escravidão performática dos dispositivos de enunciação (ANTOUN; MALINI, 2013, p. 175).

Diante do aumento de emissores de informações, que se relaciona à maior circulação de mensagens pela rede, assim como das pressões por uma redução no tempo de produção das notícias, buscando se aproximar cada vez mais de um aparente “tempo real”, os veículos traçam novas estratégias e redesenham seus formatos de programação. Nesse cenário, veículos consolidados abriram mais espaços para a participação e inserção do cidadão na programação, incluindo

registros de imagens e textos amadores que, em níveis diversos de profundidade, ilustram o produto jornalístico. Entretanto, as notícias continuam direcionadas para um mesmo tipo de público, massificado, em que o ritmo da produção é industrializado e visa a informar de forma homogênea e coletiva.

A participação do cidadão, sem formação jornalística, na investigação, construção e disseminação de notícias e informações ganha força e velocidade com as ferramentas de publicação e transmissão disponibilizadas no rastro do acontecimento da Internet. Abre-se espaço para a troca de informações em rede e nas mídias sociais, que, por sua vez, se desdobram em novas estruturas de configurações, tais como *blogs* e *websites*. A Internet traz a possibilidade de sujeitos comuns compartilharem notícias e opiniões com grande variedade de estilos. A popularização dos telefones celulares e *tablets*, com acesso à rede⁶², permite ao cidadão registrar acontecimentos que não são testemunhados por jornalistas de veículos tradicionais. Em 2006, ao escrever para o Observatório da Imprensa sobre “A participação da audiência e a crise do jornalismo”, o pesquisador Fábio Henrique Pereira⁶³ aponta que, em 2006,

a revista *The Economist* apresentou uma radiografia das novas mídias e do que ela chamou de “era da participação”. De acordo com a reportagem, as tecnologias digitais teriam embaraçado as fronteiras entre audiências e criadores, permitindo a multiplicação da produção de conteúdo em diferentes escalas (PEREIRA, 2012)⁶⁴.

⁶² A Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios, realizada pelo IBGE, que traz dados quantitativos do acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel para uso pessoal demonstra que, “em 2014, pela primeira vez, o uso do telefone celular para acessar a Internet ultrapassou o uso de microcomputador nos domicílios brasileiros. Em 2015, esse cenário se repetiu no País (Gráfico 15), mas ocorreram mudanças entre as Grandes Regiões. Em 2013, o uso do microcomputador predominava em todas as Grandes Regiões, com exceção da Norte. Em 2014, apenas nas Regiões Sudeste e Sul ainda predominava o microcomputador, com proporções de 82,4% e 83,2%, respectivamente. Em 2015, o acesso à Internet por meio do celular predominou o uso do computador para tal fim em todas as Grandes Regiões. O uso do tablet permaneceu maior na Região Sudeste (24,0%). A Região Norte continuou apresentando o maior percentual de domicílios que utilizavam o telefone móvel celular para acesso à Internet (96,7%)”. Em levantamento quantitativo domiciliar sobre os hábitos de consumo de mídia pela população brasileira, realizado pela Secretaria de Comunicação Social (SECOM) em 2015, verifica-se que “o uso de aparelhos celulares como forma de acesso à Internet já compete com o uso por meio de computadores ou notebooks, 66% e 71%, respectivamente. O uso de redes sociais influencia esse resultado. Entre os internautas, 92% estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), o *WhatsApp* (58%) e o *YouTube* (17%)” (p. 7).

⁶³ Fábio Henrique Pereira é doutor em Comunicação, professor da FAC/UnB, editor do Observatório Mídia&Política.

⁶⁴ Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/ed679-a-participacao-da-audiencia-e-a-crise-do-jornalismo>>. Acesso em: 22 jun. 2016.

Nos casos de participações por meios digitais, a audiência permanece invisível e os espectadores continuam suas buscas por visibilidade pessoal e social na mídia. O que Thompson chamou de “a era da visibilidade mediada” (2005, p. 110) não foi excluído pelo que a revista *The Economist* denominou “a era da participação” (2012). Mesmo com o aumento do fluxo de informações, ainda não se vê tudo o que se pensa estar vendo. Nesse caminho há um processo de inclusão e exclusão, visibilidade e invisibilidade, o que se expõe e o que se mascara. O que acontece não é somente o que está sendo exibido nas telas, e, mesmo com a disponibilidade de meios novos e alternativos, há sempre uma intencionalidade e um processo de edição nas ações de comunicação social.

A questão da mediação e participação midiática encontra aspectos comuns ao tratar de dispositivos de grande influência, como o rádio, a televisão e a Internet. São meios que revelam como a informação pode se tornar efêmera ou se propagar rapidamente. Nesses meios, a informação pode chegar ao espectador quase instantaneamente, trazendo questões relacionadas ao espaço e ao tempo que, mesmo tendo grande influência nas percepções sociais sobre os meios, não serão aprofundadas nesse estudo. O que se percebe na atualidade é uma coexistência das mídias, tendências à convergência, interação e constante disputa dos veículos e das pessoas pela audiência.

Na busca pela audiência, corre-se o risco de a mídia transformar a participação dos espectadores em espetáculo, esvaziar seu conteúdo e incluir o processo de participação como ilustração, colocando a informação como entretenimento e deslocando o sentido do que é apresentado. Por outro lado, os espectadores podem influenciar e encontrar oportunidades de conquistar maior visibilidade para questões sociais que julgam relevantes ao levar as mobilizações das mídias digitais para as mídias tradicionais.

Ao pensar a contemporaneidade, o sociólogo polonês Zygmunt Bauman, cuja discussão gira em torno da questão da fluidez dos novos tempos, ao destacar que “na modernidade líquida as coisas raramente mantêm sua forma por tempo suficiente para garantir segurança e confiabilidade em longo prazo” (2001, p. 73), aborda, também, a questão da visibilidade na atualidade. No livro *44 cartas do mundo líquido moderno*, o sociólogo aborda a questão das mídias digitais, no caso o *Twitter*, e cita que a “prova da existência” de Descartes – “Penso, logo existo” – tem

sido substituída e rejeitada por uma versão atualizada para nossa era da comunicação de massas: “Sou visto, logo existo” (2011, p. 19).

No caso, quanto mais a pessoa é vista, mais convincente é a prova de que existe. Seu pensamento faz lembrar Hannah Arendt (2000) que trata, por outro lado, da questão da privacidade e da invisibilidade no sentido em que o *“homem que não se dá a conhecer, é como se não existisse”*. Bauman escreve que usuários da mídia digital adotam um padrão que foi estabelecido pelas celebridades, o qual o valor pessoal não é medido pelo que *fizeram, isto é, pelo peso dos seus feitos*, mas pelo número de vezes que são *olhadas e vistas por uma multiplicidade de pessoas, nas bancas de jornal, nas primeiras páginas dos tabloides, nas capas de revistas de amenidades, nas telas dos aparelhos de televisão* (2011, p. 19).

Quando a importância está relacionada à visibilidade, e os níveis de popularidade é o elemento que determina a relevância dos sujeitos, o conteúdo pode parecer secundário. Em tempos de mídias sociais, a visibilidade de copresença citada por Thompson aparece mais em imagens compartilhadas que nas relações humanas presenciais ligadas pelos afetos. Gerações são formadas nesse modelo: impreciso e mediado, no qual o valor é atribuído aos que estão no *lado “visualizável” da divisão social* (2011, p. 19).

Assim, as mídias digitais tornam-se canais de ascensão social e, para as gerações que nasceram no século XXI, um meio de lazer, sociabilidade e trabalho num mundo cada vez mais flexível e com fronteiras cada vez mais diluídas. Tão diluídas que a visibilidade pessoal nas mídias promove *status* e renda, como no caso dos “influenciadores” que permeiam os canais digitais, como o *YouTube*, compartilhando conhecimento, entretenimento ou questões de ordem pessoal para os chamados “seguidores”. Paula Sibilia, no livro *O show do eu*, introduz o assunto falando que as personalidades *“são convocadas a se mostrarem”* (2008, p. 23).

Em meio aos vertiginosos processos de globalização dos mercados em uma sociedade altamente midiaticizada, fascinada pela incitação à visibilidade e pelo império das celebridades, percebe-se um deslocamento daquela subjetividade “interiorizada” em direção a novas formas de autoconstrução. No esforço de compreender estes fenômenos, alguns ensaístas aludem à sociabilidade líquida ou à cultura somática do nosso tempo, onde aparece um tipo de eu mais epidérmico e flexível, que se exibe na superfície da pele e das telas. Referem-se também às personalidades *alterdirigidas* e não mais *introduzidas*, construções de si orientadas para o olhar alheio ou “exteriorizadas”, não mais introspectivas ou intimistas. E, inclusive, são analisadas as diversas bioidentidades, desdobramentos de um tipo de subjetividade que se finca nos traços biológicos ou no aspecto físico de

cada indivíduo. Por tudo isso, certos usos dos *blogs*, *fotologs*, *webcams* e outras ferramentas como o *Orkut* e o *YouTube* seriam estratégias que os sujeitos contemporâneos colocam em ação para responder a essas novas demandas socioculturais, balizando outras formas de ser e estar no mundo.

Deste modo, novos comportamentos provocados pelas diferentes formas de acesso à mídia, no sentido em que mais informações circulam devido à descentralização e intersecção dos polos de emissão e recepção, permitem que outras formas de apresentação do sujeito ao mundo estejam relacionadas à construção de identidade.

Salvo o veloz crescimento da utilização dos meios digitais pelo cidadão comum, deve-se verificar o real acesso social à mídia e à inclusão digital. É necessário especular que pode haver um interesse mercadológico nessa aceleração, levando-se em conta que, em 2018, o sinal analógico será desligado no Brasil e todas as transmissões passarão a ser digitais⁶⁵, o que induz à obsolescência dos aparelhos e novas possibilidades de emissão e recepção. Assim, a oferta de novos dispositivos para consumo, o investimento em marketing incentivando a troca de aparelhos e a obsolescência dos dispositivos analógicos tendem a aumentar.

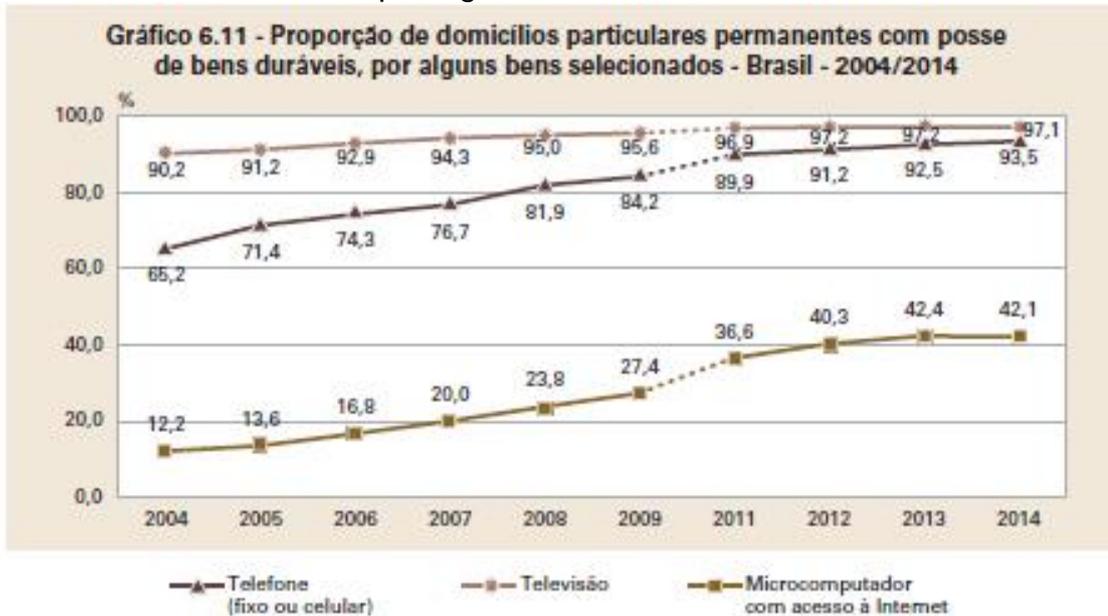
Conforme a síntese de indicadores sociais do IBGE 2015, com base na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2004/2014⁶⁶, o número de domicílios com televisão cresceu 6,7 pontos percentuais entre 2004 e 2011; no entanto, entre 2011 e 2014, o número permaneceu quase estável, crescendo apenas 0,2 pontos percentuais e chegando a 97,1% das residências. É importante destacar que a pesquisa não apura o acesso à programação televisiva por meio da Internet. A posse de telefones cresceu 28,3 pontos percentuais entre 2004 e 2014, chegando a 93,5% das residências; e a posse de computadores avançou 29,9 pontos percentuais, chegando a apenas 42,1% dos domicílios pesquisados⁶⁷.

⁶⁵ Disponível em: <<http://www2.mcti.gov.br/documentos/documentos/portaria-mc-n-1714.pdf>>.

⁶⁶ Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindicsoais2014/default.shtm>>, acesso em 21/12/2016>.

⁶⁷ Deve-se notar, porém, que o acesso à Internet pode ser feito por outros equipamentos eletrônicos, como celulares e tablets. De acordo com os dados do suplemento da PNAD, o acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2013 (2015), em 5,6% dos domicílios particulares permanentes brasileiros, embora não houvesse microcomputador com acesso à Internet, dispunha-se de outros dispositivos para esse fim. Além disso, os moradores podem ainda se conectar à Internet fora do domicílio.

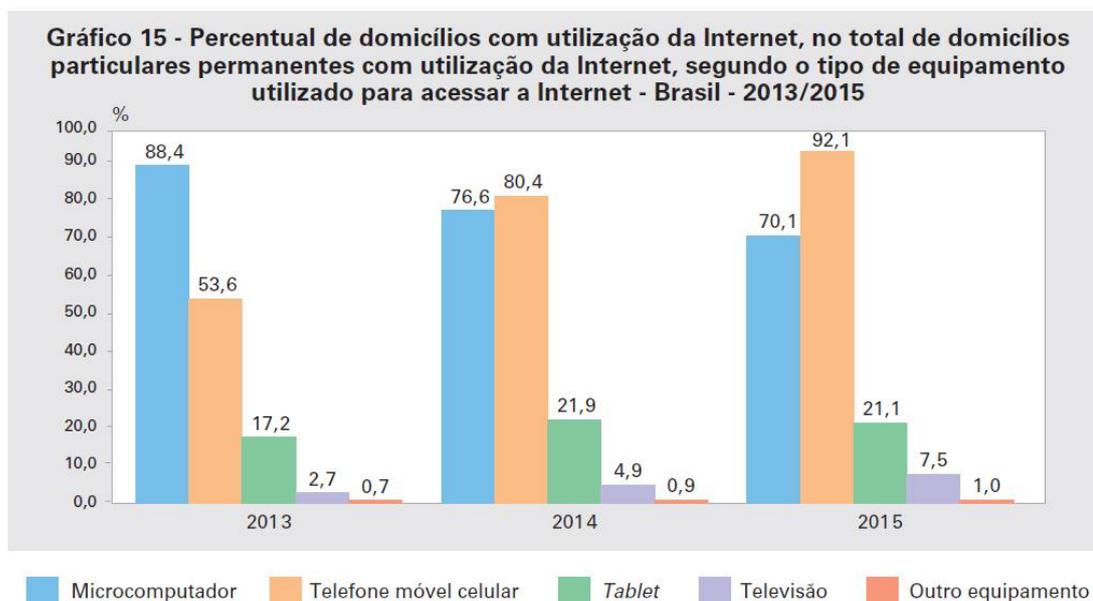
Figura 6 – Proporção de domicílios particulares permanentes com posse de bens duráveis, por alguns bens selecionados – Brasil – 2004/2014



Informações recentes da Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios⁶⁸, realizada pelo IBGE e divulgada em 2016, que traz dados do acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel para uso pessoal, garantem que, em 2015, 57,8% dos domicílios passaram a ter acesso à Internet, o equivalente a 39,3 milhões de domicílios. A pesquisa destaca que, em 2015, *o acesso à Internet por meio do celular predominou o uso do computador para tal fim em todas as Grandes Regiões* (p. 43). Esse levantamento vai ao encontro de resultados de outras pesquisas realizadas com objetivos semelhantes por organismos internacionais, como Organização das Nações Unidas, por exemplo.

Figura 7 – Percentual de domicílios com utilização da Internet, no total de domicílios particulares permanentes com utilização da Internet, segundo o tipo de equipamento utilizado para acessar a Internet – Brasil – 2013/2015

⁶⁸ Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet2015/default.shtm>>.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2013-2015.

De acordo com o relatório com novos dados sobre a conexão no mundo⁶⁹ desenvolvido pela União Internacional de Telecomunicações (UIT), o número de telefones celulares em uso no mundo passou de 7 bilhões, o que representa quase 100% da população mundial⁷⁰. Nessa pesquisa que abrange 175 países, o Brasil encontra-se em 63º lugar, com valor médio de 5,99 IDI⁷¹, índice de desenvolvimento do ICT⁷², um pouco acima do 65º lugar que ocupou em 2015, com valor médio de 5,72 IDI. Repara-se que países vizinhos tem melhor colocação, como Uruguai em 47º, com 6,75 IDI; Argentina em 55º, com 6,52 IDI e Chile em 56º, com 6,25 IDI. O líder do ranking é a Coreia, com 8,84 IDI, e os Estados Unidos se encontram em 15º lugar, com 8,17 IDI (2016, p. 107).

Esses números nem sempre correspondem a uma igualdade social, pois a contagem de números ativos e aparelhos vendidos não garantem uma divisão igualitária de um aparelho por pessoa. Por outro lado, o acesso ao aparelho nem sempre garante o consumo de informação, e torna-se necessário saber se os

⁶⁹ Disponível em: <<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2016/MISR2016-w4.pdf>>.

⁷⁰ Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/acao/populacao-mundial/>, <http://www.worldometers.info/br/> e <http://countrymeters.info/pt/World>>.

⁷¹ ICT Development Index.

⁷² Information and communications technology (tecnologias de informação e comunicação).

veículos têm audiência; quais são os modelos de acesso à informação; e como cada público prefere buscar conteúdo.

Com base na Pesquisa Brasileira de Mídia, realizada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República e publicada em 2015⁷³, 95% dos entrevistados confirmaram assistir TV, sendo que 73% assistem diariamente. O rádio é o segundo meio de comunicação mais utilizado, mas seu uso foi reduzido de 61%, em 2014, para 55%, em 2015. Ainda assim, a quantidade de entrevistados que ouvem rádio todos os dias cresceu de 21% para 30%. Jornais e revistas são os veículos com menor percentual de acesso pelos brasileiros. Apenas 21% dos brasileiros costumam ler jornais, e, desses, a maioria, 79% o faz na versão impressa e 10% em versões digitais. Em comparação às revistas, o número é menor: 13% dos brasileiros leem revistas durante a semana, e, desses, 70% o fazem na versão impressa e 12% em versões digitais.

A pesquisa destaca que o uso de redes sociais influencia o resultado sobre o acesso à Internet. *Entre os internautas, 92% estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), o WhatsApp (58%) e o YouTube (17%)* (PBM 2015, p. 7). No caso, dentre os 48% dos brasileiros que usam Internet, 66% se conectam por telefones celulares e 71% por computadores ou notebooks. O percentual de pessoas que utilizam a Internet diariamente cresceu de 26% para 37% em apenas um ano.

Um ponto relevante da PBM é o grau de confiança nas informações pelo público. Independentemente do baixo índice de leitores, o jornal permanece como o veículo mais confiável (58%), seguido pela televisão (54%), pelo rádio (52%) e pelas revistas (44%). No caso das então chamadas “novas mídias”, o grau de confiança é baixo: 71% disseram confiar pouco ou nada em notícias veiculadas nas redes sociais; 69% confiam pouco ou nada nos *blogs* e 67% confiam pouco ou nada nos sites. O levantamento traz, também, perfis de público de cada veículo, o tempo de exposição e questiona se as pessoas realizam outras atividades enquanto recebem a informação, inclusive se buscam informações diferentes em várias telas ao mesmo tempo.

⁷³ Os pesquisadores entrevistaram 18.312 pessoas em 848 municípios. A pesquisa está disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>.

Os dados revelam que, atualmente, enquanto assistem TV, 19% das pessoas usam o telefone celular, 12% utilizam Internet, 7% trocam mensagens (via *WhatsApp*, por exemplo) e 2% ouvem rádio ou leem. Dos entrevistados, 23% não realizam nenhuma outra atividade enquanto assistem TV (p. 28). Das pessoas que ouvem rádio, 15% usam o telefone celular, 8% acessam a Internet, 5% trocam mensagens instantâneas ou assistem TV e 2% leem. Dos entrevistados, 16% não realizam nenhuma outra atividade enquanto ouvem rádio (p. 45). Enquanto estão usando a Internet, 20% das pessoas usam o telefone celular, 18% assistem TV, 16% trocam mensagens instantâneas, 8% ouvem rádio e 2% leem jornal, livro ou revista.

Um levantamento realizado pelo instituto de pesquisas IPSOS⁷⁴ para o Google, em 2013, já demonstrava que 30% da população (31 milhões de pessoas) já utilizavam três telas – televisão, computador e telefone celular – e 63%, duas – televisão e computador. Concluíram que a adoção de múltiplas telas cresceu rapidamente, assim como um rápido desenvolvimento da mobilidade. Esse comportamento multitelas (*multi-screening*) tem dois perfis que podem oscilar na mesma pessoa: o uso sequencial, que se caracteriza por ir de um aparelho para outros de diferentes maneiras para realizar uma atividade, e o comportamento de uso simultâneo, que é caracterizado pelo uso de mais de um aparelho ao mesmo tempo para atividades relacionadas ou não. O brasileiro, conforme os resultados da pesquisa, se caracteriza por um comportamento de simultaneidade (63%). Tal fato levanta a indagação se as pessoas estariam absorvendo todo o conteúdo ao qual estão expostas. De acordo com os resultados, assistir TV deixou de ser uma atividade que comanda uma atenção completa e o *YouTube* e as mídias sociais são os principais elos com os conteúdos de TV.

Desde o desenvolvimento da imprensa e o início da publicidade mediada, o jornal impresso se mantém como veículo de maior credibilidade, conforme as pesquisas. Essa foi uma confiança conquistada por quem procurou se fazer ouvir e influenciar desde o início. Mesmo sem descartar tendências comerciais e ideológicas, os jornalistas se preocupavam com os leitores; o produto jornalístico se desenvolveu buscando o maior número possível deles e essa era a sua base. As notícias influenciavam na vida, na cultura e no relacionamento entre os cidadãos. Com o surgimento de novos meios de comunicação, como a fotografia, o rádio, o

⁷⁴ Disponível em: <https://ssl.gstatic.com/intl/ALL_br/think/docs/comportamento-consumidor-multiplataforma_research-studies.pdf>.

cinema e a televisão, a base informativa passou a dividir espaço com o entretenimento, como filmes, novelas, séries e programas de auditório.

O embaralhamento de fronteiras de áreas presumivelmente distintas da cultura midiática, informação e entretenimento, na concepção da pesquisadora Itania Gomes⁷⁵ (2009), trouxe uma nova forma de estratégia midiática chamada *infotainment*, ou infotenimento. No entender de Gomes, infotenimento vem como resultado de:

Uma complexa articulação entre políticas macroeconômicas, marcos regulatórios, possibilidades tecnológicas, estratégias empresariais, expectativas históricas e culturais sobre os sistemas televisivos e seus produtos, ideologias, práticas e expectativas profissionais do campo midiático, pressupostos e conhecimentos sobre a audiência (2009, p. 11).

Ao se deslocar da esfera da informação para a do entretenimento, outras questões, além das notícias, ganharam visibilidade e, principalmente, as pessoas passaram a ter destaque na mídia. Com o crescente aumento do uso de dispositivos conectados à Internet, muitas vozes apareceram. Na visão de Muniz Sodré, a TV pode criar um espaço social que constitui uma realidade (2003, p. 99). Com isso, procura-se criar uma sensação de pertencimento real para o cidadão que participa ao sugerir e colaborar com o programa que assiste. O cidadão deixa a posição de desamparado, de vítima (BECKER, 2012), e, aparentemente, passa para a de agente transformador e condutor do discurso. Assim, grandes veículos também se transformam em espaços de problematização de questões, como o desprestígio do poder público como representante da população, ao mesmo tempo em que a mídia é elevada ao papel de tutora que cuida e realça, com postura distanciada e antropológica, soluções para as questões sociais, simulando uma relação de imparcialidade diante do real, eliminando a proximidade e possíveis riscos. Ademais, ainda sobre a possibilidade de disputa cultural, a mídia se apropria de representações sociais e culturais distintas, como a transformação da participação do público na mídia em espetáculo.

Com o uso e apropriações de meios digitais, percebe-se que há um ambiente tecnológico favorável a uma cultura participativa com ênfase ao compartilhamento de informações. A mudança nas formas de consumir conteúdo perpassa pela

⁷⁵ Doutora, professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas/UFBA e pesquisadora do CNPq. Coordena o Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo.

convergência e pela utilização de vários dispositivos ao mesmo tempo. Assim, os profissionais de comunicação precisam repensar os antigos processos e se adaptar para conquistar relações mais dialógicas com os espectadores e usuários. Nesse caminho, ao assistir o comportamento dos jovens em relação às tecnologias de informação e comunicação, pode-se desenhar novos cenários, que passam pela convergência das mídias, pela distribuição de um mesmo conteúdo em várias plataformas. Com a presença das multitelas, percebem-se possíveis deslocamentos de prioridades informativas e uma maior demanda por interação e participação em um período em que as fronteiras perdem sua definição.

2 OS LIMITES DA AUDIÊNCIA

A troca de informações entre veículos, jornalistas, leitores e espectadores, assim como a busca por cidadãos que forneçam ou comentem notícias, não é recente. Redações e emissoras já incluíam a participação de leitores e espectadores em grupos focais, realizando pesquisas e analisando as reações às notícias diárias. Os jornais também procuraram envolver as comunidades em debates sobre problemas públicos, mas sempre cercados de muito controle pelas empresas de comunicação e de pesquisa. Melvin L. De Fleur⁷⁶, ao falar das teorias de comunicação de massa desenvolvidas até os anos 1970, elenca meios de se pensar o público, “*primeiro componente principal do sistema de comunicação de massa*” (1976, p. 206), conforme cita o autor.

A estratificação do público nas formas estudadas pelos cientistas sociais trouxeram teorias relacionadas às características da população que consome mídia, como a *teoria das diferenças individuais*⁷⁷, a *teoria das categorias sociais*⁷⁸ e a *teoria das relações sociais*⁷⁹, que indicam e determinam mecanismos comportamentais relacionados aos níveis de atenção, de interpretação e de resposta da audiência (p. 206-207). Segundo De Fleur, *graças a uma pequena recompensa pessoal (ou nenhuma), o membro da audiência escolhido para o estudo fornece informações sobre si mesmo a uma agência semelhante de pesquisa* (p. 207). Na opinião do autor, as relações entre público e distribuidor seriam “bastante unilaterais” quando o distribuidor fornece o conteúdo, e o público, sua atenção (p. 207-208). Tais teorias e estruturas de comunicação foram influenciadas pelas condições sociais, políticas, econômicas e culturas da época em que foram pensadas. Atenta-se que o livro foi escrito aproximadamente 20 anos antes da concessão do uso da Internet para fins

⁷⁶ Professor na Escola de Comunicação Pública da Universidade de Siracusa. Conhecido no meio acadêmico por sua importante produção tanto na área de comunicação como na de sociologia, publicou, dentre outros estudos, *Theories of Mass Communication* (2. ed., 1970); *Sociology: Human Society* (et al., 4. ed., 1984); *Understanding Mass Communication* (com E. E. Dennis, 3. ed., 1984) e *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects* (1988).

⁷⁷ Tem por base a psicologia e influenciou a ideia de público-alvo.

⁷⁸ Divide a massa em categorias com experiências vitais e sociais.

⁷⁹ Define um líder de grupo como mediador.

comerciais, o que demonstra um salto em relação à participação da audiência ocorrido nos últimos 50 anos.

As iniciativas de participação da audiência, realizadas por muitos anos mediante cartas, telefonemas, e-mails e inserções pontuais em programações tradicionais, conquistaram maior volume por meio das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) criadas e difundidas na segunda metade do século XX, como a Internet e as tecnologias de comunicação *mobile*. Os cidadãos alcançaram maior visibilidade e conquistaram a possibilidade de atuar na coleta, produção e publicação de conteúdos jornalísticos. Cada vez mais interessadas no processo da notícia, as audiências não aceitam passivamente a cobertura dos fatos. As pessoas entram em contato com as editorias, criticam as falhas, adquirem o conteúdo em maior volume (demonstrando interesse) ou deixam de adquirir em função da falta de relevância ou credibilidade.

Os pesquisadores Samira Frazão⁸⁰ e Antônio Brasil⁸¹, ao elaborarem um dossiê sobre a participação do telespectador na produção da notícia em telejornal, apontam alguns exemplos de como a audiência busca participar colaborando com os veículos que consomem:

Na história do telejornalismo brasileiro⁸², é possível vislumbrar exemplos da participação do público, seja via “povo fala⁸³”, 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 (BRASIL; FRAZÃO, 2013, p. 114).

⁸⁰ 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).

⁸¹ 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).

⁸² Descrita em estudos, tais como em Vizeu, Porcello e Coutinho (2010) e Mattos (2010), por exemplo (nota dos autores).

⁸³ Gravação ou opinião de várias pessoas sobre um tema específico de uma reportagem. Usamos: donas de casa falam, criança fala, mulheres falam, dependendo do assunto que necessita ter uma amostragem de opinião. Recurso muito usado em telejornalismo para avaliar, polemizar ou levantar um tema (PATERNOSTRO, 2006, p. 215).

Com o advento da web, as organizações de mídia precisaram rever sua estrutura, posicionamento e meios de conexão com a audiência para continuar sendo relevantes para seus leitores e espectadores. Por exemplo, empresas jornalísticas passaram a desenvolver os *sítios* de conteúdo. “O primeiro site jornalístico brasileiro foi o do *Jornal do Brasil*, criado em maio de 1995, seguido pela versão eletrônica do jornal *O Globo*” (FERRARI, 2003, p. 25). Com as tecnologias desenvolvidas na atualidade, o público mudou, e a interatividade, que ganhou velocidade e rompeu barreiras de tempo e espaço com o advento da internet, passou a ser frequente. Ainda em 1999, os portais começaram a oferecer espaço e ferramentas para que o usuário confeccionasse sua própria página. O receptor da comunicação de massa poderia ser também um emissor. Em 2003, ao escrever sobre o jornalismo digital, a pesquisadora Pollyana Ferrari abordou o tema:

A Internet ainda está em gestação, a caminho de uma linguagem própria. Não podemos encará-la apenas como uma mídia que surgiu para viabilizar a convergência entre rádio, jornal e televisão. A Internet é outra coisa, outra verdade e consequentemente uma outra mídia, muito ligada à tecnologia com particularidades únicas. Ainda estamos metaforicamente saindo da caverna (FERRARI, 2003, p. 45).

Nesse mesmo ano, 2003, os pesquisadores Shayne Bowman e Chris Willis lançaram o livro *We Media – How audiences are shaping the future of news and information*⁸⁴, pelo The Media Center Institute, como resultado de uma pesquisa sobre as mudanças enfrentadas pelas notícias, informações e mídia, na qual buscaram compreender como os cidadãos comuns, capacitados pelas tecnologias digitais, contribuem e *participam de suas próprias verdades e seu próprio tipo de notícias* (2003, p. 6). No início do século XXI, o número de publicações em *blogs*, dos cidadãos que tinham acesso à rede de computadores, estava aumentando. Além de diários pessoais, os *blogs* se desenvolveram também como uma forma de jornalismo independente e participativo, salientando que as tecnologias estavam modificando o fluxo da informação de forma que a audiência poderia desenvolver maior participação.

⁸⁴ Tradução livre da autora: “Nós Mídia – Como as audiências estão moldando o futuro da notícia e da informação”.

Observa-se que *in the late '80s and early '90s, desktop publishing allowed many small, independent publications to spring up*⁸⁵ (2003, p. 48), e a Internet e o desenvolvimento das TICs potencializaram essa forma de iniciativa. Para os autores de *We Media*, os *blogs*, ou *weblogs*, como também são chamados, deram origem a um fenômeno em tons de revolução, proporcionando às pessoas a possibilidade de serem ouvidas em toda a *web*. No texto, citam o que Walter Mossberg, colunista de tecnologia para o *Wall Street Journal*, escreveu em 2002: “*Blogs are in some ways a new form of journalism, open to anyone who can establish and maintain a Web site, and they have exploded in the past year*”⁸⁶ (2003, p. 8). Essas publicações expandiram sua influência, atraindo leitores e segmentando os caminhos na rede. Mas apesar disso não é qualquer *blog* que pode ser considerado de conteúdo jornalístico.

Quando novas formas de comunicação e de comportamento são desenvolvidas, a tendência é que a explicação e as maneiras de nomeá-las venham com base no vocabulário conhecido. No caso, Bowman e Willis adotaram o termo “jornalismo participativo” para descrever conteúdos por meio de mídias colaborativas e sociais, quando há pouca ou nenhuma supervisão editorial ou fluxo de trabalho jornalístico formal, como colocam:

Participatory journalism: The act of a citizen, or group of citizens, playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing and disseminating news and information. The intent of this participation is to provide independent, reliable, accurate, wide-ranging and relevant information that a democracy requires⁸⁷ (grifo do autor) (2003, p. 9).

Para entender como motivar, envolver e conquistar a confiança de um público cada vez mais capacitado e conectado, que vem assumindo novos papéis na esfera da comunicação, torna-se necessário um ambiente de maior interação. Nesse sentido, as relações dos veículos com seus repórteres e especialistas convidados

⁸⁵ Tradução livre da autora: “no fim dos anos 1980 e início dos anos 1990, a publicação eletrônica permitiu que muitas publicações pequenas e independentes surgissem”.

⁸⁶ Tradução livre da autora: “Os *blogs* são, de alguma forma, uma nova forma de jornalismo, aberta a qualquer pessoa que possa estabelecer e manter um site, e eles explodiram no ano passado”.

⁸⁷ Tradução livre da autora: “Jornalismo participativo: o ato de um cidadão ou grupo de cidadãos, que desempenha um papel ativo no processo de coleta, reportagem, análise e divulgação de notícias e informações. A intenção desta participação é fornecer informações independentes, confiáveis, precisas, abrangentes e relevantes que uma democracia exige”.

mudaram e alguns jornais trouxeram os *blogs* pessoais desses profissionais para sua composição de comunicação. Em princípio, esse é um caminho sem volta.

A Internet não é só um meio de acesso à informação, é um ambiente social com inúmeras vozes pessoais e corporativas que interessa a quem divulga, mas nem sempre a quem acessa. Como um meio social, algumas vozes são mais ouvidas que outras; e, em um planeta tão heterogêneo, não há fórmula que garanta audiência, como ocorre nos meios de comunicação *off-line* com maiores barreiras de entrada e necessidade de mais investimento para difusão de informações. A pesquisadora Sheila Borges, ao analisar as disposições sociais que motivam o cidadão comum para as práticas jornalísticas, infere que as empresas de comunicação querem que o cidadão mantenha o hábito de procurá-las quando querem se informar, e, assim, os conglomerados foram levados a adotar canais de participação levando ao cidadão a sensação de estar participando do processo de produção das notícias (2013, p. 17). Essa inquietação no campo traz inúmeras possibilidades com relação ao futuro da área, e Borges menciona a abordagem do pesquisador José María García de Madariaga Miranda⁸⁸ ao cogitar um desses caminhos:

No campo do jornalismo, por exemplo, o jornalista no futuro, como considera Miranda (2008), pode estar se encaminhando para ser um mediador de um complexo sistema de informação formado por uma infinidade de emissores não profissionais. Embora não seja este o objeto da pesquisa, analisar as mudanças promovidas pelas ações singulares dos indivíduos, mas sim os esquemas motivadores da ação e as formas como eles são acionados; a nossa tese contribui para sinalizar que existe um espaço de atuação do cidadão comum no qual ele age ativamente de disposições que o fazem querer consumir, colaborar e produzir notícia, abalando esse sistema de comunicação citado por Miranda, a ponto de ameaçar a condição de mediador do jornalista (BORGES, 2013, p. 30).

Na pesquisa *We Media*, Bowman e Willis constataram que “*an involved, empowered audience could well bring a number of potential benefits to media companies*”⁸⁹ e compilaram oito benefícios, dentre eles: 1) maior confiança na mídia,

⁸⁸ Em pesquisa realizada na Espanha, Miranda (2008) entrevistou jornalistas de diferentes meios (agência de notícias, emissora de televisão, canais de rádio e jornais impressos) e demonstrou que estes profissionais, apesar de considerarem que a interatividade permite uma maior capacidade de a audiência intervir na agenda dos veículos, os exemplos de participação citados continuam necessitando de uma revisão do tipo relacionamento estabelecido com o público (DINIZ, 2012, p. 13).

⁸⁹ Tradução livre da autora: “Uma audiência envolvida e capacitada poderia trazer uma série de benefícios potenciais para as empresas de mídia”.

quando se desenvolve um relacionamento leal e confiável por meio de integridade e afinidade; 2) responsabilidade compartilhada, quando a audiência também se sente responsável pelo resultado final; 3) criação de experiências memoráveis, ao permitir que a interatividade aumente a retenção e compreensão; 4) conquistar as próximas gerações de consumidores de notícias, ao oferecer a comunicação em duas vias; 5) melhores histórias e melhor jornalismo, com uma linguagem mais próxima ao leitor; 6) uma equipe virtual escalável, com a colaboração de profissionais, como escritores, comentaristas, fotógrafos e cinegrafistas de base, além de ter os espectadores como uma extensão da equipe trazendo diferentes perspectivas; 7) promover a comunidade e os espectadores, criando uma cumplicidade ao construir e promover as notícias; e 8) a construção de uma identidade em rede, em que o veículo se torna relevante aumentando sua importância por meio das conexões (2003, p. 53-56).

A pesquisa sugere uma proposição simples para a mídia na “economia da rede”: “conexão” é igual a “valor”. Deste modo, o caminho, segundo os autores, é estabelecer conexões contínuas, em rede *on-line* e *off-line*, ligando veículo e leitores (2003, p. 58). A pesquisa sugere também que veículos podem capacitar os espectadores como intermediários valiosos das notícias (2003, p. 59), e, tal como lembra Thompson, as mensagens são transformadas no processo de apropriação:

A apropriação dos produtos da mídia é sempre um fenômeno localizado, no sentido de que ela sempre envolve indivíduos específicos que estão situados em contextos social-históricos particulares, e que contam com os recursos que lhe são disponíveis para dar sentido às mensagens da mídia e as incorporar em suas vidas. E as mensagens são frequentemente transformadas no processo de apropriação, conforme os indivíduos as adaptam aos contextos práticos da vida cotidiana (THOMPSON, p. 155).

Enquanto os veículos possuem estrutura para abranger boa parte dos conteúdos e editoriais com equipamentos específicos e pessoas com formação em diversas áreas para dar suporte aos jornalistas, o cidadão que procura colaborar com o veículo que consome possui, em geral, materiais de tecnologia amadora ou semiprofissional e conhecimentos pertinentes à sua área de atuação ou região. Em referência à localidade, o cidadão ganha *status* por vivenciar diariamente questões relacionadas, por exemplo, à saúde, ao transporte, à habitação e à renda, e sua voz é transmitida ao levar denúncias de problemas encontrados no dia a dia da audiência. “A experiência que passa de pessoa a pessoa é a fonte a que recorreram

todos os narradores. E, entre as narrativas escritas, as melhores são as que menos se distinguem das histórias orais contadas pelos inúmeros narradores anônimos”, consoante ressalta Benjamin em *O narrador* (1994, p. 197).

Assim, a voz do cidadão, geralmente, aparece em temas específicos, como um especialista, ou como a voz da audiência em situações regionais, criando a sensação de parceria e confiança entre profissionais e povo, não somente na construção da notícia voltada à localidade, mas, também, na busca por soluções de problemas da população. Nessa conjuntura, notícias locais possuem uma vertente de utilidade social que são mais perceptíveis no jornalismo diário desde os anos 1980, quando houve maior ênfase no que

alguns autores chamam “jornalismo cidadão”, ou seja, a visão construída de uma ação cotidiana da imprensa deve ter uma utilidade social, servindo aos “interesses concretos dos cidadãos, ajudando os leitores a enfrentar dificuldades cotidianas” (ABREU, 2000, p. 45) *in* (BARBOSA, 2007, p. 221).

Em pesquisa publicada, Sheila Borges entende que o repórter cidadão se difere do repórter amador, no sentido em que o primeiro é coprodutor da notícia: “*é o ator social que interage com a grande imprensa, opinando ou sugerindo assuntos que deseja ver nas edições jornalísticas*”. O repórter amador institui um espaço autoral para produzir notícias sem necessariamente se reportar aos jornalistas, não se contentando com a posição de colaborador.

A maioria deles passou a escrever e dar publicidade à própria notícia a partir das ferramentas disponibilizadas pelo mundo virtual, o que não significa que não existissem, anteriormente, indivíduos que tomassem essa iniciativa por meio de rádios e jornais comunitários, como verificamos nessa pesquisa (BORGES, 2013, p. 18).

O divisor de águas dessa participação e dos seus níveis encontra uma explicação nos estudos do sociólogo francês Bernard Lehire, que são apontados por Borges como uma das bases para interpretações em sua tese. Nesses estudos, o sociólogo afirma uma diferença entre iniciativa, que “*faz parte de um esquema de ação prática*”, e competência, “*que está vinculada a uma qualificação, que é uma qualidade racional lapidada pelo treinamento*”, conforme escrever corretamente, por exemplo. Para Lehire, *deve haver uma conexão entre estar disposto e ter competência para exercer papéis na produção de notícias* (BORGES, 2013, p. 22).

Por acreditar no crescimento da parceria entre jornalistas e população, Bowman e Willis sugerem que veículos ofereçam orientação para que a audiência colabore como um guia de estilo, um guia de ética, soluções de gerenciamento de conteúdo e compartilhamento de histórias de baixo custo, assim como um programa de aprendizagem para quem quer se profissionalizar como jornalista. De tal modo, os espectadores não enviariam somente sugestões de pautas e reivindicações por telefonemas ou cartas, por exemplo. Eles passariam a uma posição diferente nessa participação, mais avançada, com a possibilidade de inserção de conteúdo próprio na notícia veiculada. Com a última sugestão relacionada a um programa de aprendizagem, os autores inferem que o espectador, eventualmente, pode se tornar jornalista.

A Internet trouxe a possibilidade da criação de fluxos de informação cada vez mais velozes, interativos e participativos. Nas últimas duas décadas, a alternativa de compartilhamento de ideias e opiniões sobre assuntos diversos encontrou viabilidade nos novos meios de comunicação *on-line*, que permitem a troca de conteúdo independentemente de fazer parte de um veículo de mídia institucional. O cidadão deixa a posição de desamparado, de vítima (BECKER, 2012), e, aparentemente, passa para a de agente transformador e condutor do discurso. Além disso, diversos jornalistas criaram seus sítios e blogs pessoais para compartilharem notícias e opiniões que não encontraram espaço na grande mídia.

No mundo virtual, o indivíduo pode ter acesso direto às fontes de informações, muitas vezes de forma gratuita, driblando a mediação da imprensa, mas é essa a função que os veículos querem preservar e valorizar. Basta ter um computador ou qualquer outra plataforma móvel conectada à Internet para navegar livremente na grande rede ou interagir com os conglomerados, remetendo mensagens de textos ou imagens. Além de colaborar com os jornalistas, parte desses indivíduos está criando espaços virtuais nos quais eles mesmos escrevem a notícia, sem se submeter aos filtros de edição das redações (BORGES, 2013, p. 17).

Uma das consequências possíveis da proliferação do discurso amador em meio ao ambiente jornalístico é a falta de aprofundamento no assunto, principalmente pela comodidade em buscar dados e informações a partir de um escritório. É fundamental para os repórteres estarem nas ruas, em contato com o povo, e ganharem a confiança das pessoas em suas comunidades. Em sociedades de configuração altamente heterogênea, como a brasileira, se vozes diversas não estão nas tomadas de decisões jornalísticas, as redações enfrentariam desafios no

tocante à audiência e à visibilidade nas comunidades pouco representadas. Porém, a fala isolada do cidadão, quando veiculada, não caracterizaria uma mobilização social. São apenas temas sugeridos pelos participantes que foram escolhidos pelo veículo. Por isso mesmo, é preciso identificar e localizar essa participação dentro de uma estrutura complexa de códigos sociais hegemônicos, que garantem o consumo do produto jornalístico. (HALL, 2003, p. 390). Segundo o professor inglês Norman Fairclough (2001, p. 122),

Hegemonia é liderança tanto quanto dominação nos domínios econômico, político, cultural e ideológico de uma sociedade. (...) Hegemonia é a construção de alianças e a integração muito mais do que simplesmente a dominação de classes subalternas, mediante concessões ou meios ideológicos para ganhar seu consentimento.

Ao escrever sobre as *“três posições hipotéticas, segundo as quais a decodificação de um produto televisivo pode ser construída”*, Stuart Hall, teórico cultural e sociólogo jamaicano, aborda as distinções das posições produzidas pelo código profissional em comparação à hegemonia do código dominante, e infere que o *“código profissional é ‘relativamente independente’ do código dominante”*. Hall afirma que *“os profissionais de televisão são capazes de operar com códigos próprios ‘relativamente autônomos’ mesmo estando ligados às emissoras enquanto ‘aparelho ideológico’”* (2003, p. 400). Nesse mesmo caminho, ao estudar o comportamento dos espectadores com referência aos profissionais de comunicação, pode-se questionar sua passividade quanto à linguagem da mídia e a interferência dos produtos midiáticos na formação cultural e na subjetividade, quando o espectador reproduz o código dominante, mesmo distante das estruturas tradicionais dos veículos de comunicação (ANTOUN; MALINI, 2013, p. 182).

Mesmo com a abertura dos veículos de comunicação tradicionais para uma maior participação do público, não cabe, nesse momento, falar que se trata de bidirecionalidade, nem de horizontalidade, na comunicação, pois a participação do cidadão ainda é restrita e limitada até onde as emissoras permitem. Existe ainda o controle no discurso, na interferência e na condução das notícias quando a participação do cidadão é ilustrativa. A audiência pode opinar ou enviar sugestões e informações, mas, ainda assim, há o processo de filtragem da edição. Quando passa algum resíduo, ou ruído, é para aumentar o grau de credibilidade e sensação de pertencimento por parte dos espectadores. Com a convergência entre os meios,

o espectador vem se aproximando do papel de destaque no cenário da comunicação social quando se busca entender o seu desempenho, que ainda está distante de ser o protagonista nessa relação.

Um risco que se corre pelo pouco conhecimento em relação aos veículos é acreditar que há uma interatividade comunicacional quando, de fato, os “novos meios” são utilizados para fins semelhantes aos meios antigos. E, ainda, cria-se um viés de participação que se aproxima mais da ilustração e do respaldo da audiência do que do diálogo, a começar da ocasião em que a mediação elege uma *amostra* e elimina a maior parte das informações recebidas. Andrew Keen, escritor norte-americano e autor do livro *O culto do amador*, avisa que

não se passa um dia sequer sem uma nova revelação que coloque em questão a confiabilidade, a precisão e a verdade da informação que obtemos da Internet [...] No fluxo infindável de conteúdo não filtrado, gerado pelo usuário do mundo digital, as coisas de fato muitas vezes não são o que parecem. Sem editores, verificadores de fatos, administradores ou reguladores para monitorar o que está sendo postado, não temos ninguém para atestar a confiabilidade ou a credibilidade do conteúdo que vemos em sites [...] (2009, p. 64).

No livro *Cenário de caos*, Bob Garfield, aponta que “o mais antigo canal de comunicação do mundo – o boca a boca – foi turbinado pela Internet” (2012, p. 20). Do ponto de vista do jornalista e comentarista americano Bob Garfield, o curioso é que o público que busca conteúdo noticioso aumenta, enquanto os *jornais se encontram numa espiral descendente* perdendo audiência rapidamente. O motivo, consoante o autor, é que os novos e antigos leitores não compram mais jornal. O modelo econômico não se adaptou aos novos tempos. Os leitores acessam os sítios dos jornais, mas não querem pagar, porque nunca tiveram de fazer isso (2012, p. 26-27). É uma mudança de paradigma. A informação não circula mais como antes. O jornalista e pesquisador José Marques de Melo, ao escrever sobre a história do jornalismo, define esta fase como pós-jornalismo, ou seja, “o fim do primado do jornalismo impresso para dar lugar a uma outra modalidade de jornalismo *multimídia*” (2012, p. 176). Em abordagem sobre o mesmo tema, o jornalista e sociólogo espanhol Ignácio Ramonet afirma que “o choque atinge também o rádio e a televisão, em particular os canais de informação contínua” (2012, p. 16). A informação é fluida, circula pelos canais com o impulso das pessoas. E as mídias

dominantes encorajam os internautas a agirem como jornalistas, como cita Ramonet:

Elas pedem constantemente para que coloquem em seu *site* fotos, vídeos ou comentários sobre os assuntos mais diversos que eles teriam testemunhado: um evento político ou meteorológico, um acidente, uma catástrofe, uma manifestação de rua etc. Surge, então, a grande interrogação a propósito da identidade do jornalismo e da validade da informação (2012, p. 22).

Em novembro de 2016, o dicionário Oxford elegeu “*Post-truth*” ou “Pós-verdade” como a palavra do ano⁹⁰, por ter sido muito utilizada em âmbitos políticos, tanto no Reino Unido quanto nos Estados Unidos. Seu significado seria “*relativo à ou que denota circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influenciadores na formação da opinião pública do que apelos à emoção ou à crença pessoal*”. Nesse caminho, em tempos de comunicação social e interpessoal em rede, corre-se o risco de que fatos noticiados se tornem coadjuvantes sendo utilizados como ilustração para propagação inconsequente de opiniões e crenças. A apuração, o pensamento crítico e a análise cuidadosa, tanto dos fatos quanto dos discursos, tornam-se cada vez mais necessários.

Figura 8 – Imagem utilizada pelo dicionário Oxford em vídeo explicando a palavra Post-Truth



Ramonet já previa um crescimento exponencial dos *web-atores*, que consomem e criam conteúdos ao mesmo tempo, embaralhando as fronteiras e

⁹⁰ Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>>.

tornando difícil diferenciar o que é criado por um profissional, o que é criado por um amador e o que é criado por um profissional-amador. *Passamos “da sociedade do espetáculo às sociedades dos espectadores-atores”* (2012, p. 25).

Segundo Debord (2003), *tudo o que era diretamente vivido se esvai na fumaça da representação* (p. 13). Por esse ângulo, já desenvolvia um pensamento sobre o poder das imagens em construir realidades e caracteriza o espetáculo como *uma inversão concreta da vida* (p. 14), o qual não seria somente *um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas mediatizadas por imagens* (p. 14). Mesmo tendo sido publicado pela primeira vez em 1967, *Sociedade do espetáculo* ainda traz fortes inspirações para a análise do comportamento a respeito da mídia na sociedade contemporânea.

Nesse caminho, percebe-se que o espetáculo não está somente relacionado à mídia hegemônica, como no período em que Debord escreveu seu manifesto. O rompimento de barreiras entre as esferas públicas e privadas, ocasionado pelas formas de comunicação em ambiente virtual, trouxe “a opinião” e “a performance individual” para o espaço público, como representação do indivíduo, e as transformou em espetáculo. O espetáculo carrega uma ideia de representação e visibilidade ante os espectadores.

No entender de Michel Mafessoli⁹¹, atualmente tende a se confundir opinião pública com opinião publicada. Contudo, a “publicada” também é uma opinião, mas pretende ser um saber, uma competência, até mesmo uma ciência; ao passo que aquela (a pública) tem consciência de sua fragilidade, de sua versatilidade, em suma, de sua humanidade. Ainda, de acordo com Mafessoli, a proximidade ao “real” não é estar próximo do princípio da realidade, asfixiador permanente de todas as audácias existenciais. Quanto à “opinião publicada”, ela continua a repetir exaustivamente algumas ideias convencionais, lugares comuns e outras verborragias com base nos bons sentimentos (2010, p. 20).

Deste modo, a bifurcação quanto ao que é considerado “verdade” e “pós-verdade” não parece irrelevante. Esta dinâmica de reposicionamento de conteúdos nas mídias, por um lado, tende a enfraquecer o discurso do cidadão quando esta prática se torna naturalizada. Por outro lado, novos pontos de vista podem vir à luz, transformando a percepção de realidade.

⁹¹ Membro do Institut Universitaire de France.

Na concepção de Bruno Latour, *os atores podem também ter suas próprias teorias da ação para explicar como se produzem os efeitos das ações. [...] a grande distinção será decidir se a ação deve ser encenada como um intermediário ou como um mediador* (2012, p. 90). Nessa composição, intermediário “*é aquilo que transporta significado ou força sem transformá-los*”; e mediador “*é aquilo que não só transporta significado ou força, mas os modifica*”. Os mediadores transformam, traduzem, distorcem e modificam o significado ou os elementos que supostamente veiculam. Por exemplo, um computador é um exemplo de intermediário, e uma conversa banal *pode se transformar numa cadeia terrivelmente complexa de mediadores, onde paixões, opiniões e atitudes se bifurcam a cada instante*. Mas não é tão simples, de acordo com as condições, um pode se transformar no outro. Quando quebra, o computador torna-se um mediador complexo, enquanto *uma sofisticada discussão em uma mesa redonda em um encontro acadêmico às vezes se transforma num intermediário previsível e monótono, repetindo uma decisão tomada em outra parte* (2012, p. 65-66).

A mediação midiática pressupõe uma soma de vozes, pelo menos um mais um, a voz de quem fala e a voz de quem traduz. No caso do projeto “Parceiro do RJ”, as vozes dos jovens participantes se confundem com a voz do telejornal, ao se apropriarem da linguagem própria de programas jornalísticos televisivos e inserirem características particulares que extrapolam as fronteiras da linguagem pré-formatada.

3 A PARCERIA COM A AUDIÊNCIA

Depois de 521 dias seguidos de participação no telejornal RJTV 1ª Edição, com 270 matérias, a equipe da segunda fase do projeto “Parceiro do RJ” optou por adotar modelo semelhante ao da primeira fase, quando os jovens representantes de suas comunidades foram entrevistados e as matérias seguiram dando enfoque à relevância dessa participação. A segunda turma também preparou uma despedida, no entanto, desta vez, duplas se deslocavam das suas regiões para entrevistar outras duplas que falariam sobre o que consideram destaque nesse um ano e meio de participação no projeto. Para ilustrar, relembram reportagens que retratam desde transtornos causados pela falta de estrutura urbana até casos de superação, aspectos de relevância histórica e cultural nas periferias, momentos de arte e lazer dos que habitam as regiões menos favorecidas da cidade e séries de reportagens como as relacionadas à copa do mundo e a elaborada “Papo de Favela”.

O interessante dessa fase do projeto é que fica cada vez menos evidente a fronteira entre o público e o privado, há um embaraçamento entre os aspectos de cidade, comunidade e o envolvimento pessoal dos jovens com o trabalho ao qual se candidataram. Há também uma busca por visibilidade social com o propósito de criar um olhar mais humano para os pares e, ainda assim, alcançar um espaço pessoal na disputa pela visibilidade e representatividade.

Outro aspecto para lembrar é que esses jovens não foram escolhidos pelas comunidades às quais representam, assim como ocorreu em projetos mais antigos do RJTV, como a “Urna do RJ”, por exemplo. São jovens que se candidataram e sabiam que seriam vistos por suas comunidades e conhecidos na cidade. Por se tratar de uma segunda fase, não haveria muitos elementos surpreendentes. Após a candidatura de aproximadamente 3.000 jovens que desejariam representar sua região, a escolha foi feita por parte da emissora, em cinco etapas que passaram por: 1) Triagem de currículos; 2) Provas *on-line* (língua portuguesa, conhecimentos específicos e raciocínio lógico); 3) Dinâmica de grupo e redação; 4) Apresentação de vídeo produzido pelos candidatos, conforme orientação que receberam em outras etapas do processo seletivo; e 5) Entrevistas individuais⁹². De todo modo, os jovens

⁹² Termo de Responsabilidade. Disponível em: <http://zeus.e-hunter.com.br/redeglobo_parceiorj/html/termo.htm>. Acesso em: 10 nov. 2014.

teriam essa responsabilidade de representar parte da população da cidade e levar visibilidade às questões relevantes das regiões que habitam. Com isso, a emissora alcançaria, também, maior visibilidade e audiência ao reservar um espaço para transmitir a voz e o olhar do cidadão.

Figura 9 – Vinheta do quadro “Parceiro do RJ”



Cabe ressaltar que, enquanto as fronteiras entre o público e o privado se embarçam, a fronteira entre o que é realizado pelos profissionais e amadores fica cada vez mais evidente na programação do RJTV por meio de uma estrutura que funciona como uma moldura, delimitando o início e o fim de cada matéria produzida para o quadro. A separação ocorre, inicialmente, por uma *cabeça da matéria*⁹³, feita por um dos apresentadores informando que “*chegou a hora do quadro Parceiro do RJ*”. A apresentadora, nesta frase, é Mariana Gross, mas, eventualmente, o telejornal é apresentado por Flavio Fachel, como no dia 23/08/2014. Em seguida, há uma *cabeça do repórter*⁹⁴ reforçando o *lead*⁹⁵, e, em seguida, é exibida uma vinheta⁹⁶ definindo o início da reportagem. Ao final, surge uma *nota pé*⁹⁷ fechando a matéria e delimitando o espaço que foi reservado aos parceiros.

⁹³ É o *lead*. A leitura é sempre feita pelo apresentador e dá o gancho da matéria (PATERNOSTRO, 2006, p.196).

⁹⁴ Significa: abertura da matéria (*Idem*, 2006, p. 196).

⁹⁵ É a notícia mais importante da matéria e tem de estar na cabeça lida pelo apresentador. O gancho da reportagem geralmente está no *lead* (*Idem*, 2006, p. 208).

⁹⁶ Link para visualizar a vinheta disponível em: <<https://youtu.be/Su7SR2xrmFI>>. Publicado em: 24 ago. 2013.

O treinamento pelo qual os jovens passaram trouxe uma harmonização dos códigos televisivos e a eliminação de possíveis ruídos que poderiam vir a modificar a qualidade do considerado padrão Globo⁹⁸. Em 2012, Becker, já abordava essa inclusão que preserva o distanciamento e a reserva da emissora com relação às possíveis mudanças nos padrões audiovisuais estabelecidos:

As inserções de novos atores sociais na produção de mídia podem gerar alterações estéticas e de conteúdo nas práticas jornalísticas, por meio de reportagens mais contextualizadas e criativas capazes de gerar reflexão, mais conhecimento e mais diálogos. Por enquanto, os âncoras, os comentaristas, os repórteres e os “parceiros do RJ” já estão todos misturados na tela da tevê, mas cada um do no seu quadrado. Afinal, a mídia não deixa de reproduzir as desigualdades, as exclusões, os preconceitos, e as disputas de poder do mundo real (BECKER, 2012, p. 13).

Não há uma relação direta entre as matérias apresentadas pelos parceiros e as produzidas pelos profissionais da Rede Globo. Porém, a análise dos programas “Parceiro do RJ”, em ordem cronológica decrescente, a partir do último programa da segunda temporada, que foi veiculado em 2013/2014, contempla produções temáticas específicas, como “Papo de Favela”, as apresentações das decorações dos bairros na época da Copa do Mundo no Brasil e os últimos programas da temporada, em que os parceiros de um bairro entrevistam os parceiros de outro bairro sobre as matérias que mais gostaram de fazer durante o projeto, apresentam narrativa própria que diferem muito dos demais materiais produzidos pelos parceiros, por se apresentarem em pacotes com temas fechados e estrutura própria. Pode-se interpretar como forma de maturidade dos parceiros, já capazes de construir séries de reportagens com produções e edições sofisticadas.

No caso da Copa do Mundo, a série estava ancorada na agenda da cidade que receberia o megaevento esportivo, e os parceiros buscaram saber como os bairros estavam se preparando para esse momento. Os quatro programas que constituem a série “Papo de Favela” apresentam mais do que reportagens sobre problemas das comunidades, procuram, de forma didática, fazer a distinção entre favela e comunidade e evidenciam aspectos da cultura dos moradores quanto aos hábitos, como moda e brincadeiras infantis. Esse viés apresenta pistas de problemas sociais

⁹⁷ Nota ao vivo, lida pelo apresentador no final de uma matéria, com informações complementares à reportagem (PATERNOSTRO, 2006, p. 212).

⁹⁸ O padrão global de qualidade vem da declarada intenção da emissora em combinar popularidade e prestígio tornando-se referência para as demais emissoras (FREIRE FILHO, 2004, p. 101).

muito maiores do que asfalto quebrado ou esgoto nas ruas. Os parceiros levantam o que consideram diferenças culturais que dividem a sociedade no momento em que apontam que são “coisas de favela”, não de asfalto. Entretanto, o programa transparece leveza ao conduzir o tema, muito distante de abordagens que caracterizam os espaços de luta social via mídia. Assim,

o discurso não é apenas o conteúdo ostensivo, aquilo que é dito, mas também o suposto, tudo o que se deixa por dizer. É a entonação que comunica o suposto ou o não dito, conferindo às simples palavras *momentum* histórico e singularidade (STAM, 2010, p. 28).

Considera-se que, ao representar seu ambiente, os parceiros são moldados, “*de forma inconsciente, por estruturas sociais, relações de poder e pela natureza da prática social em que estão envolvidos, cujos marcos delimitadores vão sempre além da produção de sentidos*” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 100).

Nas matérias de “despedida” exibidas de 18/08/2014 a 28/08/2014, relativas aos últimos programas da temporada, seis duplas entrevistaram sete duplas, o que demonstrou uma falta de equilíbrio na definição dos pares e indica que algo pode não ter ocorrido como esperado. A dupla de Caxias, formada por Jéssica Sá e Jorge Soares, entrevistou duas duplas, mas não foi entrevistada por nenhuma delas. As duplas formadas por Júlia Rodrigues e Jonathan Anjos, de Niterói, e Leonardo Oliveira e Gustavo Soares, do Maracanã, foram entrevistadas, mas os parceiros dessas duas duplas não entrevistaram nenhuma outra nessa fase do projeto, conforme mostra a tabela a seguir:

Tabela 2 – Relação das entrevistas de despedida dos parceiros

Data	Parceiros repórteres	Parceiros entrevistados
28/08/14 ⁹⁹	Frances Ferreira e Luiz Souza (Madureira)	Alessandro Werneck e Mano Brasil (Santa Cruz)
26/08/14 ¹⁰⁰	David Fernandes e Denise Cassiane (São João de Meriti e Belford Roxo)	Daiane Beatriz e Pedro Bittencourt (Complexo do Alemão)

⁹⁹ Link disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/parceiros-do-rj-de-santa-cruz-falam-sobre-o-projeto-nesta-reta-final/3592867/>>.

¹⁰⁰ Link disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/parceiros-do-rj-do-complexo-do-alemao-recordam-seus-melhores-momentos-no-projeto/3588106/>>.

Tabela 2 – Relação das entrevistas de despedida dos parceiros

Data	Parceiros repórteres	Parceiros entrevistados
25/08/14 ¹⁰¹	Alessandro Werneck e Mano Brasil (Santa Cruz)	Frances Ferreira e Luiz Souza (Madureira)
23/08/14 ¹⁰²	Leandro Lima e Aline Marinho (Rocinha, Vidigal e Chácara do Céu)	Júlia Rodrigues e Jonathan Anjos (Niterói)
20/08/14 ¹⁰³	Jéssica Sá e Jorge Soares (Caxias)	Leandro Lima e Aline Marinho (Rocinha, Vidigal e Chácara do Céu)
19/08/14 ¹⁰⁴	Jéssica Sá e Jorge Soares (Caxias)	Leonardo Oliveira e Gustavo Soares (Maracanã)
18/08/14 ¹⁰⁵	Daiene Beatriz (Complexo do Alemão)	David Fernandes e Denise Cassiane (São João de Meriti e Belford Roxo)

Identifica-se, na primeira reportagem, um padrão que seguirá pelas demais matérias de “despedida” que fecham essa segunda temporada do quadro “Parceiro do RJ”. Além da estrutura de enunciado que emoldura o quadro, no início e no fim de cada matéria, e das entrevistas serem sempre realizadas por duplas de outras regiões, os parceiros, de cada região, são convidados a expressarem sua opinião a respeito das matérias que mais se destacaram durante o seu tempo de participação no telejornal. Suas falas ficam em *off*, enquanto montagens lineares com cenas diversas não sequenciais, que ilustram sua participação, são exibidas. Em geral, as cenas expõem os bairros, a população, os problemas enfrentados e as qualidades sociais e culturais como um mosaico do cotidiano que ilustra a fala dos parceiros.

Ainda assim, essa fala não é apenas descritiva, descortinando a cidade. Tem um tom emocional que passa pela expectativa, pela experiência e pela vontade de deixar um legado. Ademais, parentes e amigos são convidados a expressarem opiniões sobre a participação dos jovens, o valor dessas participações sob seu ponto de vista, e, para manter o vínculo com a comunidade, algumas cenas de *povo fala* reforçam o discurso.

¹⁰¹ Link disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/parceiros-de-madureira-relembam-melhores-momentos/3716129/>>.

¹⁰² Link disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/parceiros-do-rj-de-niteroi-falam-sobre-a-experiencia-de-participar-do-projeto/3582774/>>.

¹⁰³ Link disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/3576004/>>.

¹⁰⁴ Link disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/parceiros-relembam-como-suas-reportagens-ajudaram-o-maracana/3573514/>>.

¹⁰⁵ Link disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/david-fernandes-e-denise-cassiane-se-despedem-do-parceiro-do-rj/3570941/>>.

Por se tratar de um modelo semelhante, que se aplica em todas as matérias desta série, a primeira reportagem será tratada de forma mais detalhada, mas as reportagens seguintes terão apenas alguns trechos selecionados, relacionados à visão dos parceiros e das pessoas da comunidade sobre suas atuações.

3.1 Reportagem de 18/08/2014

A despedida do “Parceiro do RJ” se inicia com o som de um trem passando e a imagem de um trilho em perspectiva. Daiene Beatriz entra pela direita falando para a câmera e andando em sua direção. O trilho, ao fundo, segue pelo mato e nas laterais aparecem árvores e fundos de casas simples. Daiene Fala:

Daiene Beatriz: – E a caminhada dos parceiros está quase chegando ao fim. E eu desembarquei aqui, na área da Denise e do David, pra poder conversar com eles, com a família, e relembrar os melhores momentos da trajetória deles no projeto.¹⁰⁶

Figura 10 – Imagem de Daiene Beatriz em reportagem exibida em 18/08/2014



Essa estrutura, que permeia a representação como forma de tornar o assunto mais interessante ao público, atravessa as matérias desenvolvidas nessa última fase do quadro “Parceiro do RJ”, demonstrando a familiaridade adquirida em relação à

¹⁰⁶ Trecho que foi ao ar em reportagem no dia 18/08/2014.

câmera e ao aprendizado desenvolvido pelos amadores durante esse período de convivência com os profissionais da emissora. O discurso de Davi Fernandes traz a questão de representação da região onde mora e reforça o aspecto pessoal que elencou para a produção da primeira matéria:

Davi Fernandes: – Foi um ano e meio, né, pra gente representar esse povo tão sofrido. Minha visão de mundo aumentou. Se participar pudesse resolver os problemas de muita gente. E a primeira matéria, que eu fiz, foi sobre a minha Rua Carmela Dutra, que estava numa situação difícil. As pessoas não conseguiam andar.

Enquanto Davi comenta em *off* sua participação, muitas cenas são exibidas em uma montagem linear de imagens não sequenciais que ilustram; há a finalidade de reforçar o que é dito pelo representante da comunidade. São imagens de pessoa andando de bicicleta na favela; Davi entrevistando alguém do povo; pessoa chorando sendo resgatada; pessoas sendo resgatadas; detalhe de alguém passando de bicicleta; Davi entrevistando alguém do povo; Davi medindo a profundidade de um buraco no chão; Davi dentro de outro buraco no chão com 1m de profundidade; Davi abraçando uma senhora na rua; duas mulheres fazendo sinal de positivo com o polegar; duas pessoas passando por uma trilha no mato com muito lixo; uma senhora andando ao lado de buracos na rua; uma pessoa tirando o sapato para conseguir estabilidade ao andar na rua esburacada enquanto duas outras pessoas olham; um grupo de mulheres com crianças sobem uma rua esburacada; um carro tenta driblar os buracos na rua; detalhe de tábua sobre buraco; Davi entrevista senhora que aponta o chão e, ao fundo, três adolescentes de bermudas, descalços e sem camisa; e Davi, sentado numa escada, entrevista um senhor, sentado numa mureta.

É importante frisar que não são imagens aleatórias, elas foram escolhidas pela própria equipe a partir de imagens de outras reportagens dos parceiros. Elas criam mais uma forma de vínculo com a comunidade ao buscar pela memória, reforçando os laços entre emissora, parceiros e comunidade.

O discurso de Davi é cortado por uma cena de *povo fala*, na qual uma pessoa do carro de som diz: – *Filma mesmo “cumpadi”, que tá uma vergonha essa rua mesmo.*

Figura 11 – Imagem de reportagem exibida em 18/08/2014



Em seguida, apresentam uma montagem de imagens sequenciais, exibindo cenas diversas, em *off*, e uma voz de menino é colocada declarando: “*Já engessei minha perna duas vezes*”. Aparentemente, o menino não é identificado nas cenas sequenciais da montagem, que mostram uma rua esburacada vazia; um senhor com uma criança andando na rua esburacada; detalhe de uma rua sem asfalto; uma cratera no meio da rua onde carro e pessoas dividem o mesmo espaço estreito que restou para passar. O trecho segue com a cena de uma senhora na rua segurando uma bengala para se apoiar, enquanto um carro passa ao seu lado sobre uma cratera no meio da rua. A senhora não identificada pergunta: “– *Até quando a gente vai ficar nessa situação, né Davi?*”.

Observa-se que, inicialmente, mesmo sendo pessoas que sabem quem é Davi Fernandes e Ihe dão entrevista, seus nomes não aparecem. Suas falas vêm para reforçar o problema que a falta de asfalto causa aos moradores dessa rua e, principalmente, reforçar a presença de um “Parceiro do RJ” como elo entre comunidade e telejornal na busca de visibilidade e soluções sociais. Após a pergunta à senhora não identificada, Davi fala pra Daiene, ao fundo há uma imagem panorâmica demonstrando que estão no alto do morro: – *Hoje eu consigo sair da minha casa pra trabalhar sem botar o pé na lama, e eu fiquei feliz e os moradores também vão ficar.*

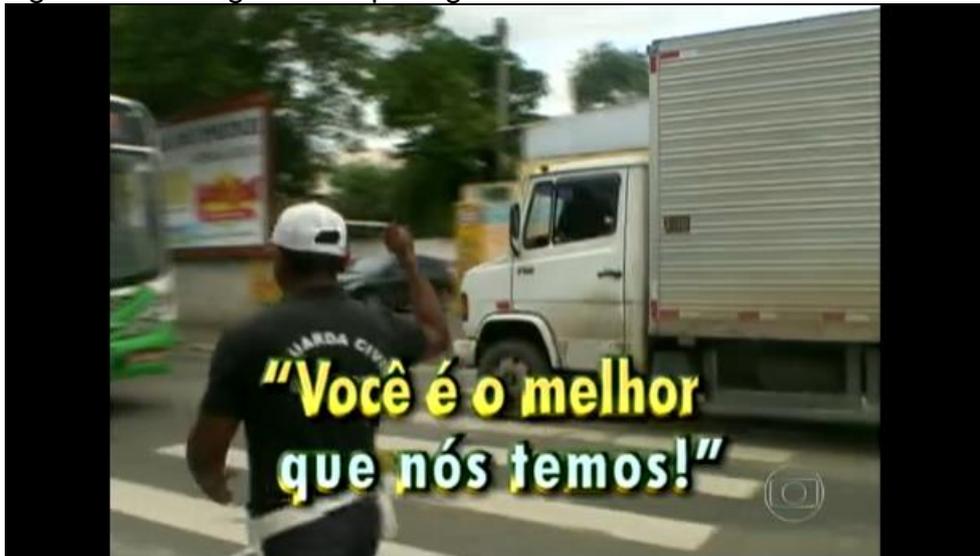
Figura 12 – Imagem de reportagem exibida em 18/08/2014



Ainda nessa matéria, Daiene entrevista Ângela Maria Soares, a mãe de Davi, que reforça os aspectos de identidade e visibilidade adquiridos após a participação no telejornal: – *A gente sente orgulho em saber que através dele a gente conseguiu muitas melhorias, né? E eu tô muito feliz.* Em seguida, a fala de Davi declara sua vontade de levar dignidade às pessoas da região: – *São pessoas que a gente vê o potencial de driblar as dificuldades, e trabalhar, e viver com dignidade, de uma forma alegre, levando alegria pra todo mundo.*

Enquanto a voz de Davi permanece em *off*, muitas outras cenas são exibidas no mesmo modelo de montagem sequencial, que ilustram sua fala e a de sua mãe. No caso de Ângela Maria, a imagem é de Davi colocando um chapéu, o parceiro estava no meio de uma praça asfaltada e um mastro com a bandeira do Brasil ao fundo. No caso da fala de Davi, as cenas foram de escoteiros treinando arco e flecha; escoteiros comemorando; pessoa aparando o mato; Denise entrevistando judocas; crianças praticando Judô; pessoa cuidando de uma muda de árvore; alguém passando num carro na rua movimentada; guarda de trânsito e pedestres atravessando na faixa. Para fechar a sua participação, o *off* muda para uma frase dita por um caminhoneiro gritando para o guarda municipal: – *Você é o melhor que nós temos!* O guarda municipal responde com sinal de positivo com o polegar.

Figura 13 – Imagem de reportagem exibida em 18/08/2014



Na continuação da reportagem de Daiene Beatriz, a imagem da câmera registra o céu e gira em direção à Daiene que está numa rua tranquila com casas simples. Ela anda em direção à câmera, segurando o microfone, e fala: – *Cheguei a Belford Roxo e o tempo fechou. Gente, brincadeiras à parte, mas isso acabou de me lembrar de uma matéria da nossa parceira Denise.*

Figura 14 – Imagem de reportagem de 06/02/2013 exibida em 18/08/2014



A primeira cena de Denise é reproduzida. Uma noite em que a região ficou alagada e a parceira começou a fazer a matéria a partir da própria casa. A montagem das imagens inclui Denise em um lugar alagado à noite falando para a

câmera detalhes do alagamento; rua vista por uma porta aberta com muita água cobrindo pneus dos carros estacionados e uma pessoa vista jogando água para fora da casa, pela janela, com um balde. Enquanto isso, em *off*, Denise fala: – *Esse aqui é o meu quintal. Vocês não têm noção do que está cheio isso aqui. Não me fala não... ou melhor, fala sim. Vocês conseguem ver a rua? Um caos gente!*

Durante sua entrevista, Daiene fez lembrar que foram muitas histórias, enquanto 7 cenas de Denise trabalhando foram exibidas, e perguntou se havia alguma inesquecível, “*aquela matéria especial, aquela que você não vai esquecer?*” Já no sofá de casa, Denise começa a responder e sua fala fica em *off*, enquanto outras 8 imagens no mesmo molde de montagem linear de cenas não sequenciais são exibidas.

Denise Cassiane: – Inesquecível mesmo, Daiene, foi uma matéria de uns dutos que têm ali no bairro Pabi, de umas pessoas que não têm uma simples e... forma de passar, uma passarela. Outra matéria também que eu lembro foi ali no centro de Belford Roxo, na entrada ali da Dutra, tava tudo sem iluminação. Passaram-se duas semanas e a gente foi lá e tava tudo aceso, uma avenida inteira. Então, a gente fica muito feliz com isso.

Em outro momento, Daiene entrevista Isabel Cristina Roque, a mãe de Denise, do lado de fora de uma casa:

Daiene Beatriz: – E aí, eu quero saber da senhora, como é que é ver sua filha aí, brilhando aí?

Dona Isabel Cristina Roque (mãe da Denise): – Muito bom né? Muito bom. Eu tô assim bastante feliz. É um ciclo que já está se fechando.

Enquanto sua mãe é entrevistada, Denise chega falando a partir da lateral da casa:

Denise Cassiane: – Já tá roubando a cena? Eu não posso sair um minuto, largar o microfone, que ela já chega e quer roubar a cena, Daiene.

Daiene Beatriz: – Ó! Agora eu quero conversar com a Dona Isabel um pouquinho. Calma aí.

Dona Isabel Cristina Roque (mãe da Denise): – É um ciclo que já tá se fechando, mas outro já vem se abrindo. Não só pra ela, mas pra todos vocês. E eu tô assim alegre. Cada um agora vai seguir o seu caminho, mas vai seguir assim, confiante, que sabe que lá na frente vai encontrar coisas boas.

Figura 15– Imagens de reportagem exibida em 18/08/2014



Enquanto dona Isabel fala, a imagem é substituída por uma cena montada, na qual Davi e Denise andam um de cada lado dos trilhos do trem e, depois, de mãos dadas sobre esses mesmos trilhos. A voz de dona Isabel continua em *off* até o fim da cena.

Figura 16 – Última imagem de reportagem exibida em 18/08/2014



Para finalizar, já no estúdio do RJTV, Mariana Gross comunica: – *E amanhã a gente mostra a despedida de outra dupla.*

3.2 Reportagem de 19/08/2014

A segunda dupla a se despedir foi a que representa a região do Maracanã, Leonardo Oliveira, de Vila Isabel, e Luiz Gustavo Soares, de São Cristóvão. Eles foram entrevistados pela dupla de Caxias, Jorge Soares e Jéssica Sá, que iniciam a reportagem destacando alguns pontos da região:

Jorge Soares: – O que é que a região do grande Maracanã tem? Feira de São Cristóvão... Maracanã, Quinta da Boa Vista...

Jéssica Sá: – É, mas também tem Luiz Radiador, buraco na calçada, batalha de Rap.

Jorge Soares: – Isso, porque antes de ser palco da Copa do Mundo,.

Jéssica Sá: – já tinha uma dupla que há muito tempo já estava de olho nessa região.

Jorge começa entrevistando Leonardo onde mora, no Morro dos Macacos, em Vila Isabel. Como destaque de sua participação, Leonardo elege a matéria da Luz. Nesse momento, exibem uma cena de uma matéria feita por Leonardo em 09/04/2013:

Leonardo Oliveira: – Morro dos Macacos, minha comunidade, o maior problema daqui é de luz.

Mulher fala: – Posso mandar um recado pra light? Vou mandar um recado pra ela: não mande a conta, mande vela.

Em seguida, Leonardo informa a Jorge que, graças à matéria, o problema, que também afetava outros moradores, foi resolvido, e eles puderam ajudar algumas pessoas. Nesse instante, exhibe uma cena de uma matéria feita por Leonardo em 25/04/2013:

Leonardo Oliveira: – Finalmente a situação melhorou! Não é verdade, Dom?

Povo fala – Dom: – É verdade mesmo.

A seguir, Jorge entrevista uma pessoa ao lado de Leonardo, a câmera registra o morro ao fundo.

Homem fala: – Eu acho que cada comunidade tem que ter esse projeto pra mostrar os nossos... a dificuldade que a gente passa, os nossos problemas sociais. Pra mostrar pro povo que tá vendo...

E Francisca Paulino, mãe do Leonardo, não esconde o orgulho que sente do filho:

Jorge Soares: – Conta pra gente, como é que foi ver o Leo nesse um ano e meio do projeto?

Francisca Paulino (mãe do Leonardo): – Foi bom, muito bom, um orgulho muito grande.

Jorge Soares: – E quando ele aparecia na televisão, como é que era a reação dentro de casa?

Francisca Paulino (mãe do Leonardo): – Ah principalmente a minha, que ficava pulando feito uma maluca, gritando “o Leo gente, vem ver o Leo”.

Jéssica Sá continua a reportagem dizendo que “*Se tem alguém que conhece São Cristóvão como ninguém é, aqui ó, Luiz Gustavo*”. Enquanto isso, a imagem traz Luiz Gustavo andando pelas ruas e sendo cumprimentado pelas pessoas. Ele encontra Jéssica e entram numa loja de lanches chamada Rochinha. Jéssica entrevista Dona Bete, senhora que está atrás do balcão.

Jéssica Sá: – Dona Bete, você conhece esse rapaz aqui desde pequeno?

Dona Bete: – Conheço. Desde pequenininho que ele vem aqui. Ele, o irmão dele...

Jéssica Sá: – O trabalho dele aqui, na região, “cê” acha que valeu a pena?

Dona Bete: – Ah, valeu bastante, poxa.

Em seguida, ostentam um homem na rua sendo entrevistado que atesta: “– *Vocês levam pra televisão o que verdadeiramente acontece no bairro*”. Antes de entrevistar a família de Luiz Gustavo, Jéssica celebra que o parceiro gostou tanto de fazer reportagens que iria deixar o curso de Direito para fazer Jornalismo. Em seguida, corta para cena do Pai do Luiz Gustavo, abraçado ao filho, respondendo às perguntas de Jéssica em ambiente doméstico.

Luiz Carlos Siqueira (pai do Luiz Gustavo): – E na região aqui, todos já conhecem ele. Iam passando, você é o pai do Luiz Gustavo? Sim, estou ficando famoso. Até por intermédio dele, né?

Sandra Soares (mãe do Luiz Gustavo): – As pessoas me dão parabéns, acho que ele se saiu muito bem. Porque dizem pra mim assim: esse menino é bom, ele vai longe.

Jéssica Sá: – O projeto acaba, mas advinha o lema que fica na família?

Para concluir, a reportagem exhibe uma cena com integrantes da família cantando, em coro, a vinheta do “Parceiro do RJ” na sala da residência. Uma pessoa segura algo que aparenta ser um certificado do projeto.

Sete integrantes da família, em coro na sala de casa: – “Parceiro do RJ” no ar, rapá!
Luiz Carlos Siqueira (pai do Luiz Gustavo): – Viva São Cristóvão!

Figura 17 – Última imagem de reportagem exibida em 19/08/2014 mostrando a família de Luiz Gustavo



3.3 Reportagem de 20/08/2014

Em mais uma despedida, os parceiros de Caxias, Jéssica Sá e Jorge Soares, foram ao Vidigal e à Rocinha entrevistar Aline Marinho e Leandro Lima, a última dupla a integrar o time dessa temporada, após a pacificação da Rocinha e a entrada da UPP. Aline destaca que o projeto mudou a sua relação com o lugar onde mora:

Aline Marinho: – Olha, foi pra mim muito emocionante, uma experiência única. Até a própria trilha que foi, que vocês vieram aqui né, que a gente pode mostrar um lugar que eu que era moradora aqui do Vidigal há 27 anos nunca tinha tido acesso (enquanto fala da trilha, aparecem cenas do dia 17/03/2013).

Cida Marinho (mãe da Aline Marinho): – Foi um ano e meio de muita luta, foi muito legal o trabalho dela. Acompanhei várias etapas do trabalho dela.

Aline Marinho: – Uma coisa que me mudou muito, a minha relação com o lugar onde eu moro foi encarar os problemas com um outro olhar. Uma reportagem que eu fiz há uns meses atrás foi sobre uma pracinha que não tinha balanço, não tinha escorrega e eu achava aquilo ali normal. E aí um dia eu tava (*sic.*) na janela e olhei e falei assim “Leandro, aqui é uma pauta, na nossa frente”. O Parceiro também foi um divisor de águas na minha vida, assim.

Em relação à participação de Leandro Lima, Jorge Soares levanta questões sobre como é representar mais de cem mil moradores e a importância desse projeto para a comunidade. Na primeira matéria, sobre a Rocinha de Braços Abertos,

Leandro demonstra ter sentido o peso da responsabilidade: “É, foi difícil pelo tamanho que é a Rocinha, né? Foi um aprendizado na primeira matéria, foi ali que eu fui e falei “é... a responsabilidade vai ser a partir daqui”. Nessa corrida, realizada em 25/03/2013, Leandro conheceu dona Antônia, uma senhora da comunidade.

Ao vê-la cruzando a linha de chegada, o parceiro correu em sua direção comemorando: – *Que momento espetacular, dona Antônia cruzando a linha de chegada. Eu tô muito feliz com isso. Muito bom, dona Antônia! (abraça e roda dona Antônia). Dona Antônia conseguiu!*

Figura 18 – Imagem de reportagem de 25/03/2013, exibida em 20/08/2014, mostrando a comemoração de Leandro Lima e dona Antônia



E sobre a importância do projeto para a comunidade, Jorge Soares busca também as palavras da mãe do Leandro, dona Dalva:

Leandro: – Olha, o “Parceiro do RJ” se tornou uma referência aqui, né, as pessoas me abordavam, às vezes vinha recado até na minha casa.

Dalva Lima (mãe do Leandro): – As pessoas procuravam ele aqui pra fazer, arrumar matéria. Quando ele era pequeno, ele falava assim “eu quero ser repórter”.

3.4 Reportagem de 23/08/2014

Leandro Lima e Aline Marinho foram os responsáveis por entrevistar a dupla de Niterói, Júlia Rodrigues e Jonathan Anjos. No caso, enquanto respondiam às

primeiras perguntas, as falas eram colocadas em *off* e 17 cenas dos jovens atuando durante o período do projeto preenchiam a tela.

Júlia Rodrigues: – Nesse final de projeto, a gente começa a pensar, né, como é que foi, ver tudo o que aconteceu. A gente começou a ver o quão era importante o nosso papel dentro da nossa cidade. (...) E foi muito legal eu conseguir ver, nas coisas mais simples e que eu já estava acostumada, ver os problemas... éee... tentar solucionar.

Logo após, exibem uma matéria de Jonathan Anjos, do dia 03/05/2013, sobre uma cratera que se abriu na calçada e outra, do dia 06/08/2013, com o problema parcialmente resolvido:

Jonathan Anjos (03/05/2013): – E nesse ponto da estrada uma enorme cratera se abriu na calçada. Com isso, os moradores têm que se arriscar na rua para que consigam acessar o outro lado.

Homem fala (03/05/2013): – Tá arriscado um carro pegar a gente aqui, ó.

Mulher fala 1 (03/05/2013): – Cada vez que chove, tá abrindo mais. Esse pedaço aqui já caiu, lá naquele canto lá já caiu mais.

Jonathan Anjos (06/08/2013): – Hoje, o que nós vimos é uma situação totalmente diferente. Obras iniciadas.

Mulher fala 2 (06/08/2013): Eu passava por aí com o maior medo.

Jonathan Anjos (06/08/2013): – E agora?

Mulher fala 2 (06/08/2013): – Agora o medo acabou.

Com referência à sua matéria preferida, Júlia destaca a que fala sobre Carlos, um homem que faz croqui e vende na rua. As imagens são intercaladas entre Carlos desenhando e detalhes do desenho e do material, e outras das pessoas falando sobre o seu trabalho:

Júlia Rodrigues (14/11/2013): – Quem passa por aqui, na Avenida Visconde do Rio Branco, nessa calçada, pertinho das barcas, pode até não ter percebido, mas aqui nós temos um grande artista.

Mulher fala 3 (14/11/2013): – O cara é show. Arrasa.

Mulher fala 4 (14/11/2013): – Só falta oportunidade pra ele aparecer, ter uma visibilidade maior.

Carlos desenhista (23/08/2014): – As pessoas passaram a falar “poxa, você é um estilista”. Estilista é aquele que cria roupa, que desenha pra uma loja. Aí eu falei: “Não, vocês tão brincado comigo”. Dali começou a minha vida.

Júlia Rodrigues (23/08/2014): – E no dia que a matéria passou, ele me ligou, à noite, e falou: “Júlia, mas a matéria foi muito bem-vista, todo mundo que passava falava comigo, me dava parabéns, e eu vendi muitos croquis. Eu tô muito feliz, muito obrigado”. Então realmente foi muito positivo pra mim.

3.5 Reportagem de 25/08/2014

Frances Ferreira e Luiz Souza, da região de Madureira, foram entrevistados pelos parceiros Alessandro Werneck e Mano Brasil, de Santa Cruz. Alessandro Werneck e Frances Ferreira iniciam com uma cena demonstrando parceria. A imagem começa em uma placa presa no alto de um poste com os dizeres “integração trem-ônibus”, e os parceiros se cumprimentam em frente a um ponto de ônibus enquanto falam:

Alessandro Werneck: – Parceria e integração. Enquanto meu parceiro Mano vai lá visitar o Luiz em Madureira, eu vim aqui visitar o Frances. Beleza, meu camarada?

Frances Ferreira: – Sempre tá, né? Tamo junto?

Alessandro Werneck: – Sempre, e misturado.

Alessandro Werneck: – Um ano e meio após o início da parceria entre o Frances e o Luiz, eu vim aqui pra saber como é que foi esse trabalho aí?

Frances Ferreira: – Trabalho e felicidade também, né? Quem ganhou foi a gente. Tudo que a gente mostrou, a gente aprendeu um pouquinho. Desde comprar no mercadão de Madureira, São Cosme e Damião, baile charme de Madureira, rua sem asfalto... e a gente viu que a partir de uma coisa ruim pode se transformar em uma coisa boa. Foi o caso do Muquiço, que teve as enchentes...

A matéria escolhida por Frances Ferreira, exibida em 13/12/2013, tem cunho assistencial, ligada às pessoas que perderam muitas coisas depois de uma forte chuva, que acarretou em uma enchente. Frances entrevista uma senhora enquanto o lixo e os entulhos são recolhidos por um caminhão em uma rua estreita com muita lama.

Frances Ferreira (13/12/2013): – Maria Helena, o que a senhora perdeu com essa chuva?

Maria Helena (13/12/2013): – Tudo. Pedimos à vizinhança todinha, nessa rua todinha, perdeu foi tudo. Só não perdi a minha alma que ainda tá aqui.

Em seguida, o parceiro mostra que sua reportagem trouxe resultados positivos para as pessoas que sofreram com a enchente. A imagem exhibe pessoas separando roupas, objetos de casa e alimentos em lugar fechado e limpo, além de várias outras pegando roupas amontoadas para vestir.

Frances Ferreira (25/08/2014): – A gente começou a fazer a reportagem mostrando uma coisa ruim e depois o resultado obtido, doações, o pessoal de casa se identificou, doou.

O discurso é reforçado por meio de *povo fala* exibido em matéria que demonstra resultados alcançados através da reportagem transmitida cinco dias após a primeira matéria sobre a enchente.

Mulher fala 1 (18/12/2013): – Quem tá doando, eu agradeço muito, muito, de todo coração, porque se não for vocês ajudar a gente, quem vai ajudar?

E, nessa despedida, os parceiros ainda retornaram ao local da enchente e conversaram com as pessoas assistidas à época. O discurso reforça a importância do telejornal em trazer resultados à população, ao mesmo tempo em que demonstra o fraco retorno do poder público direcionado à população de algumas regiões.

Homem fala 1 (25/08/2014): – E, graças a Deus, através dos parceiros do RJ, entendeu, a gente conseguiu chamar as pessoas pra ajudar.

Mulher fala 2 (25/08/2014): – Poxa, e se não fossem eles, caraca, a gente tava aqui abandonado até hoje, sem nada.

Alessandro Werneck (25/08/2014): – Tão com moral, hein?

Frances Ferreira (25/08/2014): – Muitas coisas das que a gente mostrou, a gente conseguiu resolver, e eu sou morador daqui, então é claro, eu quero que a minha região seja melhor cada vez mais também.

Na segunda parte dessa reportagem, Mano Brasil começa contando que os parceiros de Madureira “*não deram bobeira*” e fizeram cartões colocando seus contatos para saber mais sobre os problemas da localidade.

Mano Brasil: – E os parceiros de Madureira, Frances e Luiz, não deram bobeira, como “parceiros do RJ”. Distribuíram esse cartãozinho aqui pra várias pessoas pra saber os problemas da sua localidade. E foi assim que eles conheceram a dona Rosângela. E aí, gostou aí do trabalho exercido pela rapaziada aqui de Madureira?

Dona Rosângela: – Ah, com certeza, melhorou muito. Deu o maior apoio à gente, que a gente *tava* precisando.

Na entrevista, Luiz Souza, ao contrário de Frances, figura um problema sem solução, na tentativa de trazer maior visibilidade e cobrar retorno do poder público. Trata-se de um poste torto e fora de alinhamento em comparação aos demais localizados na Rua Edgard Romero.

Figura 19 – Imagem de reportagem de 28/05/2014, exibida em 26/08/2014, na qual Luiz Souza mostra os postes tortos na Rua Edgard Romero



Luiz Souza (28/05/2014): – Olha, essa imagem pode tá um pouco estranha, mas quem tá torto aqui não sou eu não, é o poste.

Luiz Souza (25/08/2014): – Três meses depois de a matéria ter ido ao ar, tá tudo igual. Então, até por isso que eu escolhi mostrar isso aqui na minha despedida, pra ver se ainda dá tempo de resolver, né?

Mano Brasil (25/08/2014): – Isso é que é parceiro. Até na sua despedida não deixa de estar contribuindo aqui com sua região de Madureira.

Mano Brasil (25/08/2014): – A senhora me falou uma parada aqui que é muito interessante, que é essa questão que aqui tem cultura e eles mostraram isso também nas reportagens deles. Não falaram só de problema não. Mostraram o teatro, mostraram a Portela lá, que é o samba. Aqui é a área dos bamba e dos poste bamba.

Dona Rosangela (25/08/2014): – É verdade, também os poste bamba.

Mano Brasil (25/08/2014): – O que a senhora deixaria como recado pra eles aqui?

Dona Rosangela (25/08/2014): – Bastante sucesso pra vocês, porque vocês merecem.

Mano Brasil (25/08/2014): – É isso aí ó, “Parceiro do RJ”, tamo aqui ó, se despedindo, cabeça erguida e vamo pra frente.

3.6 Reportagem de 26/08/2014

Na penúltima despedida, Denise e Davi foram ao conjunto de favelas do Alemão para entrevistarem Daiene Beatriz e Pedro Bittercourt. No mesmo molde da primeira reportagem, enquanto Daiene comenta sua participação em *off*, muitas cenas são exibidas em uma montagem linear de imagens não sequenciais que ilustram, com o intuito de reforçar o que é dito pela representante da comunidade.

Daiene Beatriz: – Olha, pra mim, assim, foi a realização de um sonho. Tiveram matérias assim bem marcantes que me emocionaram e que me ensinaram muito, como as famílias que ficaram abrigadas aqui na estação porque perderam suas casas durante as chuvas do final do ano.

Em seguida, aparece uma cena antiga de Daiene entrando em uma sala de abrigo com pessoas espalhadas dormindo em colchões e cobertores espalhados sobre o chão.

Daiene Beatriz (13/12/2013): – A gente vai entrar aqui na sala agora, o pessoal tá acordando ainda, são muitas crianças de todas as idades. Inclusive, tem um recém-nascido aqui.

Mãe com bebê no colo fala (13/12/2013): – Perdemo tudo, que a chuva molhou tudo, levou tudo.

E a parceira comemora a conquista de uma caixa d'água por meio de uma matéria sua divulgada no RJTV:

Daiene Beatriz: – Teve também uma matéria da caixa d'água aqui das Palmeiras, que todos os moradores aqui do morro das Palmeiras tiveram água chegando na sua casa normalmente. A gente conseguiu com a nossa matéria, corremos atrás, e agora eles têm uma caixa de um milhão e setecentos mil litros. Então, foram momentos especiais.

Quando Denise entrevistou a família, a conversa adquiriu um tom mais pessoal:

Débora Santos (irmã da Daiene): – Ah, ficou todo mundo falando: “A tua irmã, vi tua irmã na televisão hoje, manda um beijo pra ela”. “Ó, vou lá falar com seu pai, quero namorar com tua irmã famosa”.

Denise Cassiane: – Que história é essa Daiene? Arrumou pretendente e tudo aqui no Alemão?

Daiene Beatriz: – Dessa eu não sabia não, fiquei sabendo agora.

Denise Cassiane: – Caramba, muito sortuda, né? Lá em Belford Roxo não pintou ninguém pra mim.

Demerson Santos (irmão da Daiene): – Quando eu passo na rua, as pessoas já olham e acham que eu participo do projeto também. Me falam “ah, você não é irmão daquela menina que é parceira do RJ? Então, eu tenho um problema lá perto de casa”. Aí eu pego o telefone, pego o nome das pessoas e passo pra ela.

Denise Cassiane: – Você é auxiliar de Parceiro, né?

Demerson Santos (irmão da Daiene): – É, seria mais ou menos isso (risos).

Pedro Bittencourt, ao ser entrevistado, destacou a importância cultural do bairro, que mantém diversos nomes da cultura carioca habitando suas ruas, dentre eles está Niltinho Tristeza que ganhou destaque no telejornal.

Para Pedro,

foi muito bom, foi muito interessante essa troca com a comunidade, com os moradores, tentando atender a todos os pedidos deles, de uma maneira, dando voz a todo esse povo. Foi uma coisa muito legal. É... nós saímos, com certeza, um ser humano muito melhor disso.

Karina Frutuoso (amiga de Pedro): – Todos gostaram muito do Pedro participando do “Parceiro do RJ”.

Davi Fernandes: – Tem alguma matéria que marcou você?

Karina Frutuoso (amiga de Pedro): – Do Niltinho Tristeza. A vida dele, a trajetória dele.

Em seguida, a edição traz um trecho da reportagem exibida em 15/03/2014:

Pedro Bittercourt (15/03/2014): – Eu e minha parceira Daiene viemos conhecer aqui um bamba de verdade.

Niltinho Tristeza (15/03/2014): – Quando eu olhei pra arquibancada e vi assim todo mundo (cantando): “Liberdade, liberdade, abre as asas” (falando) Falei, “meu Deus do céu”...

Já na reportagem exibida no dia 26/08/2014, Davi entrevista Niltinho sentado na escada e encostado no portão ao lado de Pedro e Daiene:

Davi Fernandes: – Como é que o senhor avaliou a trajetória dos dois no projeto?

Niltinho Tristeza: – Maravilhoso rapaz. Com essa reportagem, sabe o que aconteceu comigo? É... me divulgou muito. Porque tem muita gente que conhece essa música, mas não conhece o autor. E eu fico muito grato por tudo (cantando): E que a voz da igualdade, seja sempre a nossa voz.

Daiene Beatriz: – Éeee.

Figura 20 – Imagem de reportagem de 26/08/2014, quando Davi entrevista Niltinho sentado na escada e encostado no portão ao lado de Pedro e Daiene



3.7 Reportagem de 28/08/2014

A última reportagem de despedida da segunda temporada do quadro “Parceiro do RJ” traz os parceiros de Madureira Luiz Souza e o Frances Ferreira entrevistando Mano Brasil e Alessandro Werneck, de Santa Cruz. Na primeira parte da entrevista, Souza e Werneck conversam em tom coloquial, reforçando a proximidade. As imagens apontam, inicialmente, o BRT de Santa Cruz, em seguida Werneck sendo entrevistado por Luiz Souza em uma rua movimentada, e, enquanto as falas continuam em *off*, várias cenas são exibidas da mesma maneira que nos programas anteriores dessa série.

Luiz Souza: – Sai lá de Madureira, vim aqui em Santa Cruz encontrar o Werneck, grande parceiro. Werneck fala pra gente aí, como é que foi participar desse projeto “Parceiro do RJ”?

Alessandro Werneck: – Cara, foi muito bacana assim. Foi um ano e meio aí de aprendizado, de participação mais ativa aqui no nosso bairro e eu acho que a gente conseguiu contribuir bastante na proposta que era de mostrar o nosso lugar.

Luiz Souza: – E assim de todas as matérias que você fez teve alguma que te marcou mais?

Alessandro Werneck: – Ah cara, têm várias assim. Algumas emblemáticas até. Tinha uma comunidade aqui, Cesarão, muito próxima, onde uma senhora esticava duzentos metros de mangueira pra poder ter água.

Dessa vez, as cenas antigas se intercalam com as de Werneck sendo entrevistado por Souza, nessa ordem: Werneck é entrevistado por Luiz Souza em rua movimentada; adolescentes uniformizados praticando corrida na rua; pessoa removendo entulho embaixo de ponte; casas vistas a distância; pessoas dentro da estação do BRT; detalhe de lixo no chão; Werneck é entrevistado por Luiz Souza em rua movimentada; jovens em competição de corrida na rua; Werneck é entrevistado por Luiz Souza em rua movimentada; senhora e dois homens saindo de casa com carrinho de obra carregando mangueira enorme; senhoras puxando mangueira no meio da rua; senhora sozinha puxando mangueira pela rua.

A seguir, é exibida uma cena de 14/01/2014 em que Werneck entrevistou a senhora que estica a mangueira:

Alessandro Werneck (14/01/2014): – Não é mole não, hein. Até pra mim, que tenho vinte e poucos anos aí, o negócio é puxado. É essa peleja todo dia?

Senhora que estica a mangueira (14/01/2014): – Todo dia, todo dia...

Figura 21 – Imagem de reportagem de 14/01/2014, exibida em 28/08/2014, mostrando senhora esticando a mangueira.



E para concluir a matéria de Werneck, Souza entrevista o senhor Raimundo em uma rua movimentada e pergunta se ele já foi entrevistado por Werneck. Enquanto Raimundo responde, várias cenas são exibidas ilustrando a fala em *off*, no mesmo modelo adotado nas entrevistas de despedidas dos parceiros: Raimundo é entrevistado por Luiz Souza em rua movimentada; detalhe de placa em poste com os escritos “praça Maria Polo”; gramado; criança brincando em balanço em árvore; crianças jogam bola em gramado; Raimundo é entrevistado por Luiz Souza em rua movimentada.

Senhor Raimundo: – Fui entrevistado. Eu fiz um trabalho com ele na minha comunidade, lá no Vale do Sol. A nossa matéria era uma praça, que constatava que ela era pronta na prefeitura, e não era. Então o “Parceiro do RJ” foi lá, amostrou, como é que a praça não estava pronta. Depois do “Parceiro do RJ” a coisa começou a andar. “Parceiro do RJ” trouxe muito benefício para o bairro de Santa Cruz.

A entrevista de Despedida de Mano Brasil tem início com ele próprio introduzindo cenas de uma reportagem antiga sobre um morador da região chamado Natanael, que é bailarino e conseguiu participar de um curso de verão numa escola de balé em Miami. Ilustrada por cenas de menino de skate descendo uma rua; menina de skate descendo uma rua; Frances entrevistando Mano Brasil em rua tranquila; Natanael praticando balé em sala de dança, a fala de Mano permanece em *off*. – *A gente pôde mostrar bastante coisas. Problemas que foram solucionados, outros não. Mas o que mais me tocou mesmo foi a história do Natanael.*

Mano Brasil (17/05/2013): – E agora o Natanael tem uma chance de ouro, ele foi convidado para um curso de verão numa escola de balé em Miami. A dificuldade é conseguir dinheiro para essa viagem.

Mulher ao lado de Natanael fala (17/05/2013): – Ele só ganhou a bolsa pro curso, mas precisa da passagem, do visto, de alimentação e a gente pede ajuda aí de quem puder ajudar né, pra ele conquistar o sonho dele.

Enquanto Mano fala, as cenas são de: Mano anda em rua vazia ao lado de Natanael; Natanael cumprimenta senhora na rua; pessoas ensaiam dança popular; várias pessoas praticam balé em sala de dança. Já no caso da moça, ela está ao lado de Natanael em uma sala de dança respondendo à entrevista.

Em seguida, aparece uma cena exibida no presente (28/08/2014), na qual Frances entrevista Natanael ao lado de Mano Brasil em rua tranquila com crianças ao fundo:

Frances Ferreira: – Tá feliz aí com a experiência de Miami?

Natanael: – Tô, tô sim, eu acabei de voltar. Fiquei um mês em Miami e ganhei uma bolsa de estudos agora pra ficar agora um ano na escola. Então é tipo felizaço.

Frances Ferreira: – E esse cara do seu lado, qual a participação dele?

Natanael: – Não... a participação dele foi incrível. Ele foi, fez uma entrevista, e a partir dessa entrevista um telespectador gostou do meu talento, gostou do meu trabalho, e decidiu me ajudar. Aí me deu a passagem pra eu poder ir pra Miami.

Mano Brasil: – Na verdade, esse é que é o trabalho do “Parceiro”, poder contribuir com esse jovem aí supertalento. Vai representar a gente agora.

Já em outro ambiente doméstico, enquanto uma mulher fala em *off*, são exibidas cenas de uma senhora ao lado de Mano Brasil respondendo à entrevista em um ambiente doméstico; Mano entrevista senhor em uma praça; Mano entrevista senhora em uma estação do BRT; Mano entrevista Natanael em uma rua tranquila com casas simples; Natanael pratica balé em sala de dança; senhora ao lado de Mano Brasil responde à entrevista.

Mulher, ao lado de Mano Brasil, fala: – Muito feliz. Esse ano, esse ano e meio ele trabalhando, assim, no “Parceiro do RJ” que foi assim muito importante pras pessoas. É um vizinho que fica aqui “Parceiro do RJ, pá”.

Para finalizar a última imagem da série de despedidas dos jovens protagonistas do quadro “Parceiro do RJ”, a edição mantém montagens lineares com cenas diversas, não sequenciais, enquanto o áudio conta com a voz de Mano Brasil cantando em *off*.

Mano Brasil (cantando em off): – Desce a ladeira na atividade, com muita ousadia, o lado oeste da cidade. Tamo junto e misturado, com nós ninguém pode. Skate na veia é Sepetiba *longboard*.

As cenas são de Mano Brasil descendo a rua de skate; Mano falando para câmera dentro de um carro; adolescente praticando atletismo na rua; adolescente praticando corrida na rua; Mano fazendo uma *passagem* (falando para câmera) em frente à bilheteria de uma estação do BRT; Mano falando para câmera em frente a uma praça tranquila; Mano fazendo uma *passagem* (falando para câmera) ao lado de um canal de esgoto; adolescentes descendo de skate e bicicleta uma rua tranquila; Mano entrevistando uma senhora; Mano entrevistando uma criança; Mano fazendo uma *passagem* (falando para câmera) em frente a tendas e muitas pessoas que conversam entre si; várias pessoas praticando balé em sala de dança; Mano falando para câmera com bola de basquete na mão enquanto adolescentes fazem aquecimento em quadra de esportes ao fundo; e, por fim, Mano Brasil descendo a rua de skate.

Figura 22 – Última imagem de reportagem do projeto “Parceiro do RJ” mostrando Mano Brasil andando de skate



O processo de descrição das cenas acima visa demonstrar e reforçar a importância desta etapa como base para a análise a seguir.

3.8 A visão quantificada da Urbe

Para entender se, nesta última etapa, foi privilegiada uma dimensão “pessoal” (relativa ao privado) ou “social” (relativa ao público) dos temas selecionados pelos parceiros, foram escolhidas palavras utilizadas nos discursos dos próprios parceiros e realizadas buscas de localização dessas palavras no texto transcrito, a fim de mensurar quanto se fala sobre cada conceito e a dimensão municipal, estadual ou nacional das reportagens. Quanto à dimensão social, as palavras escolhidas para análise quantitativa foram: 1) ajuda(r); 2) solução; 3) resolve e 4) problema, para identificar a finalidade. Com o intuito de detectar os vínculos locais e o nível de visibilidade que o assunto visa alcançar, as palavras escolhidas foram: 1) cidade; 2) estado; 3) Niterói; 4) Rio de Janeiro; 5) bairro; 6) morro; 7) comunidade; 8) obra(s); 9) rua; 10) nomes de bairros, 11) morador(es), 12) população, 13) povo e 14) palavras falando da cidade. Quanto à dimensão pessoal, as palavras escolhidas para análise quantitativa foram: 1) eu; 2) meu/minha; 3) nosso/nossa e 4) o total de palavras falando de si para identificar relações de pertencimento, identidade e busca por visibilidade pessoal.

Como resultado, as palavras solução, estado, Rio de Janeiro, população e governo não tiveram nenhuma incidência. Isso infere que, no discurso, o estado do Rio de Janeiro, o governo e a população não são referências como agentes criadores nem transformadores dos fatos apresentados. Para os parceiros, as referências são mais próximas e locais.

Tabela 3 – Resultado das referências de locais

Data	Cidade	Niterói	Bairro	Morro	Rua	Comunidade	Nome Bairro	Morador	Povo
28/08/2014	1	0	2	0	0	2	7	0	0
26/08/2014	0	0	0	1	1	1	9	2	1
25/08/2014	0	0	0	0	3	0	8	1	0
23/08/2014	2	3	0	0	0	0	3	2	0
20/08/2014	1	0	0	0	0	2	12	3	0
19/08/2014	0	0	2	2	0	2	10	1	1
18/08/2014	0	0	1	0	3	0	6	1	1
Total:	4	3	5	3	7	7	55	10	3

No lugar de estado e Rio de Janeiro, pensa-se na cidade (7), incluindo Niterói, no bairro (5), no morro (3), na rua (7) e na comunidade (7). No lugar de população, pensa-se em povo (3) e em morador (10). Os nomes dos bairros aparecem mais do que qualquer outra palavra. À medida que a palavra se relaciona à proximidade e à personalidade, sua incidência tende a crescer. Por exemplo, as mais citadas são os nomes dos bairros, morador, comunidade e rua, refletindo um endereçamento muito claro a respeito dessas regiões. Palavras relacionadas à visão um pouco mais ampla, como cidade e povo, aparecem em menor escala. Isso infere que o olhar é totalmente local, para questões próximas aos jovens, bem dentro da proposta do telejornal que é de expor as regiões sob o olhar do morador, sem grandes análises. Os fatos são registrados com entrevistas das pessoas da região, mas não há informações que mostrem ou induzam a uma transcendência. Destaca-se com orgulho quando é algum fator cultural ou artístico, com o intuito de cobrar uma solução do poder público, quando se trata de algum problema estrutural ou social urbano. O telejornal torna-se uma ferramenta de contato da população com o poder público da região.

A palavra problema, que aparece nove vezes, permeia quase todos os discursos dessa última fase do quadro “Parceiro do RJ”. Contudo, a palavra solucionar aparece uma vez, e resolve, três, nem sempre alinhadas às mesmas situações.

Tabela 4 – Resultado da contagem de palavras relacionadas à “solução de problemas”

Data	Resolve	Problema	Solucionar	obra(s)
28/08/2014	0	1	0	0
26/08/2014	0	1	0	0
25/08/2014	2	2	0	0
23/08/2014	0	0	1	2
20/08/2014	0	1	0	0
19/08/2014	0	3	0	0
18/08/2014	1	1	0	0
Total:	3	9	1	2

De todo modo, os discursos dos parceiros, quando vistos de forma linear, apresentam a busca por solução de problemas via mídia. Por exemplo, os depoimentos de Raimundo e de Natanael exibidos na reportagem de 28/08/2014:

Senhor Raimundo: – Fui entrevistado. Eu fiz um trabalho com ele na minha comunidade, lá no Vale do Sol. A nossa matéria era uma praça, que constatava que ela era pronta na prefeitura, e não era. Então o “Parceiro do RJ” foi lá, amostrou, como é que a praça não estava pronta. Depois do “Parceiro do RJ” a coisa começou a andar. “Parceiro do RJ” trouxe muito benefício para o bairro de Santa Cruz.

Frances Ferreira: – E esse cara do seu lado, qual a participação dele?

Natanael: – Não... a participação dele foi incrível. Ele foi, fez uma entrevista, e a partir dessa entrevista um telespectador gostou do meu talento, gostou do meu trabalho, e decidiu me ajudar. Aí me deu a passagem pra eu poder ir pra Miami.

Mano Brasil: – Na verdade esse é que é o trabalho do Parceiro, poder contribuir com esse jovem aí supertalentoso. Vai representar a gente agora.

Nesse contexto, repara-se que as referências ao RJTV, ao quadro “Parceiro do RJ” e aos jovens parceiros são recorrentes permeiam todos os discursos num modelo de autorreferência. Menções a outras formas de solução como instituições governamentais ou particulares não aparecem. A única instituição citada foi a Light, mas como um agente de problema, no qual os moradores de Vila Isabel enfrentariam constantes quedas de luz e cobravam soluções por meio do telejornal.

Tabela 5 - Resultado da contagem de palavras referentes ao “RJTV”

Data	Outra instituição	Referência ao RJTV	Parceiro do RJ
28/08/2014	0	1	10
26/08/2014	0	1	3
25/08/2014	0	1	7
23/08/2014	0	1	6
20/08/2014	0	3	4
19/08/2014	1	2	7
18/08/2014	0	1	2
Total:	1	10	39

Como era de esperar, no caso de entrevistas pessoais sobre o sentimento de cada jovem participante do quadro “Parceiro do RJ”, em realização à participação em algum acontecimento de sua região e à importância dessa participação, o tom pessoal predominou. Podem-se contabilizar, a partir da fala dos parceiros no *corpus* estudado, 2.369 palavras falando de si, enquanto usaram apenas 1.609 palavras referentes aos fatos apresentados durante o período correspondente à sua colaboração no RJTV.

Tabela 6 – Comparativo entre o número de palavras relacionadas à “cidade” e às “pessoas”

Data	Palavras falando da cidade	Palavras falando de si
28/08/2014	279	290
26/08/2014	184	335
25/08/2014	318	280
23/08/2014	270	271
20/08/2014	199	355
19/08/2014	169	507
18/08/2014	190	331
Total:	1609	2369

Os pronomes pessoais do caso reto (eu) e os possessivos (meu, minha, nosso, nossa) também foram contados para mensurar as abordagens constantes em primeira pessoa.

Tabela 7 – Resultado das palavras relacionadas às pessoas

Data	Eu	Meu / Minha	Nosso / Nossa
28/08/2014	6	6	4
26/08/2014	7	2	1
25/08/2014	6	5	1
23/08/2014	10	5	4
20/08/2014	13	3	1
19/08/2014	7	4	7
18/08/2014	12	5	3
Total:	61	30	21

Nota-se que, ao final de duas temporadas, foi privilegiada uma dimensão “pessoal” (relativa ao privado) como agente direto da ação sobre a dimensão “social” (relativa ao público). Os temas escolhidos pelos parceiros procuraram, principalmente, justificar uma utilidade pública do quadro ao buscar visibilidade e solução para questões sociais dos que habitam a região metropolitana do Rio de Janeiro. Essa observação referente ao equivalente textual, da fala, e imagético permite analisar os meios de edição e narração adotados como representantes da memória audiovisual dos jovens parceiros, ao mesmo tempo em que procuram

justificar sua atuação de forma afetiva na mídia como agente transformador de questões sociais.

As imagens que ilustram as falas no quadro “Parceiro do RJ” são produzidas pelos próprios jovens que tiveram a oportunidade, consoante eles mesmos disseram, de exercitar um novo olhar sobre suas comunidades e, conseqüentemente, sua cidade. Mas para quem assiste o tempo de exibição é muito curto, são segundos de exibição e raros momentos que se pode prender o olhar em uma imagem. O ritmo das imagens conduzido pela fala traz uma leitura mais sensorial, no sentido de que o texto não narra as imagens, mas sim as lembranças que são ilustradas por elas, como uma colagem sequencial das situações vividas pelos próprios parceiros.

A tela emoldura a visão daquilo de mais relevante que esses jovens desejaram manifestar, como uma janela que exhibe a memória e, ao mesmo tempo, um espaço de abertura para um fragmento de cidade que pode ser visto a distância. Essa linguagem emoldurada, fragmentada e veloz faz parte do repertório visual urbano quando, da janela de casa, da janela do trem, do ônibus, do carro, da janela do trabalho, o cidadão é impactado por pedaços de sons e imagens, luz e sombra, que formam um quebra-cabeça complexo e emoldurado da paisagem urbana.

Assim, abre-se espaço para questionar sobre a possibilidade de fragmentos da cidade, emoldurados por janelas ou telas, formarem um panorama crível da cidade. Segundo o historiador da arte alemão Hans Belting, “*a janela é ao mesmo tempo vidro e abertura, enquadramento e distância*” (2015, p. 117). O Ocidente é o lugar do olhar protegido, de dentro, particular, sem impedimentos, que torna presente o que está distante e, ao mesmo tempo, o lugar do olhar e o do ouvir limitados ao que o enquadramento impõe. A tela permite ao telespectador estar presente “aqui”, com seu corpo, e, ao mesmo tempo, de modo incorpóreo, entregar-se ao “ali”, a lugares que somente o olhar pode alcançar. O oclocentrismo, tão comumente criticado, encontra aqui suas bases. Ao permitir superar o obstáculo da moldura que se encontra à tela, o olho desvincula o observador de seus limites corpóreos (BELTING, 2015, p. 117). Independentemente de seus benefícios, os códigos visuais contemporâneos parecem bloquear a imaginação de sociedades e cidades alternativas, como se outros caminhos, além dos já escolhidos, não fossem possíveis. A possibilidade de caminhar, de descrever o caminho, de flunar, de se

apropriar dos espaços da cidade parece ficção. Da tela, o telespectador observa a cidade acontecer.

3.9 A visão aproximada da Urbe

Com o propósito de identificar um pouco melhor a abordagem dos jovens parceiros no ambiente midiático, é interessante considerar alguns tipos de interação humana que, na concepção de Thompson, acontecem (2005, p. 78-81): a interação face a face, com caráter dialógico e com uma multiplicidade de deixas simbólicas, como gestuais, entonação de voz e vestuário, são observáveis no momento em que as entrevistas acontecem e os parceiros estão em contato uns com os outros, com os entrevistados e com as pessoas das comunidades; e a quase interação mediada, na qual indivíduos podem estar em espaços e tempos diferentes, mas é rica em informação e conteúdo simbólico. Este padrão reflete a interação entre os “parceiros do RJ” e os telespectadores, por exemplo.

Alguns pontos observáveis que interferem na natureza da interação e na absorção do sentido da cena publicada são referentes ao processo de interpretação e cenas combinadas, com as quais os parceiros ilustram suas reportagens. Na visão de Becker,

a Dramatização aborda a natureza ficcional das narrativas que envolvem os telespectadores, a fim de atribuir um caráter dramático aos acontecimentos, e pode acarretar no apagamento das fronteiras entre realidade e ficção, no despertar de sentimentos de empatia, sedução ou comoção (2012, p. 144).

Como, por exemplo:

- Em 18/08/2014: Um trem passa, a câmera detalha o trilho em perspectiva e Daiene entra pela direita falando e andando em direção à câmera. O trilho, ao fundo, segue cercado de mato e, nas laterais, aparecem árvores e fundos de casas simples. Daiene Beatriz, andando pelos trilhos em direção à câmera, diz:

– E a caminhada dos parceiros está quase chegando ao fim. E eu desembarquei aqui, na área da Denise e do David, pra poder conversar com

eles, com a família, e relembrar os melhores momentos da trajetória deles no projeto.

- Em 18/08/2014: Daiene entrevista a mãe de Denise do lado de fora da casa. Denise vem andando a partir da lateral da casa e manifesta, interrompendo a mãe: – *Já tá roubando a cena? Eu não posso sair um minuto, largar o microfone, que ela já chega e quer roubar a cena, Daiene.*
- Em 28/08/2014: Mano Brasil encerra a participação no quadro “Parceiro do RJ” descendo uma rua de skate, enquanto canta (em *off*): – *Desce a ladeira na atividade, com muita ousadia, o lado oeste da cidade. Tamo junto e misturado, com nós ninguém pode. Skate na veia é sepetiba longboard.*

Além desses exemplos, percebem-se passagens ensaiadas quando os parceiros se complementam com falas. Na matéria exibida em 19/08/2014, os parceiros começam dessa forma:

Jorge Soares: – O que é que a região do grande Maracanã tem? Feira de São Cristóvão... Maracanã, Quinta da Boa Vista...

Jéssica Sá: – É, mas também tem Luiz Radiador, buraco na calçada, batalha de Rap.

Jorge Soares: – Isso, porque antes de ser palco da Copa do Mundo,

Jéssica Sá: – já tinha uma dupla que há muito tempo já estava de olho nessa região.

Essa condução da reportagem e das entrevistas com cenas combinadas, ilustrando o que se apresenta, exclui parte do caráter natural do entrevistado e infere que o conteúdo pode ser estabelecido antes de gravado. Apesar de se perceber que as cenas foram preparadas para as aberturas e encerramentos das matérias, a dramatização não interfere na credibilidade das entrevistas, pois o grupo, ao falar de si e do projeto, trazendo um aspecto de apresentação dos resultados, mantém o tom jovem e coloquial.

Há poucos anos, por exemplo, Lage (2006: 83) chamava a atenção para o fato de que, na edição, costuma-se cortar “a voz esganiçada, a testa franzida, o soluço e as lágrimas de um entrevistado. No entanto, tais momentos podem ser os mais significativos e importantes”. Hoje, apesar do tempo restrito, a tendência do ao vivo parece-nos indicar exatamente o sentido contrário, isto é, uma realidade “menos maquiada”, apesar de evidentemente construída como narrativa.

A construção de cenas ilustrativas à matéria influencia na condução e no peso da reportagem, que se torna mais leve mesmo quando cenas de desigualdade social permeiam todo o contexto. Além da nítida vontade de demonstrar para as câmeras os problemas sociais das regiões onde vivem, os jovens detectaram, também, que a ampla visibilidade dos problemas públicos pode ser um fator que contribui para sua solução. Um dos problemas mais exibidos pelos parceiros foi a falta da condição básica de habitação em relação ao asfalto, à mobilidade urbana, à água e à iluminação. Mesmo com ênfase nos problemas regionais, levaram visibilidade aos aspectos culturais mais relevantes que aparecem como frescor para as comunidades expostas aos inúmeros problemas sociais.

Por ser um gênero televisivo pertencente à categoria da informação, o telejornalismo se destaca no meio ao definir um modo de se testemunhar os acontecimentos, tendo transmissões audiovisuais ao vivo como um diferencial. Além do poder atrativo do “ao vivo”, os profissionais que atuam no telejornalismo encontram nos elementos dramáticos formas de contar histórias com uma abordagem atrativa. Iluska Coutinho (2012) propõe a cuidadosa observação na forma como essas histórias são contadas com a intenção de atrair a atenção audiovisual dos telespectadores. Nesse sentido, investigam-se aspectos de encenação, espetacularização dos fatos, critérios de edição, escolha de textos, imagens e personagens colocados “em cena”. A delicada análise dos elementos oferece pistas sobre a construção de identidades culturais e sobre os valores sociais reforçados no discurso audiovisual.

3.10 Identidade e produção de sentido

No início de julho de 2009, durante o Seminário Temático Intercom, Renato Ribeiro, então diretor regional de Jornalismo da TV Globo Rio, falou a respeito das novas tendências do jornalismo regional: a mobilidade, a instantaneidade e a coloquialidade.

Ao falar das novas tendências do jornalismo regional, Ribeiro destacou a mobilidade, a instantaneidade e a coloquialidade. O jornalismo local é visto como um laboratório de linguagem e de conteúdo e hoje é um “grande prestador de serviço”. O RJ Móvel, um verdadeiro “carro-redação”, percorre os lugares de mais difícil acesso, o Globocop, o helicóptero da emissora,

tem agilidade para sobrevoar os pontos mais engarrafados sem atraso de tempo. A aproximação com o telespectador é uma meta. “O repórter não pode ficar distante da informação” (RIBEIRO, 2009). (...) Renato Ribeiro exemplifica as várias modalidades dessa participação na TV Globo: Você no RJ TV; Caixa Postal; Disque-Reportagem; Bom Dia Responde. O telespectador é um parceiro do jornal, “ele faz o jornal” (RIBEIRO, 2009).

Quando a TV Globo abriu inscrições para a segunda edição do quadro “Parceiro do RJ”, anunciou que jovens moradores iriam “mostrar no RJTV a realidade de 8 regiões do Rio¹⁰⁷”. Para participar, os moradores deveriam ter completado 18 anos até 16 de janeiro de 2013, concluído o ensino médio até dezembro de 2012 e morar em uma das regiões abaixo:

- Complexo do Alemão;
- Duque de Caxias;
- Madureira (Madureira, Campinho, Quintino Bocaiúva, Cavalcanti, Engenheiro Leal, Cascadura, Madureira, Vaz Lobo, Turiaçu, Rocha Miranda, Honório Gurgel, Oswaldo Cruz, Bento Ribeiro e Marechal Hermes);
- Maracanã (Maracanã, Vila Isabel, Andaraí, Grajaú, São Cristóvão, Mangureira, Benfica e Vasco da Gama);
- Niterói;
- Rocinha (Rocinha, Vidigal e Chácara do Céu);
- Santa Cruz (Santa Cruz, Paciência e Sepetiba);
- São João de Meriti e Belford Roxo.

Após a seleção, que incluía análise de currículo, provas (Português, Conhecimentos Gerais e Raciocínio Lógico), redação, dinâmicas de grupo, gravação de vídeos (conforme orientação) e entrevistas individuais, os jovens passaram por 20 dias de treinamento (oficinas e palestras) acompanhados por profissionais do RJTV. Analisar as marcas enunciativas, identificar os valores e como eles são atribuídos e qualificados ao julgar problemas e conflitos locais na narrativa audiovisual colaboram na compreensão de como os códigos são construídos e naturalizados.

Na verdade, o que os códigos naturalizados demonstram é o grau de familiaridade que se produz quando há um alinhamento fundamental e uma

¹⁰⁷ Fonte: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/11/faca-sua-inscricao-para-segunda-edicao-do-parceiro-do-rj.html>>. Acesso em: 10 nov. 2014.

reciprocidade – a consecução de uma equivalência – entre os lados codificados e decodificador de uma troca de significados (HALL, 2003, p. 393).

A identidade cultural, sob a ótica de Hall (2003), carrega traços de unidade essencial, indivisível e primordial, *fixada no nascimento, como parte da natureza, impressa através do parentesco e da linhagem dos genes* (2003, p. 28), e traz perspectivas de autenticidade. A identidade está ligada à origem e aos valores; assim como a cultura, nascem das relações e condições históricas entre diferentes grupos sociais (2003, p. 142). Segundo o filósofo canadense Charles Taylor, a compreensão do que é a identidade moderna passa pela compreensão *do que é ser um agente humano: os sentidos de interioridade, liberdade, individualidade e de estar mergulhado na natureza, tão familiares ao ocidente moderno* (2005, p. 9).

Na análise quantitativa, ao contabilizar as palavras-chave, conclui-se que os nomes dos bairros aparecem 55 vezes, mais do que qualquer outra palavra, reforçando a relação de identidade entre os parceiros e sua origem. Esse reforço enfatiza a proposta do telejornal de exteriorizar situações de cada bairro sob o olhar do morador. Em seguida, aparece a palavra “morador” (10 vezes), “rua” e “comunidade” (7 vezes) e “bairro” (5 vezes). Palavras de sentido mais amplo como “cidade” e “povo” aparecem com menor incidência (4 e 3, respectivamente), e não foram encontradas palavras de dimensão estadual como “estado”, “Rio de Janeiro” e “população”.

Quanto aos valores, ao processo seletivo e à fase de treinamento, pressupõem escolhas e formações relativas a um alinhamento de propostas e percepções de como esses valores são atribuídos e como as questões abordadas são percebidas e qualificadas, de modo a enfatizar a proposta do telejornal e evitar problemas e ruídos de linguagem.

A definição de um ponto de vista hegemônico é: (a) que define dentro de seus termos o horizonte mental, o universo de significados possíveis e de todo um setor de relações em uma sociedade ou cultura; e (b) que carrega consigo o selo da legitimidade – parece coincidir com o que é “natural”, “inevitável” ou “óbvio” a respeito da ordem social (HALL, 2003, p. 401).

Logo na primeira reportagem da série de despedidas dos “parceiros”, Davi Fernandes expõe:

– Foi um ano e meio, né, pra gente representar esse povo tão sofrido. Minha visão de mundo aumentou. Se participar pudesse resolver os problemas de muita gente. E a primeira matéria, que eu fiz, foi sobre a minha Rua Carmela Dutra, que estava numa situação difícil. As pessoas não conseguiam andar.
 (...) Hoje eu consigo sair da minha casa pra trabalhar sem botar o pé na lama, e eu fiquei feliz e os moradores também vão ficar.¹⁰⁸

Na primeira declaração, o fator identidade, ao “representar esse povo tão sofrido”, é enfatizado e há um destaque para a questão do sofrimento quanto às dificuldades básicas representadas na fala como meio de locomoção, “as pessoas (sofridas) não conseguiam andar”. Após a reportagem do parceiro, já se pode “sair de casa sem colocar o pé na lama”, salientada como um meio de solucionar problemas da população através da denúncia pública em um meio de grande alcance e visibilidade. Em seguida, a questão da identidade e representação social volta a ser frisada quando menciona: “e eu fiquei feliz e os moradores também vão ficar”.

Situação semelhante se repete quando Denise Cassiane ressalta uma dificuldade da população, a denúncia no RJTV e a solução por parte do governo alguns dias após a veiculação da matéria:

– Outra matéria também que eu lembro foi ali no centro de Belford Roxo, na entrada ali da Dutra, tava tudo sem iluminação. Passaram-se duas semanas e a gente foi lá e tava tudo aceso, uma avenida inteira. Então, a gente fica muito feliz com isso.

Desse modo, o RJTV se posiciona como agente transformador e representante da população desassistida pelo poder público. As últimas reportagens dos “parceiros” trazem esse enfoque como meio de produzir sentido e se legitimar como agente transformador em razão da parceria entre a emissora e a audiência. Assim, enquanto busca aumentar a força do telejornal junto à população, enfraquece a participação governamental que, aparentemente, só se posiciona no tocante aos problemas locais quando são denunciados. Por exemplo, o depoimento de Raimundo em reportagem exibida no dia 28/08/2014:

– Fui entrevistado. Eu fiz um trabalho com ele na minha comunidade, lá no Vale do Sol. A nossa matéria era uma praça, que constatava que ela era pronta na prefeitura, e não era. Então o “Parceiro do RJ” foi lá, amostrou,

¹⁰⁸ Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/david-fernandes-e-denise-cassiane-se-despedem-do-parceiro-do-rj/3570941/>>.

como é que a praça não estava pronta. Depois do “Parceiro do RJ” a coisa começou a andar. “Parceiro do RJ” trouxe muito benefício para o bairro de Santa Cruz.

Em referência às denúncias, os “parceiros” aparecem como heróis, agentes locais dessa mudança. Sua força está na apropriação do meio televisivo como mecanismo de denúncia e visibilidade. Acompanhe o depoimento de homens não identificados em reportagem exibida no dia 19/08/2014:

- Eu acho que cada comunidade tem que ter esse projeto pra mostrar os nossos... a dificuldade que a gente passa, os nossos problemas sociais. Pra mostrar pro povo que tá vendo...
- Vocês levam pra televisão o que verdadeiramente acontece no bairro.

No que se refere à população, repara-se na transcrição das falas que muitos depoimentos aparecem sem identificar os nomes das pessoas, o que não acontece quanto aos depoimentos de familiares e amigos dos “parceiros”. A ausência de nomes ocorre em momentos de “povo fala”: quando as pessoas são abordadas na rua para entrevistas ou passam rapidamente e emitem uma mensagem para os “parceiros” que aproveitam para reforçar o discurso e ilustrar as matérias, como no programa exibido em 18/08/2014, quando relembram uma reportagem de 27/03/2013, em que uma pessoa fala em um carro de som enquanto a dupla faz a reportagem: – *Filma mesmo “cumpadi”, que tá uma vergonha essa rua mesmo.*

Os “parceiros do RJ” são, ao mesmo tempo, representantes ativos das comunidades e aprendizes de repórteres (BECKER, 2012, p. 54) se apropriando dos códigos do veículo para dar visibilidade às questões locais. São, ao mesmo tempo, vítimas das diferenças sociais e heróis, por conseguirem transpor todas as barreiras que encontram para ser um agente emissor de grande visibilidade em um meio de comunicação privado. Cabe ressaltar que essas barreiras foram eliminadas à medida que passavam por um processo seletivo aberto pela própria emissora. Em outro caso, tal proposta não aconteceria. O protagonismo dos jovens parceiros acontece por uma construção enunciativa do telejornal que permite esse momento em um quadro específico, temporário e destacado das demais reportagens protagonizadas pelos jornalistas profissionais. Apesar disso, três mil inscritos para o processo seletivo buscaram aproveitar essa abertura e ocupar esse lugar de fala.

Quando o telespectador se apropria do sentido conotado de, digamos, um telejornal ou um programa de atualidades, de forma direta e integral, e decodifica as mensagens nos termos do código referencial no qual ela foi codificada, podemos dizer que o telespectador está operando dentro do código dominante (HALL, 2003, p. 400).

Apesar da visibilidade oferecida aos cidadãos, o destaque permanece para o telejornal como agente transformador da sociedade. Todavia, o espaço ocupado pelos “parceiros” no telejornal não foi o de vítima, mas de agente mobilizador em busca de mudanças sociais por meio da visibilidade. Esse lugar de fala, de quem mobiliza, busca evidenciar características pouco difundidas ao noticiar pessoas que vivem em áreas menos favorecidas pelo poder público.

A visibilidade que as mídias como a televisão oferecem é quase sempre paradoxal: não respondem a um ideal de total transparência, mas é o resultado mais ou menos ambíguo da interseção entre informação e desinformação, verdade e artifício, montagens ritualizadas e espontaneidade (...). (MARTIN-BARBERO & REY, 2001, p. 100) *in* (COUTINHO, 2012, p. 28).

Observa-se que os jovens que passaram a contribuir com o telejornal trouxeram suas visões relacionadas aos seus segmentos sociais que, entretanto, são fortemente influenciados pelos padrões da mídia massiva, o que pode inferir que parte da fala do cidadão já viria sendo construída por meio dos programas que assistiriam, inclusive, o RJTV 1ª Edição. Isso infere que sua produção narrativa tem atravessamentos da cultura jornalística absorvida por processos sociais anteriores ao projeto “Parceiro do RJ”. Em *Problemas da poética* de Dostoiévski, o filósofo russo Mikhail Bakhtin (2013) ilumina o aspecto polifônico à obra do autor, na qual “a multiplicidade de vozes e consciências independentes e imiscíveis e a autêntica polifonia de vozes plenivalentes constituem, de fato, a peculiaridade fundamental dos romances de Dostoiévski” (2013, p. 4). Dessa forma, os personagens não são apenas objetos do discurso, *mas os próprios sujeitos desse discurso diretamente significativa* (*idem*, p. 5). Para Bakhtin, o autor desenvolve nos seus romances uma *multiplicidade de consciências* equipolentes, consciências e vozes que estão no texto em plena igualdade, *a voz do herói sobre si mesmo e o mundo é tão plena como a palavra comum do autor*, não está subordinada e nem objetificada, mas ao lado (*ibidem*).

4 ALGUMAS LIÇÕES

Inicialmente, o projeto “Parceiro do RJ” induz ao pensamento de que poderia haver um caminho para se chegar a uma polifonia (BAKHTIN, 2013). Entretanto, não se pode afirmar que as vozes soem de forma equivalente, pois não há um confronto de discursos sociais, além do fato de o quadro ser separado das demais notícias do telejornal, conduzido e moldado por profissionais da emissora, que reforçam o referencial midiático já naturalizado, e pelos jovens participantes. De todo modo, o quadro “Parceiro do RJ” permite que uma pequena porcentagem da audiência deixe, simbolicamente e temporariamente, o lugar de recepção para ocupar o de produção. Nesse caminho, esbarra-se na tensão entre a participação popular e a necessidade dos jornalistas de preservarem sua posição profissional, ao direcionar o que será divulgado de acordo com normas e valores estabelecidos e conquistados pela categoria. Assim, os representantes das comunidades precisam passar por um período de adaptação ao novo meio e aprender com os profissionais o “como fazer”, eliminando qualquer possibilidade de ruído ou mudança na linguagem. Ainda assim, o telejornal se fortalece a partir da inclusão de vozes sociais com que vem reforçar o seu discurso, ao oferecer soluções para problemas enfrentados pelos cidadãos por meio da cobrança de ações aos poderes públicos, trazendo para si aspectos relacionados ao papel do estado.

Porém, a maioria dos depoimentos nessas matérias ainda restringe o cidadão comum ao papel da vítima desamparada, atribuindo à população uma fragilidade de enunciação e de exercício da cidadania capaz de ser solucionada apenas pela intervenção da TV como um poder suprainstitucional e de inquestionável credibilidade (...) (BECKER, 2012, p. 83).

Em entrevistas concedidas à autora por e-mail, alguns “parceiros” esclareceram questões sobre sua atuação no RJTV e expectativas relacionadas ao futuro após essa participação. Esses “parceiros” foram encontrados por meio da mídia social Facebook, utilizada para estabelecer o primeiro contato com Leonardo Oliveira, Daiene Beatriz, Frances Ferreira, Denise Cassiane, Luiz Souza e Alessandro Werneck. Destes, apenas Luiz Souza e Daiene Beatriz não responderam às perguntas da autora:

1. Com que frequência você assistia ao RJTV antes de participar do projeto?
2. Você já tinha um blog, um canal no *YouTube* ou participou de alguma atividade similar que tivesse de lidar com o público antes? Teatro no colégio, por exemplo.
3. Como ficou sabendo do projeto?
4. Qual era sua expectativa quando se inscreveu e durante o processo seletivo?
5. Fale um pouco da sua experiência durante o projeto:
6. O que mais aprendeu e o que leva de experiência para a vida?
7. Com que frequência assiste ao RJTV hoje?
8. Fez ou pretende fazer algo em relação às atividades voltadas ao público no futuro?

As perguntas foram pensadas como meio de entender alguns pontos: Qual a familiaridade com os códigos estabelecidos pela emissora? Qual seria a inclinação do jovem para a mídia anterior à participação no projeto? Como foi a sua participação? Que influência o projeto teve na sua visão atual sobre o RJTV e sua atuação na mídia em um período futuro?

Frances Ferreira conta que assistira ao RJTV quase todos os dias em que não estava trabalhando. O jovem, que já havia “feito” teatro e organizado um evento de rock, trabalhava em um restaurante quando um amigo o incentivou a participar da seleção para o quadro “Parceiro do RJ”. Frances achava tudo muito grandioso, e só acreditou mesmo que estava no projeto após seis meses de participação. Segundo relato, havia liberdade e preocupação social na escolha dos temas: *“Eu pude falar daquilo que achava importante falar, conheci muitas pessoas e fiz muitas amizades, ajudei a muitas com o benefício da reportagem, me sinto nobre. Eu tive contato com 80% do que envolve reportagem.”* Atualmente, pouco assiste aos programas na televisão, é seletivo com as informações que recebe e pretende se candidatar a cargos políticos no futuro.

Denise Cassiane destaca que costumava ouvir as notícias do RJTV, mas preferia assistir ao *Jornal Hoje* enquanto almoçava. Esse seria um hábito comum em sua residência. Antes de sua participação no RJTV, havia atuado em poucas atividades públicas, como teatro na igreja e concursos de poesia e redação. Soube do projeto pelo próprio jornal e teve o incentivo de seu pai para sua inscrição. Assim

como Frances, não acreditava muito na sua seleção. Já graduada em Educação Física, Denise optou por cursar jornalismo e destaca alguma liberdade para levar propostas e a diferença entre a atuação de um repórter da comunidade e um “repórter de fora”:

No projeto “Parceiro do RJ” eu pude entender o poder das palavras e de ser porta-voz. Eu, juntamente com meu parceiro, representante de São João de Meriti, sugeríamos as pautas nas reuniões semanais, íamos atrás dos moradores com o equipamento cedido pela TV Globo (tivemos alguns treinamentos) e gravávamos a realidade do que nossos vizinhos, amigos e nossa própria família vivenciavam. Um projeto para o bem da comunidade ou uma denúncia de um serviço retido pelo Governo era mais do que um repórter de fora chegando à casa dessas pessoas. Éramos nós, o morador que era igual a ele, só que com um microfone, mas vivendo a mesma realidade. Gratificante demais poder somar com o próximo e conhecer mais da sua cidade, seu município e as necessidades locais.

Leonardo Oliveira acompanha o telejornal desde criança e com mais frequência desde 2004, consoante declara: “*Antes do Parceiro eu sabia mais ou menos como era a dinâmica do jornal, mas não acompanhava todos os dias.*” O jovem professor e ator, que experimentou diversas formas de se expressar, como criar blog e produzir um minidocumentário, afirma que o projeto foi a experiência de maior aprendizado em sua vida.

Ali aprendi a lidar com pessoas, com prazos, com o mercado de trabalho. Ali eu vi o que era o dia a dia do jornalismo. Ali eu vi o que é fazer jornalismo, e isso em pequenos momentos em entrevistas. Entrei muito verde no projeto, aprendendo de verdade. (...) Aprendi tudo. Aprendi o que era desde uma pauta, até o que era decupar até às três da manhã uma matéria gravada em fita. Aprendi a enxergar melhor a profundidade dos problemas da sociedade, das pessoas. Aprendi a ser mais homem e tomar mais atitudes quando necessário. Aprendi a lidar com o ego das pessoas e controlar melhor o meu. Ali eu levo de experiência tudo que aprendi no jornalismo e na técnica audiovisual. Tudo. A TV Globo foi a maior faculdade de jornalismo da minha vida. Cresci muito como pessoa. Minha relação com o meu ambiente mudou muito. Hoje sou muito mais humano diante do que vejo no mundo e diante dos meus olhos. Sou mais ligado às causas do bairro e sou ativo em grupos comunitários no Morro dos Macacos, onde moro. Aliás, conheci praticamente todas as favelas do Rio de Janeiro, o que foi fantástico!

Além do significativo aprendizado, Leonardo evidencia que havia discordâncias e problemas de relacionamento entre as duplas, fato que não transparecia nas reportagens:

Tive um parceiro que nos dávamos muito mal, mas aprendemos a nos respeitar em diversos momentos, nas diferenças dávamos certo, mas tínhamos diferenças muito fortes. Peguei no tranco um pouco tarde. Ainda estava aprendendo, mas a cobrança vinha desde o primeiro dia e isso assustava. Aí entra o saber lidar com as pessoas, talvez eu lidasse hoje de forma diferente, mas eu talvez tenha me censurado um pouco pra que eu não entrasse em conflito com meu parceiro. Eu ainda não tinha percebido que ele estava usando o projeto única e exclusivamente para aparecer. Eu mesmo morando na favela nunca fui um menino típico do morro, que solta pipa e ouve funk. Minha criação é outra e isso o incomodava. Mas de fato eu tinha um comportamento às vezes intolerante e preconceituoso com as pessoas da minha localidade e os parceiros me fizeram abrir o meu campo de visão para o mundo, para a vida e para as pessoas. Ali me tornei mais humilde, e mais sabedor do meu papel na sociedade. Mas nunca quis fama com isso, aparecer mais em cima das pessoas que eram o tema da matéria.

Leonardo, que atualmente escreve para o seu blog, quer continuar trabalhando na área de comunicação social. Sobre o projeto, comenta que foi a sua grande experiência profissional e declara que, para ele, *“o jornal do meio-dia assim como os da sete da noite são o retrato, o melhor panorama do Rio de Janeiro”*. E complementa: *“O jornal que nunca fez objeção de forma proibitiva a qualquer matéria nossa. Várias matérias nossas não foram ao ar, causando enorme decepção em mim e em muita gente, mas sempre tivemos liberdade.”*

Alessandro Werneck sempre acompanhou os telejornais e tem o RJTV como um de seus preferidos, tendo assistido, também, à primeira temporada do “Parceiro do RJ”. Sem experiência anterior com a mídia, Werneck fala um pouco sobre o processo de seleção. *“Durante a seleção, o primeiro impacto: as etapas eram tipo regionais, e haviam várias pessoas nas quais embora morassem na mesma região, além de não nos conhecermos, éramos todos muito diferentes.”* Para o jovem agente comunitário de saúde, a participação no telejornal foi uma das maiores experiências que teve na vida e assegura que: *“Poder conversar com as pessoas e elas se sentirem representadas por você, é algo extremamente importante e grandioso.”* Todavia, para Werneck, o formato e as concepções permaneciam os mesmos:

Um exemplo: Santa Cruz, São João de Meriti, Niterói, que eram integrantes também dessa edição, nunca tiveram muita representatividade nas grandes mídias, senão por notícias de cunho violento. Santa Cruz é um claro exemplo disso. É considerado “distante” de onde há interesse para a Cidade. Ouvi isso algumas muitas vezes pelos corredores da emissora e, apesar de não me surpreender, sempre foi algo que me incomodou bastante. As demais comunidades, como Complexo do Alemão, Rocinha e Vidigal, de longe estavam nos holofotes, pois além de refletir um interesse da Cidade, parecia ser a tendência a ser seguida.

(...)

Ah sim, um outro ponto a ser analisado era a clara diferenciação entre os participantes do projeto quanto ao quesito formação: 1/3 da turma eram estudantes ou graduados na área de comunicação/jornalismo, e embora esse na prática não fosse um tão destacado diferencial nas atividades como planejamento, elaboração, e desenvolvimento das matérias, no trato, projeção, e viabilidade num todo, eram muito divergentes, rs. Contudo, como converso com uns conterrâneos meus: “pra nós que nascemos e crescemos sob a ótica e realidade de tão pouco acesso ao que deveria ser direito básico, até que dar um passo adiante (não que isso tenha que bastar) já é chegar longe”, rs. Então, até os dias de hoje, já passado o período do projeto, é quase impossível andar pelas ruas do bairro sem ser notado, cumprimentado, cobrado, rs. Foi realmente uma experiência maravilhosa.

Mesmo com muitos obstáculos, como o de morar numa região considerada de “pouco interesse” para as grandes mídias, Alessandro Werneck pensa em continuar trabalhando como jornalista.

Os depoimentos dos aqui apresentados reforçam algumas questões, como a necessidade de trazer visibilidade social para regiões menos lembradas pelos grandes veículos e pelos governos. Há um viés de busca por visibilidade pessoal e vaidades, mas o aspecto social, de falar da cidade e de suas regiões, permanece como norteador do trabalho desenvolvido pelos jovens aprendizes. Ambas as questões revelam a busca por visibilidade e local de fala.

Com o desenvolvimento dos veículos de comunicação portáteis, como smartphones e tablets, o telejornal poderia abrir mais possibilidades e ampliar a parceria com sua audiência. Com a conclusão da última fase do quadro “Parceiro do RJ”, a participação do público no RJTV passou a acontecer por meio de mensagens de vídeos e fotos enviadas pelos aplicativos *WhatsApp* e *Viber* para o número (021) 99032-2523, através do quadro “Você no RJ”, que teve início em 30 de março de 2015. O telespectador também pode enviar fotos e vídeos conforme as instruções, encontradas na página “VC no G1” e, de acordo com os termos de uso, encontrados no próprio site G1, que, dentre outros pontos, destaca que “o Material poderá ou não ser selecionado, e, conseqüentemente, utilizado ou não pela Globo, a seu exclusivo critério e sem limitação de prazo”; “a GLOBO poderá livremente dispor do Material, bem como de seus extratos, trechos ou partes, dando-lhe qualquer utilização econômica, sem que ao INTERNAUTA caiba qualquer remuneração ou compensação”, e “o INTERNAUTA se compromete a não ceder ou de qualquer forma autorizar a utilização do Material por concorrentes da GLOBO”. Mesmo com a explícita possibilidade de interferência no registro pela emissora, a participação do

público no RJTV 1ª Edição cresceu em números e envolvimento do telespectador com as denúncias apresentadas no programa, conforme expõe o exemplo a seguir:

Foi comemorando que a apresentadora do RJTV 1ª Edição, Mariana Gross, iniciou o trecho do programa exibido em 28 de maio de 2015, em que é apresentado para o público do telejornal o grande número de pessoas que contribuem com informações sobre o estado do Rio de Janeiro, enviando-as por um dos dois aplicativos: *“Pessoal, que sucesso, hein! Tirando onda! Assim eu posso dizer... porque começamos com nosso WhatsApp e Viber há pouco mais de um mês, e hoje de manhã recebemos a contribuição de número um milhão.”*

Tanto o *WhatsApp* quanto o *Viber* permitem acesso a várias plataformas e possibilitam o envio de mensagens instantâneas de texto, de voz, fotos, vídeos e a realização de ligações para qualquer outro usuário do mesmo aplicativo via internet. Porém, o objetivo do uso dos aplicativos não é estabelecer uma rede particular, *peer-to-peer*, capaz de trocar informações de forma horizontal. Nesse caso, é uma via de envio de informações à emissora, cabendo ao telejornal escolher se publica ou não. De acordo com a apresentadora, cerca de vinte mil mensagens são recebidas por dia pela central do telejornal. Para dar conta do volume, foi criado um Centro de Comando apresentado nesse mesmo programa, com seis profissionais, que operam computadores conectados, onde analisam e selecionam as imagens recebidas pelos aplicativos desde o dia 23 de março de 2015. Pondera-se que a porcentagem de mensagens diárias aproveitada pelo RJTV é pequena diante da média recebida por dia, e, mesmo assim, constrói-se uma perspectiva de um roteiro escrito por meio das mensagens visuais enviadas pelos próprios participantes.

A mensagem de número um milhão foi uma fotografia enviada por um telespectador, que registrou um vazamento, um buraco, em São Gonçalo. Segundo o repórter que esteve no Centro de Comando fazendo essa matéria, Rodrigo Vieira, *“cada mensagem que chega é um voto de confiança que o telespectador deposita na gente”*. A equipe do telejornal enviou um repórter cinematográfico, Henrique Farias, para registrar e complementar a denúncia do morador que enviou essa mensagem.

O repórter, além de registrar imagens do vazamento, apresenta denúncias dos moradores que, antes de falarem, aparecem passando pela rua onde o vazamento está localizado. No depoimento, um morador informa que o vazamento acontece na rua desde os anos 1990 e que já havia sido denunciado anteriormente, *“inclusive*

com ação no Ministério Público”, e a questão ainda não foi resolvida. Outro morador pede ao repórter solução, e uma senhora informa que quando chove não há condições nem de os ônibus passarem. Quando a matéria volta para o estúdio da Globo, a apresentadora chama o apresentador Edimilson Ávila, informando que “o Edimilson foi buscar as respostas. Aqui é rápido gente! O que a Cedae diz Edimilson?” O apresentador informa que a Cedae e a Prefeitura foram procuradas e uma jogou a culpa para a outra, mas que eles (os repórteres da Globo) não ficaram satisfeitos e cobraram novamente da instituição, que se prontificou mandar uma equipe, no dia seguinte, para verificar. O apresentador conclui que a Cedae e a Prefeitura precisam conversar para chegar a um acordo e acabar com o vazamento. Nesse momento, fica clara a iniciativa da emissora em esvaziar a confiança no poder público em resolver as questões da população, ao se posicionar como agente capaz de trazer resultados efetivos.

A seguir, a apresentadora Mariana Gross convida os telespectadores para relembrem juntos os “grandes momentos” do “Você no RJ”, a partir da projeção na tela das mensagens recebidas por aplicativos nesse período. As primeiras imagens em vídeo retratam cenas de alagamentos em vários bairros após um temporal ocorrido em 22 de março de 2015, dia que antecedeu à estreia do uso de aplicativos pelo telejornal, e, enquanto as imagens aparecem, a apresentadora fala em *off*: “E o morador tava lá de celular na mão, registrando tudo.” Em seguida, são apresentadas imagens de inundação por estouro de tubulação da Cedae e outros vazamentos em tubulações da mesma empresa; deficiências no setor de transporte; poste pegando fogo; resgate de avião monomotor na praia; lixo nas ruas; pedidos de socorro de cidadãos anônimos em áreas violentas da cidade; tiroteios; protestos e confrontos; morte de morador em tiroteio e os problemas enfrentados pelos pacientes na rede pública de saúde, com créditos aos telespectadores que as enviaram, reforçando a parceria do telejornal com o seu público. A apresentadora reforça em outros trechos que o telejornal se transformou em um canal do cidadão para denunciar a insegurança e cobrar a ação do poder público.

O quadro é finalizado com imagens que não são representações de problemas, como os fogos no réveillon e paisagens da cidade. Ao voltar para as imagens do estúdio, os apresentadores, Mariana Gross e Edimilson Ávila, reforçam o número de telefone para enviar mensagens e aproveitam para instruir, minimamente, os telespectadores sobre a forma de registro. Aproveitam a ocasião e pedem que as

imagens sejam gravadas na forma horizontal, para que elas encham a tela, e reforçam que o telejornal representa o cidadão junto ao poder público.

CONCLUSÃO

A convergência entre mídias tem se mostrado mais que um fenômeno tecnológico, traz mudanças culturais complexas no trabalho, no lazer e em todos os aspectos da vida por meio de uma maior participação midiática dos indivíduos. Desse modo, o telejornalismo vem se atualizando com o seu público mediante criação de canais de comunicação. Mesmo assim, a participação dos telespectadores no RJTV aparece de forma controlada e com espaço predefinido. A estratégia busca mais um aumento do vínculo do que uma mudança estrutural com o reforço do diálogo, visto que são participações pontuais com visibilidade e tempo predeterminado por uma das partes que controla o que é dito e como é dito. Contudo, percebe-se que há um local de fala voltado para a comunidade e um olhar sobre essa participação, mais no sentido de exprimir aspectos positivos e cobrar soluções para questões cotidianas do que em estabelecer um espaço plural aberto a algum tipo de debate político ou contestação social.

Ainda que mudanças relacionadas ao aumento do diálogo e participação da população no RJTV venham acontecendo de forma crescente, o objetivo é reforçar o vínculo com a audiência, e, nesse caminho, o projeto “Parceiro do RJ” teve sua relevância como uma ponte de aproximação entre o telejornal e o público de algumas regiões da cidade. O projeto cumpriu também um reforço de cidadania num momento em que as UPPs (Unidade de Polícia Pacificadora) foram implementadas em regiões até então dominadas pelo tráfico, e abriram espaço para que outras vozes das comunidades pudessem se expressar. Distante de uma verdade acabada, torna-se importante o constante aperfeiçoamento e reinvenção do jornalismo que, neste momento, pode acontecer por meio da sua aproximação com a sociedade, cada vez mais plural e participativa.

Os depoimentos dos parceiros e o caminho que o RJTV trilhou após o fim da segunda fase do quadro “Parceiro do RJ” iluminam algumas questões iniciais propostas pela autora. Observa-se que não há, necessariamente, um deslocamento de poder. O telespectador não é protagonista, e a relação entre emissora e audiência não se tornou horizontal. A mudança de comportamento social quanto à tecnologia, à participação da população na Internet e ao aumento do uso de dispositivos móveis influenciou na estrutura do telejornal, que claramente buscava

desenvolver meios de trazer maior identidade ao noticiário regional por meio do envolvimento da audiência, já manifestados anteriormente com a presença da “Urna do RJ”. O telejornal continua destinando um espaço de fala controlado e editado, no qual a participação da audiência é pinçada, selecionada e recebe um tratamento diferenciado da participação dos jornalistas profissionais.

Sobre os modelos de reportagens, os jovens “parceiros” trazem uma linguagem um pouco mais coloquial e utilizam alguns recursos como montagens e músicas, mas nada que se distancie muito do modelo que já é utilizado tanto no RJTV quanto em outros programas da Rede Globo. Os recortes, o modelo de filmagem e a postura dos repórteres são os mesmos. A diferença é que os jovens escolhidos têm pouco tempo de estudo para moldar a linguagem e ainda utilizam gírias e vocabulário próprio das suas regiões. Essa diferença é importante para o telejornal que mantém o seu padrão e, ao mesmo tempo, traz naturalidade e identidade do público que pretende alcançar. Comprova-se, claramente, ao comparar a atuação do “Parceiro do RJ” com a participação da população por meio do “Você no RJ” ao enviar vídeos caseiros.

As imagens, geralmente enviadas pelos telespectadores do RJTV 1ª Edição via *WhatsApp* e *Viber*, são de qualidade muito baixa, ao ponto de ser necessário emoldurá-las com uma tela azul (característica do telejornal), para que elas ocupem um espaço menor na tela e tenham uma qualidade mínima de exibição garantida. Uma curiosidade é que, mesmo com o hábito naturalizado de se assistir TV, cinema etc. em tela horizontal, ao registrar imagens pelo telefone celular ou tablet, o cidadão o faz com a tela em posição vertical de forma espontânea. Como, por exemplo, as representações dos registros audiovisuais abaixo exibidas no telejornal no mesmo dia, 05/01/2016, ambas enviadas por telespectadores. Na primeira, o telespectador registra com uma câmera a partir de uma janela, e na segunda, uma matéria que fala sobre milicianos que assassinaram jovens na Cidade de Deus.

A filmagem em posição vertical também é “ruído”, pois não se adapta facilmente ao formato de exibição em TVs. Eram nos ruídos que se encontravam os limites do poder da emissora. O ruído seria, também, uma evidência da troca, da participação, da voz do cidadão presente na imagem como discurso visual televisionado. De acordo com Sodré, *a modelização ou as imagens já estão inscritas na própria cultura, na mediação do sujeito consigo mesmo* (2006, p. 99). Assim, o

telejornal passa a mostrar o movimento da câmera em vez de apagá-lo, a exibir o ruído em vez de corrigi-lo.

Figura 23 – Registro de um roubo pelo telespectador exibido em 05/01/2016.



Figura 24 – Registro de viatura percorrendo uma rua na Cidade de Deus em 05/01/2016.



Ao comparar as imagens enviadas pelos telespectadores com as produzidas pela equipe do “Parceiro do RJ”, nota-se, claramente, o possível polimento realizado pela emissora durante o treinamento dos jovens repórteres. Distante de considerar a audiência uma massa incapaz de reações ao que consome via mídia, ressalta-se que a educação da população para a mídia (BECKER, 2012, p. 234), ou seja, para a leitura crítica da mídia, é um dos caminhos para mudanças sociais significativas. Com relação ao produto televisivo, pode-se refletir sobre o que Hall cita: “*Um dos momentos políticos mais significativos é aquele em que os acontecimentos, que são*

normalmente significados e decodificados de maneira negociada, começam a ter uma leitura contestatária” (2003, p. 402).

Em muitos casos, o não dito fala mais do que o que foi dito. Assim, pode-se colocar o microscópio sobre a participação do cidadão por meio da grande mídia e perceber, nas entrelinhas, algo que as comunidades estão clamando. Precisamos de mais visibilidade por parte do poder público, e a mídia tem conquistado o papel de porta-voz e advogada da população ao exibir fatos e cobrar mudanças.

REFERÊNCIAS

- ALLOA, E. Entre a transparência e a opacidade – o que a imagem dá a pensar. In: _____ (Org.). *Pensar a imagem*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.
- ANTOUN, H; MALINI, F. *A Internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- ANTOUN, Henrique; MALINI, Fabio. Ontologia da liberdade na rede. *Revista Famecos*, Porto Alegre: EDIPUCRS, v. 17, n. 3, p. 286-294, 2010.
- ARENDT, Hannah. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2000.
- AUMONT, Jacques. *A estética do filme*. Tradução Marina Appenzeller. Campinas, São Paulo: Papyrus, 1995.
- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. *Problemas da poética de Dostoiévski*. 5. ed. Tradução Paulo Bezerra. São Paulo: Forense Universitária, 2013.
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de jornalismo para rádio, TV e novas mídias*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
- BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.
- BAUER, Martin W; GASKEL, George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BAUMAN, Zigmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.
- BECKER, Beatriz. Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. In: *MATRIZES*. São Paulo, ano 5, n. 2, p. 231-250, jan./jun. 2012.
- _____. *Convergência x diversidade: repensando a qualidade das notícias na TV*. Brasília: SBPjor / Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2012.
- _____. *Televisão e novas mídias: repensando o papel das audiências nos telejornais*. Brasília: *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação* | E-compós, v. 17, n. 2, maio/ago. 2014.

BECKER, Beatriz. *Todos juntos e misturados, mas cada um no seu quadrado*: um estudo do RJTV 1ª edição e do Parceiro do RJ. Galáxia (São Paulo, On-line), n. 24, p. 77-88, dez. 2012.

BELTING, H. *A janela e o muxarabi: uma história do olhar entre Oriente e Ocidente*. In: ALLOA, E. (Org.). *Pensar a imagem*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. *We Media – How audiences are shaping the future of news and information*. USA: The Media Center at The American Press Institute, 2003.

BORDWELL, David. *Making meaning: inference and rhetoric in the interpretation of cinema*. USA: Harvard University Press, 1991.

BORELLI, Sílvia; Freitas, Ricardo F. *Comunicação, narrativas e culturas urbanas*. São Paulo e Rio de Janeiro: Educ/UERJ, 2009.

BORGES, Sheila. *O repórter-amador: uma análise das disposições sociais motivadoras das práticas jornalísticas do cidadão comum*. Recife: O Autor, 2013.

BOURDIEU, Pierre. *Coisas ditas*. São Paulo: Editora brasiliense, 2004.

BRASIL, Antonio. *A revolução das imagens: uma nova proposta para o telejornalismo*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2005.

_____; FRAZÃO, Samira Moratti. *A participação do telespectador na produção da notícia em telejornal: transformação do processo noticioso e da rotina profissional*. Brasília: SBPjor / Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2013.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

CALVINO, I. *As cidades invisíveis*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

CAVALCANTI, Mario Lima (Org.). *Eu, mídia: a era cidadã e o impacto da publicação pessoal no jornalismo*. São Paulo: Editora Opus, 2008.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 2008.

CIRET, Yan. Guy Debord, un stratège dans son siècle. In: *LE MAGAZINE*. Littéraire mensuel 399 (dossier Guy Debord et l'aventure situationiste) daté juin 2001, Molière, édition papier.

COUTINHO, Iluska. *Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

CRARY, J. *Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

DE FLEUR, Melvin L. *Teorias de comunicação de massa – imprensa, cinema, rádio e televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELEUZE. *Conversações*. São Paulo: Editora 34, 1996.

DIDI-HUBERMAN, Georges. Devolver uma imagem. In: ALLOA, Emmanuel (Org.). *Pensar a imagem*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

_____. *Imagens apesar de tudo*. Portugal: KKYM, 2012.

DINIZ, Talita Rampazzo. *A interatividade no telejornalismo: lacunas e possibilidades para pensar a temática No Brasil*. Santa Maria: R. Interamericana de Comunicação Midiática, 2012. Disponível em: <<http://www.ufsm.br/revistas>>.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

DUBOIS, P. Máquina de imagens: uma questão de linha geral. In: *Cinema, Vídeo, Godard*. São Paulo: Cosa&Naify, 2004.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: UNB, 2001.

FERNANDES, Cíntia Sanmartin; HERSCHMANN, Micael; MAIA, João (Org.). *Comunicações e territorialidades: Rio de Janeiro em cena*. Guararema: Anadarco, 2012.

FLUSSER, Vilém. *O universo das imagens técnicas*. São Paulo: Annablume, 2008.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

FRANÇA, A.; REBELLO, P. América e a paisagem como horizonte na televisão. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação* | E-compós, Brasília, v. 18, n. 2, maio/ago. 2015.

- GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas*. São Paulo: EDUSP, 2008.
- _____. *Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2007.
- HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.
- HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- HUYSSSEN, A. *Culturas do passado-presente: modernismos, artes visuais, políticas da memória*. Rio de Janeiro: Contraponto: Museu de Arte do Rio, 2014.
- JULLIER, Laurent; MARIE, Michel. *Lendo as imagens do cinema*. Tradução Magda Lopes. São Paulo: Editora Senac, 2009.
- KEEN, Andrew. *O culto do amador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.
- KELLNER, Douglas. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. In: MORAES, Denis de (Org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Maurad, 2006.
- LATOUR, Bruno. *Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede*. EdUFBA/EDUSC, 2012.
- LATOUR, Bruno. *Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.
- LEVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- LINS, C.; MESQUITA, C. *Filmar o real: sobre o documentário brasileiro contemporâneo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- MAFFESOLI, Michel. *O ritmo da vida: variações sobre o imaginário pós-moderno*. Rio de Janeiro: Record, 2007.
- MAGALHÃES, Caio Cesar Mota; NUNES, Marcia Vidal. *Comunicação comunitária como estratégia política na mídia convencional: um estudo de caso do meu bairro na TV*. Belém: XXIII Encontro Anual da Compós, 2014. Disponível em: <<http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/>

GT02_COMUNICACAO_E_CIDADANIA/artigo compos 2014-caiomotaemarciavidal_2140.pdf >. Acesso em: 25 set. 2014.

MAIA, Aline Silva Corrêa. *O telejornalismo no Brasil na atualidade: em busca do telespectador*. Salvador: Seminário Internacional – Análise de Telejornalismo: desafios teórico-metodológicos, 2011. Disponível em: <https://analisedetelejornalismo.files.wordpress.com/2011/08/maia_aline.pdf>. Acesso em: 25 set. 2014.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MALLUCI, Alberto. *A invenção do presente*. Petrópolis: Vozes, 2001.

MARTIN-BARBERO, Jesus. *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

_____. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MARTINS, M. *Imagem polida, imagem poluída: artifício e evidência na linguagem visual contemporânea*. 2009. 181 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.

MENDONÇA, Kleber. *RJTV e a (re)urbanização do Rio: uma cartografia da violência no discurso telejornalístico de pacificação*. Recife: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011. Disponível em: <<http://www.geografias.net.br/papers/2011/R6-1256-1.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2014.

MORAES, Dênis. *A batalha da mídia*. Rio de Janeiro: Ed. Pão e Rosas, 2009.

MUSSE, Christina Ferraz. *A entrevista no telejornalismo e no documentário: possibilidades e limitações*. São Paulo: MidiAto – Grupo de Estudos de Linguagem e Práticas Midiáticas (ECA-USP), 2010. Disponível em: <www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/51209/55279>. Acesso em: 25 set. 2014.

PATERNOSTRO, Vera Íris. *O texto na TV: manual de telejornalismo*. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História & história cultural*. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

RANCIÈRE, Jacques. *O destino das imagens*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

REGIS, Fátima; ORTIZ, Anderson; AFFONSO, Luiz; TIMPONI, Raquel (Org.). *Tecnologias de comunicação e cognição*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; ROXO, Marco; SACRAMENTO, Igor (Org.). *A história da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje*. São Paulo: Contexto, 2010.

RODRIGUES, Ernesto (Org.). *No próximo bloco... o jornalismo brasileiro na TV e na internet*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2005.

ROUSSEAU, Jean Jacques. *O contrato social*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

ROSE, Diana. Análise de imagens em movimento. In: BAUER, Martin; GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2002.

SABACK, Lilian. *Metodologia de análise do modo parceiro de fazer telejornalismo*. Rio de Janeiro: Intercom – XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015.

SAMPAIO, Walter. *Jornalismo audiovisual – teoria e prática do jornalismo no rádio, TV e cinema*. São Paulo: EUSP, 1971.

SANTOS, Antônio Raimundo dos. *Metodologia científica: a construção do conhecimento*, Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

SCHUDSON, Michael. *Descobrimo a notícia*. Petrópolis: Vozes, 2010.

SENNETT, Richard. *Carne e pedra – o corpo e a cidade na civilização ocidental*. Rio de Janeiro: Bestbolso, 2008.

_____. *O declínio do homem público*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

SIBILIA, Paula. *O show do eu*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Edições Loyola, 2005.

SODRÉ, Muniz. *A antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petrópolis: Vozes, 2006.

STAM, Robert. Bakhtin. *Da teoria literária à cultura*. Rio de Janeiro: Ática, 2010.

TARGINO, Maria das Graças. *Jornalismo cidadão: informa ou deforma?* Brasília: Ibict: UNESCO, 2009.

TAYLOR, Charles. *As fontes do self: a construção da identidade moderna*. São Paulo: Loyola, 2005.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade – uma teoria social da mídia*. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2005.

UNESCO. *Um Mundo, muitas vozes (O Relatório McBride)*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1983.

VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. *Ensaio sobre a análise fílmica*. Tradução Marina Appenzeller. Campinas, São Paulo: Papirus, 1994.

VIRILIO, Paul. *A máquina de visão*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.

Endereços eletrônicos:

Compós – <www.compos.org.br>.

Countrymeters – <<http://countrymeters.info/pt/World>>.

G1 – <<http://g1.globo.com>>.

IBGE – <<http://www.ibge.gov.br>>.

Intercom – <<http://www.portalintercom.org.br/>>.

ITU – United Nations – <<http://www.itu.int>>.

MCTI – Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações – <<http://www2.mcti.gov.br>>.

Memória Globo – <<http://memoriaglobo.globo.com>>.

Negócios Globo – <<http://negocios8.redeglobo.com.br>>.

O Globo – <<http://oglobo.globo.com>>.

Observatório da Imprensa – <<http://observatoriodaimprensa.com.br>>.

ONU – Organização das Nações Unidas – <<https://nacoesunidas.org>>.

Pesquisa Google – <https://ssl.gstatic.com/intl/ALL_br/think/docs/comportamento-consumidor-multiplataforma_research-studies.pdf>.

PUCP – <<http://congreso.pucp.edu.pe/>>.

Rede Globo – <<http://redegloboglobo.com/>>.

SECOM – Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da república – <<http://www.secom.gov.br>>.

TV Globo – Relatório de Ações Sociais 2011 – <<http://estatico.redegloboglobo.com>>.

Worldometers – <<http://www.worldometers.info/br/>>.

YouTube – <<https://www.youtube.com/>>.

APÊNDICE – Dados gerados pela autora e entrevistas realizadas

1. Descrição de material audiovisual	134
2. Tabela para análise de conteúdo	151
3. Resposta de Frances Ferreira	155
4. Resposta de Denise Cassiane	156
5. Resposta de Alessandro Werneck	158
6. Resposta de Leonardo Oliveira	160

Descrição de material audiovisual
Relação entre falas, som e imagem¹⁰⁹

<p>1 – Título no G1: David Fernandes e Denise Cassiane se despedem do “Parceiro do RJ” Exibido em 18/08/2014 (3h42) Jornalista responsável: Mônica Bernardes¹¹⁰ Disponível no link: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1/edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/david-fernandes-e-denise-cassiane-se-despedem-do-parceiro-do-rj/3570941/>. Mariana Gross: – E está terminando a segunda temporada do projeto “Parceiro do RJ”, tá chegando ao fim. E hoje, a Daiene Beatriz, que é a nossa parceira no Alemão, foi ouvir, na Baixada, o Davi Fernandes, que mora em São João de Meriti, e a Denise Cassiane, que mora em Belford Roxo. Vamos ver.</p>	
Vídeo	Áudio
Trem passa	Som de trem
Câmera mostra o trilho em perspectiva e Daiene entra pela direita falando para a câmera e anda em sua direção. O trilho, ao fundo, segue pelo mato e nas laterais aparecem árvores e fundos de casas simples.	Daiene Beatriz (parceira do RJ/Alemão): – E a caminhada dos parceiros está quase chegando ao fim. E eu desembarquei aqui, na área da Denise e do David, pra poder conversar com eles, com a família, e relembrar os melhores momentos da trajetória deles no projeto.
Vinheta do “Parceiro do RJ”	
Cena de fogos e festa de São João	Música: “Cadê São João do Meriti aí”
Daiene (de costas) entrevista Davi Fernandes enquanto imagens são exibidas em sequência. Pessoa andando de bicicleta na favela. Davi entrevistando alguém do povo. Pessoa chorando sendo resgatada. Pessoa sendo resgatada. Detalhe de alguém passando de bicicleta. Davi entrevistando alguém do povo. Davi medindo a profundidade de um buraco no chão. Davi dentro de um outro buraco no chão com 1m de profundidade. Davi abraçando uma senhora na rua. Duas mulheres fazendo sinal de positivo com o polegar. Duas pessoas passando por uma trilha no mato com muito lixo. Uma senhora andando ao lado de buracos na rua. Uma pessoa tira o sapato para conseguir estabilidade ao andar na rua esburacada enquanto duas outras pessoas olham. Grupo de mulheres com crianças sobem uma rua esburacada. Carro tenta driblar os buracos na rua. Detalhe de tábuas sobre buraco. Davi entrevista senhora que mostra o chão e, ao fundo, três adolescentes de bermudas, descalços e sem camisa. Davi, sentado numa escada, entrevista um senhor, sentado numa mureta.	Davi Fernandes: – Foi um ano e meio, né, pra gente representar esse povo tão sofrido. Minha visão de mundo aumentou. Se participar pudesse resolver os problemas de muita gente. E a primeira matéria, que eu fiz, foi sobre a minha Rua Carmela Dutra, que estava numa situação difícil. As pessoas não conseguiam andar.
Carro de som numa rua sem asfalto com pessoas atravessando a rua e passando ao lado do carro.	Povo fala – pessoa no carro de som (27/03/2013): – Filma mesmo “cumpadi”, que tá uma vergonha essa rua mesmo.
Rua esburacada vazia. Senhor com criança andando na rua esburacada. Detalhe de rua	Povo fala – voz de menino (27/03/2013): – Já engessei minha perna duas vezes.

¹⁰⁹ Todas as falas foram transcritas exatamente da forma como as pessoas disseram.

¹¹⁰ Mônica Bernardes é jornalista formada pela UFRJ. Trabalhou no Jornal dos Sports, na Rádio Tupi, no jornal *O Globo* e, desde 1994, passou pelas áreas de produção, reportagem e edição da TV Globo. Atualmente, é editora do Bom Dia Rio e do RJTV, noticiários da emissora.

sem asfalto. Cratera no meio da rua. Carro e pessoas dividem o mesmo espaço para passar.	
Senhora segurando uma bengala para se apoiar. Carro passando ao lado da cratera no meio da rua.	Povo fala – senhora na rua (27/03/2013): – Até quando a gente vai ficar nessa situação, né Davi?
Davi fala pra Daiene, no alto do morro. Davi e Daiene, segurando o microfone, andando na rua.	Davi Fernandes: – Hoje eu consigo sair da minha casa pra trabalhar sem botar o pé na lama, e eu fiquei feliz e os moradores também vão ficar.
Daiene entrevista moradora no meio da rua, ao lado de Davi.	Povo fala – outra senhora na rua: – Falar que eu caí num buraco é pouco. Agora não. Agora a gente já pode passar direito, entendeu?
Mãe de Davi fala pra Daiene, no alto do morro. Pessoas andando em rua asfaltada; senhora manda um beijo para a câmera. Jovens pulando, festejando.	D. Ângela Maria Soares (mãe do Davi): – A gente sente orgulho em saber que através dele a gente conseguiu muitas melhorias, né? E eu tô muito feliz.
Davi colocando um chapéu no meio de uma praça asfaltada e um mastro com bandeira do Brasil ao fundo. Davi fala pra Daiene, no alto do morro.	Davi Fernandes: – Cria uma identidade nossa e têm pessoas que nunca nos viram, às vezes, falam com a gente como se nos conhecessem há muito tempo.
Câmera mostra várias pessoas em semicírculo numa praça.	Povo fala – várias pessoas: – Sempre alerta!
Escoteiros treinando arco e flecha. Escoteiros comemorando. Pessoa aparando o mato. Denise entrevistando judocas. Crianças praticando judô. Pessoa cuidando de uma muda de árvore. Alguém passando num carro na rua movimentada. Guarda de trânsito e pedestres atravessando na faixa.	Davi Fernandes: – São pessoas que a gente vê o potencial de driblar as dificuldades, e trabalhar, e viver com dignidade, de uma forma alegre, levando alegria pra todo mundo.
Caminhoneiro gritando para guarda municipal que responde com sinal de positivo com o polegar.	Povo fala – caminhoneiro (12/04/2013): – Você é o melhor que nós temos!
Câmera mostra o céu e gira em direção à Daiene que está numa rua tranquila, com casas simples, que anda em direção à câmera, segurando o microfone, falando.	Daiene Beatriz: – Cheguei em Belford Roxo e o tempo fechou. Gente, brincadeiras à parte, mas isso acabou de me lembrar uma matéria da nossa parceira Denise.
	Denise Cassiane (6/12/2013): – Esse aqui é o meu quintal. Vocês não tem noção do que está cheio isso aqui. Não me fala não... ou melhor, fala sim. Vocês conseguem ver rua? Um caos gente!
Denise usando chapéu de palha e comendo churrasquinho e fazendo sinal positivo com o polegar para a câmera. Denise andando na rua carregando caixas com outra pessoa. Denise no jardim do Instituto de Arqueologia Brasileira. Denise mostrando lixo na rua. Ônibus entrando numa rua. Rua muito esburacada, com crateras no centro cheias de água. Pessoas comemorando.	Daiene Beatriz: – E são muitas histórias, né Denise, muitas matérias. E tem alguma, assim, aquela matéria especial, aquela que você não vai esquecer?
Daiene entrevista Denise sentada num sofá. Mulher com duas crianças (uma de colo) subindo dutos para atravessar a água. Dutos vistos por baixo Daiene e Denise no sofá. Avenida escura sem luz à noite, carros passam. Outra rua escura sem luz à noite, carros passam. Daiene e Denise no sofá. Avenida iluminada à noite, carros passam.	Denise Cassiane: – Inesquecível mesmo, Daiene, foi uma matéria de uns dutos que têm ali no bairro Pabi, de umas pessoas que não têm uma simples e... forma de passar, uma passarela. Outra matéria também que eu lembro foi ali no centro de Belford Roxo, na entrada ali da Dutra, tava tudo sem iluminação. Passaram-se duas semanas e a gente foi lá e tava tudo aceso, uma avenida

	inteira. Então, a gente fica muito feliz com isso.
Denise luta judô, recebe um golpe e bate no chão.	Denise Cassiane (em outro momento, particular, aprendendo uma luta): – Se liga nessa!
Daiene entrevista mãe de Denise do lado de fora da casa. Denise dançando na festa junina. Denise entrevistando homem em gramado com árvores. Denise entrevistando mulher em lugar fechado.	Daiene Beatriz: – E aí, eu quero saber da senhora, como é que é ver sua filha brilhando aí?
Daiene entrevista mãe de Denise do lado de fora da casa. Denise vem andando a partir da lateral da casa.	D. Isabel Cristina Roque (mãe da Denise): – Muito bom, né? Muito bom. Eu tô assim bastante feliz. É um ciclo que já está se fechando.
Denise interrompe a entrevista da mãe	Denise Cassiane: – Já tá roubando a cena? Eu não posso sair um minuto, largar o microfone, que ela já chega e quer roubar a cena, Daiene.
Daiene entrevista dona Isabel ao lado de Denise, do lado de fora da casa.	Daiene Beatriz: – Ó! Agora eu quero conversar com a dona Isabel um pouquinho. Calma aí.
Daiene entrevista dona Isabel ao lado de Denise, do lado de fora da casa. Davi e Denise andam um de cada lado dos trilhos do trem. Davi e Denise andam de mãos dadas sobre os trilhos do trem.	D. Isabel Cristina Roque (mãe da Denise): – É um ciclo que já tá se fechando, mas outro já vem se abrindo. Não só pra ela, mas pra todos vocês. E eu tô assim alegre. Cada um agora vai seguir o seu caminho, mas vai seguir assim, confiante, que sabe que lá na frente vai encontrar coisas boas.
	Mariana Gross: – É amanhã a gente mostra a despedida de outra dupla.

2 – Título no G1: Parceiros relembram como suas reportagens ajudaram o Maracanã

Exibido em 19/08/2014 (3h55)

Jornalista responsável: Mônica Bernardes

Disponível no link: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1/edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/parceiros-relembra-como-suas-reportagens-ajudaram-o-maracana/3573514/>>.

Mariana Gross: – Despedida, né? A segunda temporada dos nossos parceiros tá acabando. Hoje, a Jéssica Sá e o Jorge Soares, nossos parceiros em Caxias, foram até Vila Isabel, onde mora o Leonardo Oliveira, e até São Cristóvão, onde mora o Luiz Gustavo Soares. Vão mostrar pra gente a trajetória dos dois, grande dupla do grande Maracanã.

Vídeo	Áudio
Jorge andando pela feira de São Cristóvão falando para a câmera. Imagem do Leonardo fazendo uma passagem no Maracanã segurando uma bola. Imagem do Jorge entrevistando jogador de futebol na Quinta da Boa Vista.	Jorge Soares: – O que é que a região do grande Maracanã tem? Feira de São Cristóvão... Maracanã, Quinta da Boa Vista...
Jorge entrevistando Luiz Radiador. Luiz entrevistando cadeirante na calçada. Luiz entrevistando Rappers.	Jéssica Sá: – É, mas também tem Luiz Radiador, buraco na calçada, batalha de Rap.
Jorge e Jéssica em passagem na Feira de São Cristóvão (o texto se completa com a fala de Jéssica).	Jorge Soares: – Isso, porque antes de ser palco da Copa do Mundo,
Jorge e Jéssica em passagem na Feira de São Cristóvão.	Jéssica Sá: – já tinha uma dupla que há muito tempo já estava de olho nessa região.
Placa mostrando caminho de Vila Isabel. Leonardo subindo uma ladeira no Morro dos Macacos. Jorge entrevista Leonardo.	Jorge Soares: – É aqui em Vila Isabel, no morro dos Macacos, que o nosso parceiro Leonardo Mora. Então Leo, um ano e meio de projeto, como é que foi essa experiência?

Jorge entrevista Leonardo.	Leonardo Oliveira: – Foi muito boa. Foi uma grande experiência que eu vou levar para a minha vida.
Três imagens de muitos fios de eletricidade num muro (gato).	Jorge Soares: – Eu sei que foram muitas matérias, mas se você fosse lembrar uma qual seria?
Jorge entrevista Leonardo.	Leonardo Oliveira: – Posso destacar uma, que foi muito legal, que foi a matéria da luz.
Leonardo fazendo passagem em matéria de 09/04/2013.	Leonardo Oliveira (09/04/2013): – Morro dos Macacos, minha comunidade, o maior problema daqui é de luz.
Leonardo entrevistando uma senhora no escuro – luz de velas.	Povo fala: – mulher (09/04/2013): – Posso mandar um recado pra light? Vou mandar um recado pra ela: não mande a conta, mande vela.
Jorge entrevista Leonardo.	Leonardo Oliveira: – E graças à nossa matéria, a gente pôde ajudar algumas pessoas. Era um problema que também tinha na minha casa e que afetava outros moradores.
Leonardo entrevistando morador em matéria de 25/04/2013.	Leonardo Oliveira (25/04/2013): – Finalmente a situação melhorou! Não é verdade, Dom?
Leonardo entrevistando morador em matéria de 25/04/2013.	Povo fala – Dom (25/04/2013): – É verdade mesmo.
Jorge entrevista pessoa ao lado de Leonardo. Câmera mostra o morro ao fundo. Leonardo cumprimenta a pessoa. Jorge e Leonardo subindo escada no morro.	Povo fala – homem: – Eu acho que cada comunidade tem que ter esse projeto pra mostrar os nossos... a dificuldade que a gente passa, os nossos problemas sociais. Pra mostrar pro povo que tá vendo...
Jorge entrevista mãe de Leonardo na porta de casa.	Jorge Soares: – Conta pra gente, como é que foi ver o Leo nesse um ano e meio do projeto?
Imagem do Leonardo com o microfone na mão fazendo matéria sobre Rap; Jorge entrevista mãe de Leonardo na porta de casa.	Francisca Paulino (mãe do Leonardo): – Foi bom, muito bom, um orgulho muito grande.
Imagem do Leonardo com o microfone na mão fazendo matéria sobre Rap. Jorge entrevista mãe de Leonardo na porta de casa.	Jorge Soares: – E quando ele aparecia na televisão, como é que era a reação dentro de casa?
Mãe de Leonardo falando sobre sua família.	Francisca Paulino (mãe do Leonardo): – Ah, principalmente a minha que ficava pulando feito uma maluca, gritando “o Leo gente, vem ver o Leo”.
Cena de guarda orientando o trânsito. Luiz Gustavo anda pelas ruas e é cumprimentado pelas pessoas. Encontra Jéssica.	Jéssica Sá: – Se tem alguém que conhece São Cristóvão como ninguém é, aqui ó, Luiz Gustavo. E a gente chegou à Rochinha, não é isso?
Luiz Gustavo entrando com Jéssica em uma loja.	Luiz Gustavo: – Aqui é a Rochinha, aqui pô.
Jéssica entrevista atendente de loja que está atrás do balcão.	Jéssica Sá: – Dona Bete, você conhece esse rapaz aqui desde pequeno?
Senhora responde. Cena de funcionária trazendo dois copos de açaí para Jéssica e Gustavo.	Povo fala – Dona Bete: – Conheço. Desde pequenininho que ele vem aqui. Ele, o irmão dele...
Jéssica entrevista atendente de loja que está atrás do balcão.	Jéssica Sá: – O trabalho dele aqui, na região, “cê” acha que valeu a pena?
Atendente responde.	Povo fala – Dona Bete: – Ah, valeu bastante, poxa.
Homem na rua é entrevistado.	Povo Fala – homem: – Vocês levam pra televisão o que verdadeiramente acontece no bairro.

Imagens de Gustavo fazendo uma passagem na Cadeg, no <i>pilotis</i> de uma escola, entrevistando professor de educação física. Imagem de Jéssica entrevistando Gustavo em frente a um portão.	Jéssica Sá: – Durante um ano e meio Gustavo fez reportagens aqui no bairro e, olha, gostou tanto que largou o Direito e vai continuar no Jornalismo, não é isso?
Gustavo responde. Imagem de Gustavo cumprimentando pessoa em loja de sapatos, em loja de roupas.	Luiz Gustavo: – Verdade, eu cursava Direito numa faculdade e, depois dessa experiência como “Parceiro do RJ”, o dia a dia, não tem como, você vai se apaixonando pela profissão, né?
Pai de Gustavo, abraçado ao filho, responde perguntas de Jéssica em ambiente doméstico.	Luiz Carlos Siqueira (pai do Luiz Gustavo): – E na região aqui todos já conhecem ele. Iam passando, você é o pai do Luiz Gustavo? Sim, estou ficando famoso. Até por intermédio dele, né?
Mãe de Gustavo responde perguntas de Jéssica em ambiente doméstico.	Sandra Soares (mãe do Luiz Gustavo): – As pessoas me dão parabéns, acho que ele se saiu muito bem. Porque dizem pra mim assim: esse menino é bom, ele vai longe.
Jéssica em frente a sete pessoas em ambiente doméstico. Uma segura um quadro do “Parceiro do RJ”.	Jéssica Sá: – O projeto acaba, mas advinha o lema que fica na família?
Sete pessoas falando em coro, incluindo os pais de Gustavo.	Sete integrantes da família, em coro na sala de casa: – “Parceiro do RJ” no ar, rapá!
Pai de Gustavo fala e todos riem.	Luiz Carlos Siqueira (pai do Luiz Gustavo): – Viva São Cristóvão!
Imagem de Jéssica entrevistando Gustavo em frente a um portão.	Jéssica Sá: – Tem alguma matéria que você fez como parceiro que não poderia deixar de fazer?
Gustavo responde.	Luiz Gustavo: – Tem, a do colégio Pedro II.
Imagens da matéria feita por Gustavo no colégio Pedro II, em 14/12/2013.	Luiz Gustavo (14/12/2013): – Todo ano nós fazemos a tradicional feijoada dos ex-alunos. E a nossa parceira Jéssica Sá, parceira de Caxias... tá gostando, é bom reencontrar os amigos e relembrar os tempos vividos no colégio?
Imagens da matéria feita por Gustavo no colégio Pedro II, em 14/12/2013.	Jéssica Sá (14/12/2013): – Gente, eu nunca vi tanto ex-aluno junto no mesmo lugar assim.
Imagem de Jéssica entrevistando Gustavo em frente a um portão.	Jéssica Sá: – Eu tive aqui, ele me entrevistou, agora é a revanche. Tá gostando da experiência?
Imagem de Jéssica entrevistando Gustavo em frente a um portão.	Luiz Gustavo: – É complicado... eu já disse que tá aqui é mais difícil do que tá aí.
Passagem de Jéssica em frente ao Cadeg mostrando a dupla. Imagem de casal idoso dançando.	Jéssica Sá: – E para encerrar bem o projeto, nos trouxemos essa dupla até o lugar onde foi feita a primeira matéria, o Cadeg. Então vamos terminar com dança e terminar com festa, vamo lá?
Imagem dos parceiros dançando.	Dupla entrevistada (em <i>off</i>): Bora, bora.
Mariana Gross: – E amanhã tem a despedida de outra dupla de parceiros.	

3 – Título na Globoplay: Leandro Lima e Aline Marinho se despedem do “Parceiro do RJ”

Exibido em 20/08/2014 (3h00)

Jornalista responsável: Mônica Bernardes

Disponível no link: <<https://globoplay.globo.com/v/3576004/>>.

Mariana Gross: Agora temos mais uma despedida de uma dupla da segunda temporada aqui no RJ. Hoje, a Jéssica Sá e o Jorge Soares, nossos parceiros em Caxias, forma até a Rocinha e o Vidigal para mostrar os melhores momentos do Leandro Lima e da Aline Marinho. Vamos

ver:	
Vídeo	Áudio
Jéssica fala para câmera que se movimenta em semicírculo, mostrando ao fundo a escada de entrada do Vidigal, onde há uma placa da UPP e algumas barracas de ambulantes e comércio informal.	Jéssica Sá: – O Vidigal se tornou cartão postal da cidade maravilhosa e...
Câmera mostra Aline no alto da escada, como se estivesse em um mirante, olhando para frente sem fazer contato visual com Jéssica e com a câmera. Em seguida, corta e mostra Aline de perfil, no alto do morro, olhando o mar e a paisagem do Rio de Janeiro, incluindo parte do Vidigal.	é aqui que a Aline Mora.
Visibilidade de algumas casas vistas de cima, corta, mostra a entrada do Vidigal: pessoas sentadas na escada, placa da UPP, prédio azul e ponto de mototáxi e casas ao fundo. Corta para placa onde está escrito Vidigal e uma seta apontada para a direita. Jéssica subindo uma rua asfaltada com comércio local, residências e veículos.	Música
Câmera mostra microfone de Jéssica e Aline respondendo à pergunta. Ao fundo, escadas e muros grafitados.	Jéssica Sá: – Aline como é que foi representar o Vidigal assim, no projeto? Aline Marinho: – Olha, foi pra mim muito emocionante, uma experiência única.
Cena de programa anterior no qual os parceiros foram para conhecer uma trilha no Vidigal. Aline entrevistando pessoas. Cena de tênis visto por trás de uma pessoa andando na mata. Pessoas andando na trilha, vistas de frente enquanto passam.	Aline Marinho (17/06/2013): – Até a própria trilha que foi, que vocês vieram aqui né, que a gente pode mostrar um lugar que eu, que era moradora aqui do Vidigal há 27 anos, nunca tinha tido acesso.
Parceiros agrupados e comemorando no alto do morro com os braços levantados.	Parceiros em coro (17/06/2013): – Uhuuuu!
Câmera mostra microfone de Jéssica e a mãe Aline, ao lado da filha em um espaço que parece uma sacada, respondendo à pergunta. Ao fundo, casas do Vidigal vistas a distância.	Cida Marinho (mãe da Aline Marinho): – Foi um ano e meio de muita luta, foi muito legal o trabalho dela. Acompanhei várias etapas do trabalho dela.
No mesmo lugar, de outro momento anterior na entrevista, câmera mostra microfone de Jéssica e Aline respondendo à pergunta. Ao fundo, escadas e muros grafitados.	Aline Marinho: – Uma coisa que me mudou muito, na minha relação com o lugar onde eu moro, foi encarar os problemas com um outro olhar.
Cena de programa anterior: Aline caminha, enquanto fala ao microfone, por uma pracinha com parquinho cimentado com escorregador, balanço e gangorra. Câmera mostra detalhes de brinquedos quebrados.	Aline Marinho: – Uma reportagem que eu fiz há uns meses foi sobre uma pracinha que não tinha balanço, não tinha escorrega...
No mesmo lugar, de outro momento anterior na entrevista, câmera mostra microfone de Jéssica e Aline respondendo à pergunta. Ao fundo, escadas e muros grafitados.	Aline Marinho: – ... e eu achava aquilo ali normal.
Câmera mostra escada estreita descendo para a pracinha com mato crescendo ao redor. <i>Zoom out</i> e mostra toda a pracinha com os brinquedos dividida em dois níveis, como se fossem andares. Pisos e brinquedos descuidados.	E aí um dia eu tava (<i>sic.</i>) na janela e olhei e falei assim: “Leandro, aqui é uma pauta, na nossa frente”.
No mesmo lugar, de outro momento anterior ao da entrevista, câmera mostra microfone de Jéssica e Aline respondendo à pergunta. Ao	O “Parceiro” também foi um divisor de águas na minha vida, assim.

fundo, escadas e muros grafitados.	
Câmera parada à frente, com certa distância de Aline e Jéssica, mostra elas subindo a ladeira enquanto realizam a entrevista. Ao fundo, casas e muros grafitados.	Jéssica Sá: – Aline, eu tô reconhecendo essa ladeira, hein. É aqui que o moço do pão passa? Aline Marinho: – É aqui mesmo Jéssica, todo dia o moço do pão passa aqui cantando aquela musiquinha.
Cena de programa anterior, na qual homem é filmado de costas subindo e descendo escadas e ladeiras do Vidigal.	Moço do pão (22/10/2013): – É o moço do pão, tchã, é o moço do pão passando no seu portão, tchã, tchã, tchã.
Cena de programa anterior, na qual câmera registra a distância Aline segurando o microfone, registrando o que homem que compra pão fala sobre o “homem do pão” que está à sua frente, como se estivesse realizando uma venda.	Homem fala (22/10/2013): – Ô rapaz, esse home aqui é especial aqui nessa comunidade.
Homem do pão confere o dinheiro, guarda e levanta suas duas bolsas de pão para continuar as vendas.	Aline Marinho (22/10/2013): – Tá aprovado o pão dele? Homem fala (22/10/2013): – Sim, sem dúvida, cem por cento.
Aline Marinho pega uma das bolsas de pão e segue a ladeira ao lado do homem do pão cantando sua música, com adaptação, no microfone. Corta para cena de moradora comprando pão.	Aline Marinho (22/10/2013): – Aí André, também me empolguei, quero levar um pão aí. Quero vender também. É a moça do pão, tá thum, é a moça do pão passando no seu portão (cantando).
Câmera mostra placa de entrada na Rocinha. Ao fundo, residências e comércio local. Corta para cenas da Rocinha vista de baixo, do Complexo Esportivo da Rocinha visto de frente, de pessoas comprando frutas e ovos em uma Kombi, rua movimentada com muitas motos, pessoas, residências e comércio local.	Jorge Soares: – E a Aline fez parceria com o Leandro, que é um morador da Rocinha...
Jorge Soares fala para câmera. Ao fundo, a passarela que liga a Rocinha ao Complexo Esportivo da Rocinha.	... e, claro, teve muita coisa para mostrar durante o projeto.
Câmera mostra microfone de Jorge e Leandro respondendo à pergunta. Ao fundo, residências da Rocinha.	Jorge Soares: – Como é que foi representar mais de cem mil moradores?
Câmera mostra microfone de Jorge e Leandro respondendo à pergunta. Ao fundo, residências da Rocinha. Corta para cena de Leandro de costas no alto do morro olhando o mar e a paisagem carioca, incluindo a Rocinha. Volta para cena de Leandro respondendo à pergunta.	Leandro: – É, foi difícil pelo tamanho que é a Rocinha, né? Foi um aprendizado na primeira matéria, foi ali que eu fui e falei “é... a responsabilidade vai ser a partir daqui”.
Cena de programa anterior que mostra concentração da corrida “Rocinha de Braços Abertos”. Leandro se posiciona na pista em frente à largada. Corta para tecido com o logotipo da corrida estampado.	Leandro (25/03/2013): – Final de semana agitado aqui na Rocinha, eu sou o Leandro Lima, e, junto com a Aline Marinho, estamos acompanhando a “Rocinha de Braços Abertos”.
Câmera mostra microfone de Jorge e Leandro respondendo à pergunta. Ao fundo, residências da Rocinha.	Leandro: – Foi na corrida, né, que eu conheci a Dona Antônia, a nossa figuraça, né? A nossa personagem principal.
Cena de programa anterior que mostra Leandro entrevistando Dona Antônia, já com a camiseta e numeração da corrida, no meio de uma rua da comunidade. Ao fundo, casas, comércio, pessoas passando e veículos estacionados.	Dona Antônia (25/03/2013): – Eu tô correndo, caminhando, pela primeira vez, mas tô adorando.

Cena mostra pessoas cruzando a linha de chegada, inclusive Dona Antônia, que foi entrevistada na cena anterior. Leandro comemora e corre em direção à Dona Antônia e lhe dá um abraço, quando ela vai cruzar a linha de chegada. Leandro levanta Dona Antônia no ar enquanto a abraça e faz um giro de 360° sobre o próprio eixo mostrando a comemoração.	Leandro (25/03/2013): – Que momento espetacular, Dona Antônia cruzando a linha de chegada. Eu tô muito feliz com isso. Muito bom, Dona Antônia (abraça e roda dona Antônia). Dona Antônia conseguiu!
Câmera mostra microfone de Jorge e Leandro respondendo à pergunta. Ao fundo, residências da Rocinha.	Jorge Soares: – E nesse um ano e meio de projeto, como é que você analisa a importância dele para a comunidade?
Cena de programa anterior que mostra Leandro entrevistando idoso que também participou da corrida. Corta para cena em que fala ao microfone em frente a um comércio da comunidade. Corta para imagem de pessoa abraçando Leandro e outra de homem que passa e o cumprimenta.	Leandro: – Olha, o “Parceiro do RJ” se tornou uma referência aqui, né, as pessoas me abordavam, às vezes vinha recado até na minha casa.
Câmera mostra microfone de Jorge e mãe de Leandro respondendo à pergunta. Ao fundo, residências da Rocinha.	Dalva Lima (mãe de Leandro): – As pessoa procurava (sic) ele aqui pra fazer, arrumar matéria. Quando ele era pequeno, ele falava assim “eu quero ser repórter”.
Imagem mostra calçadão de São Conrado. Corta para imagem da praia de São Conrado. Corta para imagem de câmera baixa mostrando homem pedalando na ciclovia. Corta para imagem de redes de vôlei na praia. Corta para imagem dos parceiros atravessando na faixa de pedestres em direção à praia, descendo a rampa e chegando á areia. Estão com roupas de frio e céu cinzento.	Jéssica Sá: - Entre a Rocinha e o Vidigal tem a praia de São Conrado, e entre a Aline e o Leandro tem uma verdadeira parceria.
Câmera mostra microfone de Jéssica e Aline Marinho respondendo à entrevista. Ao fundo, faixa de areia, quiosque, rampa e ciclovia de São Conrado.	Aline: – A gente sempre fala que a gente se completa, porque eu sou muito, muito agitada, o Leandro é mais calmo, mais tranquilo. E a gente conseguiu lidar, cada um com a diferença um do outro.
Leandro abraça Aline e a levanta no ar, ela gargalha. Ele carrega a parceira no colo, na horizontal, e gira sobre o próprio eixo brincando e comemorando.	Leandro: – Tenho muito orgulho disso, ter a Aline como parceira, porque o trabalho foi muito mais fácil.
Jorge, Jéssica, Aline e Leandro falam olhando para a câmera. Ao fundo, faixa de areia e mar de São Conrado.	Os 4: – “Parceiro do RJ” no ar, rapá. Uhhuuu!

4 – Título no G1: Parceiros do RJ de Niterói falam sobre a experiência de participar do projeto

Exibido em 23/08/2014 (03h15)

Jornalista responsável: Mônica Bernardes

Disponível no link: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1/edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/parceiros-do-rj-de-niteroi-falam-sobre-a-experiencia-de-participar-do-projeto/3582774/>>.

Flavio Fachel – E chegou a hora de mais uma despedida dos nossos parceiros do RJ, o Leandro Lima e a Aline Marinho, que representaram a Rocinha e o Vidigal e a Chácara do Céu, foram até Niterói para mostrar a experiência da Júlia Rodrigues e do Jonathan Anjos.

Vídeo

Leandro Lima e Aline Marinho fazem passagem na lateral do MAC, Niterói. Imagem de Júlia e Jonathan andando na rua.

Áudio

Aline Marinho – Meu parceiro e eu estamos aqui em Niterói, na cidade dos nossos parceiros Júlia e Jonathan, e vamos mostrar pra vocês o que eles fizeram ao longo desse

	um ano e meio de projeto “Parceiro do RJ”.
Vinheta do “Parceiro do RJ”	
Cena de moradores com cartazes reivindicando. Moradora olhando pela janela. Criança tocando violão. Criança puxando samba. Criança jogando Tênis. Pessoas fotografando em frente ao MAC. MAC visto a distância.	Música
Leandro entrevistando Júlia	Leandro Lima: – Júlia, conta pra gente, como é ser parceira de Niterói?
Leandro entrevistando Júlia. Imagem de Júlia e Jonathan andando na rua. Imagem de Júlia tirando o título de eleitor. Imagem de turistas no MAC acenando para a câmera. Pessoas num mirante. Júlia fazendo uma passagem em uma estrada de terra. Jonathan na praia com lixo na mão.	Júlia Rodrigues: – Nesse final de projeto, a gente começa a pensar, né, como é que foi, ver tudo o que aconteceu. A gente começou a ver o quão era importante o nosso papel dentro da nossa cidade.
Jonathan jogando garrafa de água no lixo.	Jonathan Anjos (matéria de outro dia, sem data): – A garrafinha que eu usei na gravação, foi pro lixo.
Júlia falando para a câmera em entrevista feita por Jonathan em um estádio. Crianças jogando Tênis. Detalhe de pessoas andando na areia da praia e lixo no chão. Parte do rosto de Júlia atrás de umas folhas. Casas quase caindo em uma encosta. Crianças com medalhas.	Júlia Rodrigues: (matéria de outro dia, sem data): – E não se esqueça de votar consciente.
Senhora assinando atendida pela justiça eleitoral. Leandro entrevistando Júlia. Pessoas andando em trilha no mato perto de um muro. Adolescente jogador de Tênis abraçando Júlia. Homem sentado na calçada desenhando. Imagem de avenida. Detalhes de muitos pés de pessoas na calçada. Imagem de encosta com casas simples. Contraste entre a encosta e prédios.	Júlia Rodrigues: – É, foi muito legal eu conseguir ver, nas coisas mais simples e que eu já estava acostumada, ver os problemas... éee... tentar solucionar.
	Mariana Gross (06/08/2013): – Finalmente começaram as obras numa enorme cratera que o Jonathan e a Júlia tinham mostrado aqui no RJ.
Imagem de placa em obra. Passagem de Jonathan em 06/08/2013.	Jonathan Anjos (06/08/2013): – Essa é a placa que os moradores aqui do largo da Batalha queriam ver há muito tempo. Por duas vezes, eu e minha parceira estivemos aqui na estrada Celso Peçanha e mostramos como estava a situação deste buraco.
Cena da matéria feita por Jonathan, em 06/08/2013, mostrando cratera na rua cercada por isolamento.	Jonathan Anjos (03/05/2013): – E nesse ponto da estrada uma enorme cratera se abriu na calçada. Com isso, os moradores tem que se arriscar na rua para que consigam acessar o outro lado.
Jonathan entrevista transeunte.	Povo fala – homem (03/05/2013): – Tá arriscado um carro pegar a gente aqui, ó.
Imagem da cratera vista de cima. Jonathan entrevista senhora e outras pessoas assistem.	Povo fala – mulher 1 (25/06/2013): – Cada vez que chove, tá abrindo mais. Esse pedaço aqui já caiu; lá naquele canto lá já caiu mais.
Homens trabalhando em obra. Pessoas passam ao lado da cratera.	Jonathan Anjos (06/08/2013): – Hoje, o que nós vimos é uma situação totalmente diferente. Obras iniciadas.
Jonathan entrevista senhora.	Povo fala – mulher 2 (06/08/2013): – Eu

	passava por aí com o maior medo.
Jonathan entrevista senhora.	Jonathan Anjos (06/08/2013): – E agora?
Jonathan entrevista senhora. Imagem de passarela cercada para transeuntes.	Povo fala – mulher 2 (06/08/2013): – Agora o medo acabou.
Júlia sendo fotografada.	Povo fala – Pessoa que atende Júlia: – Tá linda.
Júlia olha a foto.	Júlia Rodrigues: – Ô maravilhosa (riso).
Cenas de Júlia tirando o título de eleitor. Leandro entrevistando Júlia.	Júlia Rodrigues: – Achei que foi muito engrandecedor e eu vou levar certamente isso pro resto da minha vida.
Leandro entrevistando a mãe da Júlia acompanhada da filha em ambiente doméstico.	Leandro Lima: – E agora, na reta final, o que você tem a dizer sobre o trabalho da sua filha?
Leandro entrevistando a mãe da Júlia acompanhada da filha em ambiente doméstico.	Cristina Rodrigues (mãe da Júlia): – Ah, eu achei que foi muito gratificante para ela como experiência, valeu muito, né?
Cena de cadeiras na praia com pessoas e mulher gritando.	Povo fala – Vendedora de camarão grita na praia: – É o camarão da Laurinha, comeu, gamouuaaa!!
Leandro entrevistando Júlia no térreo do MAC.	Leandro Lima: – E parceiro que é parceiro, não tem jeito, né? Tem que ter o VT preferido. Qual é o seu VT preferido Júlia?
Leandro entrevistando Júlia no térreo do MAC.	Júlia Rodrigues: – Todos têm um spacinho no meu coração, mas sem dúvida foi o do Carlos que faz croqui.
Imagem da placa da Avenida Visconde do Rio Branco. Júlia fazendo uma passagem em 14/11/2013. Imagem de homem sentado na calçada desenhando em 3 diferentes ângulos. Detalhe de mão do homem desenhando.	Júlia Rodrigues (14/11/2013): – Quem passa por aqui, na Avenida Visconde do Rio Branco, nessa calçada, pertinho das barcas, pode até não ter percebido, mas aqui nós temos um grande artista.
Mulher é entrevistada por Júlia.	Povo fala – mulher 3 (14/11/2013): – O cara é show. Arrasa.
Mulher é entrevistada por Júlia. Detalhe dos desenhos, lápis e homem desenhando.	Povo fala – mulher 4 (14/11/2013): – Só falta oportunidade pra ele aparecer, ter uma visibilidade maior.
Detalhe do rosto do homem e câmera desce mostrando detalhe das mãos dele desenhando. Detalhes dos desenhos. Detalhe do homem desenhando. Júlia fazendo sinais de positivo com os polegares para a câmera ao lado do homem.	Carlos desenhista: – As pessoas passaram a falar “poxa, você é um estilista”. Estilista é aquele que cria roupa, que desenha pra uma loja. Aí eu falei: “Não, vocês tão brincado comigo”. Dali começou a minha vida.
Leandro entrevistando Júlia na rua. Pessoas olhando os desenhos do homem. Detalhe de pessoas pegando muitos desenhos. Cena de uma pessoa com um vestido sendo transformado em outro.	Júlia Rodrigues: – E no dia que a matéria passou ele me ligou, à noite, e falou: “Júlia, mas a matéria foi muito bem-vista, todo mundo que passava falava comigo, me dava parabéns, e eu vendi muitos croquis. Eu tô muito feliz, muito obrigado”. Então realmente foi muito positivo pra mim.
	Flavio Fachel: – É isso aí, Júlia e Jonathan, muito obrigado. Boa sorte pra vocês.

5 – Título no G1: Parceiros de Madureira relembram melhores momentos

Exibido em 25/08/2014 (3h14)

Jornalista responsável: Mônica Bernardes

Disponível no link: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1/edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/parceiros-de-madureira-relembra-melhores-momentos/3716129/>>.

Mariana Gross – A gente tem as despedidas aqui no RJ, dos nossos parceiros da segunda temporada. Eles tão trabalhando com a gente há um ano e meio. Hoje, o Alessandro Werneck e o Mano Brasil, de Santa Cruz foram a Madureira pra mostrar os melhores momentos de Frances

Ferreira e Luiz Souza, vejam só.	
Vídeo	Áudio
Placa presa no alto de um poste mostrando os dizeres “integração trem-ônibus”. Parceiros se cumprimentam em frente a um ponto de ônibus.	Alessandro Werneck: – Parceria e integração. Enquanto meu parceiro Mano vai lá visitar o Luiz em Madureira, eu vim aqui visitar o Frances. Beleza, meu camarada?
Os dois parceiros estão abraçados de lado em frente a um ponto de ônibus.	Frances Ferreira: – Sempre tá, né? Tamo junto?
Os dois parceiros estão abraçados de lado em frente a um ponto de ônibus.	Alessandro Werneck: – Sempre, e misturado.
Alessandro Werneck entrevista Frances Ferreira na rua tranquila.	Alessandro Werneck: – Um ano e meio após o início da parceria entre o Frances e o Luiz, eu vim aqui pra saber como é que foi esse trabalho aí?
Alessandro Werneck entrevista Frances Ferreira na rua tranquila. Frances entrevista menina em loja cheia. Frances entrevista senhora com carrinho de bebê ao lado de várias pessoas. Rua com ladeira mal asfaltada. Caminhão com pessoas recolhendo lixo e entulhos na rua. Detalhe de mulher varrendo água empoçada.	Frances Ferreira: – Trabalho e felicidade também, né? Quem ganhou foi a gente. Tudo que a gente mostrou, a gente aprendeu um pouquinho. Desde comprar no mercadão de Madureira, São Cosme e Damião, baile charme de Madureira, rua sem asfalto... e a gente viu que a partir de uma coisa ruim pode se transformar em uma coisa boa. Foi o caso do Muquiço, que teve as enchentes...
Frances entrevista senhora enquanto lixo e entulhos são recolhidos por caminhão	Frances Ferreira (13/12/2013): – Maria Helena, o que que a senhora perdeu com essa chuva?
Pessoas, entulhos e rua com muita lama. Senhora Maria Helena respondendo à pergunta.	Povo fala – Maria Helena (13/12/2013): – Tudo. Perdimos a vizinhança todinha, nessas rua todinha, perdeu foi tudo. Só não perdi a minha alma que ainda tá aqui.
Detalhe de TV antiga afundada na lama como entulho. Móveis entulhados em rua estreita com muita lama e pessoas passando. Pessoa separando roupas, objetos de casa e alimentos em lugar fechado e limpo. Várias pessoas pegando roupas amontoadas para vestir.	Frances Ferreira: – A gente começou a fazer a reportagem mostrando uma coisa ruim e depois o resultado obtido, doações, o pessoal de casa se identificou, doou.
Senhora é entrevistada por francês próxima aos donativos ao lado de duas pessoas.	Povo fala – mulher 1 (18/12/2013): – Quem tá doando, eu agradeço muito, muito, de todo coração, porque se não for vocês ajudar a gente, quem vai ajudar?
Senhora entrevistada e um rapaz separando donativos. Três pessoas sentadas numa mesa com pranchetas e papéis conversando com a senhora acompanhada de menina. Rapaz responde entrevista numa rua ao lado de outra senhora de blusa marrom. Senhora de blusa marrom no abrigo entregando donativos.	Povo fala – homem 1: – E, graças a Deus, através dos parceiros do RJ, entendeu, a gente conseguiu chamar as pessoas pra ajudar.
Senhora de blusa marrom responde à entrevista na rua ao lado de rapaz.	Povo fala – mulher 2: – Poxa, e se não fossem eles, caraca, a gente tava aqui abandonado até hoje, sem nada.
Alessandro Werneck fala para a câmera.	Alessandro Werneck: – Tão com moral, hein?
Muro pichado e muitas estacas de madeira apoiadas no muro. Mulher em rua não asfaltada andando com carrinho de bebê. Câmera filma de cima rua movimentada em Madureira com ônibus, carros e pessoas. Rua com passarela movimentada em Madureira. Frances entrevistando um rapaz. Parte da passarela movimentada. Detalhe de muitos pés e pernas atravessando uma rua. Detalhe de uma pessoa de chinelo andando em rua esburacada.	Frances Ferreira: – Muitas coisas que a gente mostrou, a gente conseguiu resolver, e eu sou morador daqui, então é claro, eu quero que a minha região seja melhor cada vez mais também.

Sete mulheres em frente a uma loja falando para a câmera.	Povo fala – Vendedoras gritam: – Obrigada!
Mano Brasil fala para câmera mostrando um cartão. Luiz entrevista senhora em calçada próxima a uma avenida. Placa alta “Retorno Madureira”. Fachada da estação de trem de Madureira. Dona Rosangela anda na calçada em avenida movimentada.	Mano Brasil: – E os parceiros de Madureira, Frances e Luiz, não deram bobeira, como parceiros do RJ. Distribuíram esse cartãozinho aqui pra várias pessoas pra saber os problemas da sua localidade. E foi assim que eles conheceram a dona Rosangela. E aí, gostou aí do trabalho exercido pela rapaziada aqui de Madureira?
Mano Brasil entrevista dona Rosangela ao lado de Luiz. Detalhe de rua asfaltada. Senhora cansada subindo escadaria em rua pouco cuidada.	Povo fala – Dona Rosangela: – Ah, com certeza, melhorou muito. Deu o maior apoio à gente que a gente tava precisando.
Mano entrevista Luiz Souza em avenida pouco movimentada.	Mano Brasil: – Foram inúmeras matérias, algumas com soluções, outras não. Não é isso Luiz?
Rua movimentada com muitas lojas, carros e pessoas. Pessoa anda numa calçada que tem um poste torto. Detalhe de poste com fios embolados. Poste com fios embolados visto do outro lado da rua. Detalhe de poste na rua, não na calçada. Luiz mostra um poste na rua ao lado dele.	Luiz Souza: – É Mano, aqui na Edgard Romero, por exemplo, nós fizemos uma matéria falando sobre os postes, alguns tortos, alguns no meio da rua, como esse daqui, por exemplo.
Luiz simula, com truque de imagem, que apoia com uma das mãos, um poste distante.	Luiz Souza (28/05/2014): – Olha, essa imagem pode tá um pouco estranha, mas quem tá torto aqui não sou eu não, é o poste.
Mano Brasil entrevista Luiz ao lado do poste que fica em rua movimentada.	Luiz Souza: – Três meses depois da... a matéria ter ido ao ar, tá tudo igual. Então, até por isso que eu escolhi de mostrar isso aqui na minha despedida pra ver se ainda dá tempo de resolver, né?
Mano Brasil entrevista Luiz ao lado do poste que fica em rua movimentada.	Mano Brasil: – Isso é que é parceiro. Até na sua despedida não deixa de estar contribuindo aqui com sua região de Madureira.
Mano Brasil entrevista dona Rosangela ao lado de Luiz. Frente de teatro. Placa alta de rua com escritos “Madureira – Portela”. Casal de mestre-sala e porta-bandeira se apresentando em ensaio. Vista de cima de ensaio de escola de samba. Detalhe de mulher bonita sambando para a câmera. Menino tirando chapéu “de malandro”. Muitos postes, com muitos fios, em rua simples onde carros passam.	Mano Brasil: – A senhora me falou uma parada aqui que é muito interessante que é essa questão que aqui tem cultura e eles mostraram isso também nas reportagens deles. Não falaram só de problema não. Mostraram o teatro, mostraram a Portela lá, que é o samba. Aqui é a área dos bamba e dos poste bamba.
Mano Brasil entrevista dona Rosangela ao lado de Luiz. Mulher olhando poste torto na rua.	Povo fala – Dona Rosangela: – É verdade, também dos poste bamba.
Luiz entrevista mulher que samba. Luiz simula apoiar poste com uma das mãos a distância. Frances em abrigo com donativos e pessoas. Rua estreita com entulhos.	Mano Brasil: – O que a senhora deixaria como recado pra eles aqui?
Mestre-sala e porta-bandeira em ensaio. Luiz entrevistando homem sentado em local aberto. Luiz entrevistando senhora em ambiente de carnaval. Luiz entrevistando casal. Luiz olha poste. Placa alta com os dizeres “Casadura – Madureira Shopping – Império Serrano”. Moça samba e manda beijo para câmera.	Povo fala – Dona Rosangela: – Bastante sucesso pra vocês, porque vocês merecem.
Luiz abraça dona Rosangela ao lado de Mano Brasil.	Mano Brasil: – É isso aí ó, “Parceiro do RJ”, tamo aqui ó, se despedindo, cabeça erguida e vamo pra frente.

Alessandro Werneck e Frances passam juntos olhando para câmera. Mano Brasil e Luiz passam de costas para a câmera, um de cada lado do poste torto.	Alessandro Werneck: – Tchau.
--	------------------------------

6 – Título no G1: Parceiros do RJ do Complexo do Alemão recordam seus melhores momentos no projeto	
Exibido em 26/08/2014 (3h30)	
Jornalista responsável: Mônica Bernardes	
Disponível no link: < http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1/edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/parceiros-do-rj-do-complexo-do-alemao-recordam-seus-melhores-momentos-no-projeto/3588106/ >.	
Mariana Gross – E tem mais despedidas hoje no RJ, os nossos parceiros de Belford Roxo e de São João de Meriti, Denise e Davi, foram até o conjunto de favelas do Alemão para saber dos melhores momentos de Daiene Beatriz e do Pedro Bittercourt. Vamos ver.	
Vídeo	Áudio
Denise Cassiane fala andando em direção à câmera, para e mostra Daiene e Pedro.	Denise Cassiane: – Diretamente de Belford Roxo pro Complexo do Alemão, um lugar de muitas histórias. Mas de um ano e meio pra cá, duas pessoas fizeram história nesse lugar. Tô falando da Daiene Beatriz e do Pedro Bittercourt.
Vinheta do “Parceiro do RJ”	
Daiene segurando um microfone em espaço que parece um mirante, casas de favela ao fundo. Buraco coberto com madeiras para as pessoas passarem. Pessoa em pé lendo história para crianças sentadas no meio-fio. Pessoa em ribanceira separando lixo. Pessoas atravessando ponte de concreto de 40 cm sobre canal de esgoto. Daiene mostrando lixo em ribanceira.	Música.
Daiene sendo entrevistada em mirante com bondinho e favela ao fundo. Pessoas com roupas e bandeira do Brasil posando para foto e comemorando. Daiene entrevistando senhora. Costas de um colete com aplicação de miçangas formando o mapa do Brasil preenchido com o com desenho da bandeira. Daiene com pessoas vestindo roupas das cores da bandeira do Brasil comemorando em rua enfeitada de verde e amarelo. Pessoas cantando segurando a bandeira do Brasil em quadra de esportes. Daiene entrevistando pessoas com roupas da JMJ. Famílias abrigadas na estação. Rua destruída por desmoronamento. Escombros de uma casa.	Daiene Beatriz: – Olha, pra mim, assim, foi a realização de um sonho. Tiveram matérias assim bem marcantes que me emocionaram e que me ensinaram muito, como as famílias que ficaram abrigadas aqui na estação porque perderam suas casas durante as chuvas do final do ano.
Daiene entrando em sala com desabrigados dormindo no chão. Pessoas espalhadas dormindo em chão de abrigo.	Daiene Beatriz (13/12/2013): – A gente vai entrar aqui na sala agora, o pessoal tá acordando ainda, são muitas crianças de todas as idades. Inclusive, tem um recém-nascido aqui.
Mulher sentada no chão com bebê de colo ao lado de uma outra criança.	Povo fala – Mãe com bebê no colo (13/12/2013): – Perdemos tudo, que a chuva molhou tudo, levou tudo.
Daiene sendo entrevistada em mirante com bondinho e favela ao fundo. Muro da caixa d’água descascado. Homem mexendo em cano. Detalhe de cano aberto em lugar sujo. Detalhe de caixas d’água sobre casas. Detalhe de muro da caixa d’água pintado. Detalhe de teias de aranha dentro da caixa d’água. Bondinho chegando e saindo da estação e vira para caixa d’água. Daiene sendo	Daiene Beatriz: – Teve também uma matéria da caixa d’água aqui das Palmeiras, que todos os moradores aqui do morro das Palmeiras tiveram água chegando a sua casa normalmente. A gente conseguiu com a nossa matéria, corremos atrás, e agora eles têm uma caixa de um milhão e setecentos mil litros. Então, foram momentos especiais.

entrevistada em mirante com bondinho e favela ao fundo.	
Daiene e Pedro em mirante olhando a favela de costas para a câmera. Detalhe de escrito em parede: “Não destrua o que só te faz bem. Em vez de arrancar, plante”. Girassol. Daiene entrevistando. Jardim. Pedro entrevistando senhora. Pedro pegando o microfone de Daiene.	Música.
Daiene dança em direção à câmera. Detalhe de pés dançando. Parceiros dançam para a câmera. Daiene em sofá abraçada pelos pais. Daiene abraçando irmã e amiga. Pedro abraçando uma senhora. Parceiros dançam para a câmera.	Daiene Beatriz e Denise Cassiane (cantando e dançando): – Nós cumprimos a missão, a missão, a missão, nós cumprimos a missão.
Denise entrevista irmã de Daiene ao lado de Daiene e amiga.	Débora Santos (irmã da Daiene): – Ah, ficou todo mundo falando: “A tua irmã, vi tua irmã na televisão hoje, manda um beijo pra ela”. “Ó, vou lá falar com seu pai, quero namorar tua irmã famosa”.
Denise entrevista Daiene ao lado da irmã e amiga.	Denise Cassiane: – Que história é essa Daiene? Arrumou pretendente e tudo aqui no Alemão?
Denise entrevista Daiene ao lado da irmã e amiga.	Daiene Beatriz: – Dessa eu não sabia não, fiquei sabendo agora.
Denise fala para câmera ao lado de Daiene, irmã de Daiene e amiga.	Denise Cassiane: – Caramba, muito sortuda, né? Lá em Belford Roxo não pintou ninguém pra mim.
Irmão de Daiene, Demerson, responde à entrevista no meio da rua. Demerson andando na rua com Daiene, irmã e amiga.	Demerson Santos (irmão da Daiene): – Quando eu passo na rua, as pessoas já olham e acham que eu participo do projeto também. Me falam: “Ah, você não é irmão daquela menina que é parceira do RJ? Então, eu tenho um problema lá perto de casa”. Aí eu pego o telefone, pego o nome das pessoas e passo pra ela.
Irmão de Daiene, Demerson, responde à entrevista no meio da rua	Denise Cassiane: – Você é auxiliar de Parceiro, né?
Irmão de Daiene, Demerson, responde à entrevista no meio da rua.	Demerson Santos (irmão da Daiene): – É, seria mais ou menos isso (risos).
Daiene fica com medo de atravessar ponte estreita. Daiene e três moças andam em direção à câmera. Pedro fala para a câmera no meio da rua. Adolescentes aprendem luta em galpão. Pedro fala para a câmera na porta de quadra esportiva. Imagem dividida em 3 quadros verticais – senhor em uma varanda, Pedro fala para a câmera, senhor anda por calçada em frente a uma casa. Pedro e crianças fazem gesto de luta ensaiado para a câmera.	Música.
Pedro sendo entrevistado em mirante. Pedro no meio da rua fala para a câmera. Pedro entrevista senhor em casa com obra. Pessoas se cumprimentam com aperto de mãos na rua. Adolescentes aprendem luta em galpão. Daiene entrevista senhora que está do outro lado de uma janela. Outra pessoa fala da janela de casa. Adolescentes atravessam passarela. Pedro entrevista senhor em exposição de fotografias. Daiene entrevista moça em frente a casas em construção. Senhora desce escada com cuidando em caminho estreito ao lado de lixos. Daiene entrevista homem. Pedro sendo entrevistado em mirante.	Pedro Bittercourt: – Foi muito bom, foi muito interessante essa troca com a comunidade, com os moradores tentando atender a todos os pedidos deles, de uma maneira, dando voz a todo esse povo. Foi uma coisa muito legal. É.. Nós saímos, com certeza, um ser humano muito melhor disso.

Amiga de Pedro, ao lado dele, em ambiente doméstico.	Karina Frutuoso (amiga de Pedro): – Todos gostaram muito do Pedro participando do “Parceiro do RJ”.
Amiga de Pedro, ao lado dele, em ambiente doméstico. Imagem de Pedro entrevistando Niltinho Tristeza.	Davi Fernandes: – Tem alguma matéria que marcou você?
Niltinho Tristeza mostrando capa de LP em ambiente doméstico. Amiga de Pedro, ao lado dele, em ambiente doméstico.	Karina Frutuoso (amiga de Pedro): – Do Niltinho Tristeza. A vida dele, a trajetória dele.
Niltinho Tristeza canta em varanda.	Niltinho Tristeza (15/03/2014): – Tristeza, por favor vai embora...
Pedro fala para a câmera.	Pedro Bittercourt (15/03/2014): – Eu e minha parceira Daiene viemos conhecer aqui um bamba de verdade.
Arquibancada de escola de samba. Cena de sambistas na Sapucaí.	Samba “Liberdade, liberdade...”
Arquibancada de escola de samba. Niltinho Tristeza é entrevistado em ambiente doméstico.	Niltinho Tristeza (15/03/2014): – Quando eu olhei pra arquibancada e vi assim todo mundo (cantando) “Liberdade, liberdade, abre as asas” (falando), falei, “meu Deus do céu”...
Davi entrevista Niltinho sentado em escada no portão ao lado de Pedro e Daiene	Davi Fernandes: – Como é que o senhor avaliou a trajetória dos dois no projeto?
Niltinho responde à entrevista de Davi, sentado na escada e encostado no portão, ao lado de Pedro e Daiene. Niltinho andando com Pedro em calçada em direção a uma casa. Pedro entrevista Niltinho em ambiente doméstico. Arquibancada de escola de samba. Niltinho na porta de casa. Daiene falando para câmera em rua muito estreita. Adolescentes aprendem luta em galpão. Daiene fala para a câmera em ginásio. Daiene conversa com crianças na rua. Pedro entrevista homem na rua.	Niltinho Tristeza: – Maravilhoso rapaz. Com essa reportagem, sabe o que aconteceu comigo? É... me divulgou muito. Porque tem muita gente que conhece essa música mas não conhece o autor. E eu fico muito grato por tudo. E que a voz da igualdade, seja sempre a nossa voz (cantando).
Pedro, Denise, Davi e Daiene com Niltinho em escada na porta de uma casa.	Daiene Beatriz: – Éeee!

7 - Título no G1: Parceiros do RJ de Santa Cruz falam sobre o projeto nesta reta final

Exibido em 28/08/2014 (3h09)

Jornalista responsável: Mônica Bernardes

Disponível no link: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1/edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/parceiros-do-rj-de-santa-cruz-falam-sobre-o-projeto-nesta-reta-final/3592867/>>.

Mariana Gross: – Tem mais despedida aqui no RJ. Hoje, os parceiros de Madureira, Luiz Souza e o Frances Ferreira, foram até Santa Cruz para saber dos melhores momentos de Mano Brasil e o Alessandro Werneck. Tá acabando a segunda temporada dos nossos parceiros. Vamos ver.

Vídeo	Áudio
Detalhe do BRT de Santa Cruz. Luiz Souza entrevista Werneck em rua movimentada.	Luiz Souza: – Saí lá de Madureira, vim aqui em Santa Cruz encontrar o Werneck, grande parceiro. Werneck fala pra gente aí, como é que foi participar desse projeto “Parceiros do RJ”?
Werneck é entrevistado por Luiz Souza em rua movimentada. Adolescentes uniformizados praticando corrida na rua. Pessoa removendo entulho embaixo de ponte. Casas vistas a distância. Pessoas dentro da estação do BRT. Detalhe de lixo no chão. Werneck é entrevistado por Luiz Souza em rua movimentada.	Alessandro Werneck: – Cara, foi muito bacana assim. Foi um ano e meio aí de aprendizado, de participação mais ativa aqui no nosso bairro, e eu acho que a gente conseguiu contribuir bastante na proposta que era de mostrar o nosso lugar.
Jovens em competição de corrida na rua.	Luiz Souza: – E assim de todas as matérias que você fez teve alguma que te marcou mais?
Werneck é entrevistado por Luiz Souza em rua	Alessandro Werneck: – Ah, cara, têm várias

movimentada. Senhora e dois homens saindo de casa com carrinho de obra carregando mangueira enorme. Senhoras puxando mangueira no meio da rua. Senhora puxando mangueira pela rua.	assim. Algumas emblemáticas até. Tinha uma comunidade aqui, Cesarão, muito próximo, onde uma senhora esticava duzentos metros de mangueira pra poder ter água.
Werneck entrevista senhora em frente a um portão numa rua estreita.	Alessandro Werneck (14/01/2014): – Não é mole não, hein. Até pra mim, que tenho vinte e poucos anos aí, o negócio é puxado. É essa peleja todo dia?
Werneck entrevista senhora em frente a um portão numa rua estreita	Senhora que estica a mangueira (14/01/2014): – Todo dia, todo dia...
Werneck é entrevistado por Luiz Souza em rua movimentada. Cena vista de cima com muitos postes e fios se cruzando. Crianças passam brincando em tijolos de calçada sendo reconstruída. Crianças descem escorregando na grama sentadas sobre papelão. Crianças equilibram e rodam bola no dedo em ginásio esportivo. Crianças fazem polichinelo em quadra esportiva.	Alessandro Werneck: – A minha relação com Santa Cruz é muito intensa, mano, eu amo o meu lugar, sacou? E aí, tudo o que a gente batalhou aí, pra trazer, pra conseguir, pra mostrar, foi movido nesse sentimento aí de, tipo, o meu lugar tem que ser um lugar melhor.
Luiz entrevista Raimundo em rua movimentada.	Luiz Souza: – Senhor Raimundo, o senhor já foi entrevistado aí pelo Werneck?
Raimundo é entrevistado por Luiz em rua movimentada. Detalhe de placa em poste com os dizeres “praça Maria Polo”. Gramado. Criança brincando em balanço em árvore. Crianças jogam bola em gramado. Raimundo é entrevistado por Luiz em rua movimentada.	Senhor Raimundo: – Fui entrevistado. Eu fiz um trabalho com ele na minha comunidade, lá no Vale do Sol. A nossa matéria era uma praça, que constatava que ela era pronta na prefeitura, e não era. Então o “Parceiro do RJ” foi lá, amostrou, como é que a praça não estava pronta. Depois do “Parceiro do RJ”, a coisa começou a andar. “Parceiro do RJ” trouxe muito benefício para o bairro de Santa Cruz.
Menino de skate desce uma rua. Menina de skate desce uma rua. Frances entrevista Mano Brasil em rua tranquila. Mostra Natanael praticando balé em sala de dança.	Mano Brasil: – A gente pôde mostrar bastante coisas. Problemas que foram solucionados, outros não. Mas o que mais me tocou mesmo foi a história do Natanael.
Mano anda em rua vazia ao lado de Natanael. Natanael cumprimenta senhora na rua. Pessoas ensaiam dança popular. Várias pessoas praticam balé em sala de dança.	Mano Brasil (17/05/2013): – E agora o Natanael tem uma chance de ouro, ele foi convidado para um curso de verão numa escola de balé em Miami. A dificuldade é conseguir dinheiro para essa viagem.
Moça ao lado de Natanael responde à entrevista em sala de dança.	Povo Fala – mulher ao lado de Natanael (17/05/2013): – Ele só ganhou a bolsa pro curso, mas precisa da passagem, do visto, de alimentação, e a gente pede ajuda aí de quem puder ajudar né, pra ele conquistar o sonho dele.
Frances entrevista Natanael ao lado de Mano Brasil em rua tranquila com crianças ao fundo.	Frances Ferreira: – Tá feliz aí com a experiência de Miami?
Natanael responde Frances ao lado de Mano Brasil em rua tranquila com crianças ao fundo. Foto de Natanael em frente ao Miami City Ballet.	Natanael: – Tô, tô sim, eu acabei de voltar. Fiquei um mês em Miami e ganhei uma bolsa de estudos agora pra ficar agora um ano na escola. Então é tipo felizaço.
Frances entrevista Natanael ao lado de Mano Brasil em rua tranquila com crianças ao fundo.	Frances Ferreira: – E esse cara do seu lado, qual a participação dele?
Natanael põe a mão no ombro de Mano Brasil. Natanael e Mano Brasil se encontram na rua. Natanael pratica balé em sala de dança. Natanael responde Frances ao lado de Mano Brasil em rua tranquila com crianças ao fundo.	Natanael: – Não... a participação dele foi incrível. Ele foi, fez uma entrevista, e a partir dessa entrevista um telespectador gostou do meu talento, gostou do meu trabalho, e decidiu me ajudar. Aí me deu a passagem pra eu poder ir pra Miami.
Mano Brasil fala a Frances ao lado de Natanael	Mano Brasil: – Na verdade, esse é que é o

em rua tranquila com crianças ao fundo.	trabalho do parceiro, poder contribuir com esse jovem aí supertalentoso. Vai representar a gente agora.
Mano Brasil desce rua de skate.	Mano Brasil: – Desce a Ladeira Mano.
Senhora ao lado de Mano Brasil responde à entrevista em ambiente doméstico. Mano entrevista senhor em uma praça. Mano entrevista senhora em uma estação do BRT. Mano entrevista Natanael em rua tranquila com casas simples. Natanael pratica balé em sala de dança. Senhora ao lado de Mano Brasil responde à entrevista em ambiente doméstico.	Povo fala – mulher ao lado de Mano Brasil: – Muito feliz. Esse ano, esse ano e meio ele trabalhando, assim, no “Parceiro do RJ”, que foi assim muito importante pras pessoas. É um vizinho que fica aqui “Parceiro do RJ, pá”.
Mano Brasil desce rua de skate. Mano fala para câmera dentro de um carro. Adolescente pratica atletismo na rua. Adolescente pratica corrida na rua. Mano fala para câmera em frente à bilheteria de uma estação do BRT. Mano fala para câmera em frente a uma praça tranquila. Mano fala para câmera ao lado de canal de esgoto. Adolescentes descem rua tranquila de skate e bicicleta. Mano entrevista senhora. Mano entrevista criança. Mano fala para câmera em frente a tendas e muitas pessoas que conversam entre si. Várias pessoas praticam balé em sala de dança. Mano fala para câmera com bola de basquete na mão enquanto adolescentes fazem aquecimento em quadra de esportes ao fundo. Mano Brasil desce rua de Skate.	Mano Brasil (cantando em <i>off</i>): – Desce a ladeira na atividade, com muita ousadia, o lado oeste da cidade. Tamo junto e misturado, com nós ninguém pode. Skate na veia é Sepetiba <i>longboard</i> .

Tabela para análise de conteúdo

	Data	Chamadas	Parceiros repórteres	Parceiros entrevistados	Região	Arquivo
1	28/08/2014	Despedida: Parceiros do RJ de Santa Cruz falam sobre o projeto nesta reta final. Alessandro Werneck e Mano Brasil se despedem do Projeto RJTV. Eles lembram os melhores momentos.	Frances Ferreira e Luiz Souza (Madureira)	Alessandro Werneck e Mano Brasil (Santa Cruz)	Santa Cruz	http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/parceiros-do-rj-de-santa-cruz-falam-sobre-o-projeto-nesta-reta-final/3592867/
2	26/08/2014	Despedida: Parceiros do RJ do Complexo do Alemão recordam seus melhores momentos no projeto. Daiane Beatriz e Pedro Bittencourt representam o complexo do alemão. Para Daiene, participar do Parceiro do RJ foi um sonho. Pedro ressalta a importância em estar em contato com a comunidade.	David Fernandes e Denise Cassiane (São João de Meriti e Belford Roxo)	Daiane Beatriz e Pedro Bittencourt (Complexo do Alemão)	Complexo do Alemão	http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/parceiros-do-rj-do-complexo-do-alemao-recordam-seus-melhores-momentos-no-projeto/3588106/
3	25/08/2014	Despedida: Parceiros de Madureira relembram os melhores momentos. Frances Ferreira e Luiz Souza se despedem após um ano e meio de parceria. Durante esse período, eles relatam problemas e mostram curiosidades da região.	Alessandro Werneck e Mano Brasil (Santa Cruz)	Frances Ferreira e Luiz Souza (Madureira)	Madureira	http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/parceiros-de-madureira-relembram-melhores-momentos/3716129/
4	23/08/2014	Despedida: Parceiros do RJ de Niterói falam sobre a experiência de participar do projeto. Julia Rodrigues e Jhonatan Anjos representam a cidade da região metropolitana na última temporada do projeto do RJTV. Eles fazem um balanço da experiência no Parceiro do RJ e lembram as matérias produzidas.	Leandro Lima e Aline Marinho (Rocinha, Vidigal e Chácara do Céu)	Julia Rodrigues e Jhonatan Anjos (Niterói)	Niterói	http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/parceiros-do-rj-de-niteroi-falam-sobre-a-experiencia-de-participar-do-projeto/3582774/
5	20/08/2014	Despedida: Leandro Lima e Aline Marinho se despedem do Parceiro do RJ	Jéssica Sá e Jorge Soares (Caxias)	Leandro Lima e Aline Marinho (Rocinha, Vidigal e Chácara do Céu)	Rocinha, Vidigal e Chácara do Céu	https://globoplay.globo.com/v/3576004/
6	19/08/2014	Despedida: Parceiros relembram como suas reportagens ajudaram o Maracanã. Leonardo Oliveira e Gustavo Soares fizeram parte do projeto por um ano e meio e se orgulham de falarem dos problemas do lugar onde vivem.	Jéssica Sá e Jorge Soares (Caxias)	Leonardo Oliveira e Gustavo Soares (Maracanã)	Maracanã	http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/parceiros-relembram-como-suas-reportagens-ajudaram-o-maracana/3573514/
7	18/08/2014	Despedida: David Fernandes e Denise Cassiane se despedem do Parceiro do RJ. Daiane Beatriz, parceira no Complexo do Alemão, foi ouvir o David Fernandes, que mora em São João de Meriti, e Denise Cassiane, que mora em Belford Roxo.	Daiene Beatriz (Complexo do Alemão)	David Fernandes e Denise Cassiane (São João de Meriti e Belford Roxo)	São João de Meriti e Belford Roxo	http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rjtv-1edicao/videos/t/parceiro-do-rj/v/david-fernandes-e-denise-cassiane-se-despedem-do-parceiro-do-rj/3570941/

	Data	Ajuda(r)	Solução	Resolve	Problema	Cidade	estado	Niterói	Rio de Janeiro	Bairro	Morro	Rua
1	28/08/2014	2	0	0	1	1	0	0	0	2	0	0
2	26/08/2014	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1
3	25/08/2014	3	0	2	2	0	0	0	0	0	0	3
4	23/08/2014	0	0	0	0	2	0	3	0	0	0	0
5	20/08/2014	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
6	19/08/2014	1	0	0	3	0	0	0	0	2	2	0
7	18/08/2014	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	3
TOTAL:		6	0	3	9	4	0	3	0	5	3	7

	Data	obra(s)	Comunidade	Nome de Bairro	Morador(es)	População	Povo	Palavras falando da cidade
1	28/08/2014	0	2	Madureira - 2 / Santa Cruz - 4 / Cesarão - 1	0	0	0	279
2	26/08/2014	0	1	Belford Roxo - 3 / São João de Meriti - 1 / Alemão - 3 / Morro das Palmeiras - 2	2	0	1	184
3	25/08/2014	0	0	Santa Cruz - 1 / Madureira - 7	1	0	0	318
4	23/08/2014	2	0	Rocinha - 1 / Vidigal - 1 / Chácara do Céu - 1	2	0	0	270
5	20/08/2014	0	2	Rocinha - 6 / Vidigal - 5 / São corado - 1	3	0	0	199
6	19/08/2014	0	2	Caxias - 2 / Vila Isabel - 2 / São Cristovam - 2 / Maracanã - 2 / Morro dos Macacos - 2	1	0	1	169
7	18/08/2014	0	0	Alemão - 2 / São João de meriti - 1 / Belford Roxo - 3	1	0	1	190
	TOTAL:	2	7	0	10	0	3	1609

	Data	Governo	outra instituição	Referência ao RJTV	Parceiro (s do RJ)	Eu	Meu / Minha	Nosso / Nossa	Palavras falando de si
1	28/08/2014	0	0	1	10	6	6	4	290
2	26/08/2014	0	0	1	3	7	2	1	335
3	25/08/2014	0	0	1	7	6	5	1	280
4	23/08/2014		0	1	6	10	5	4	271
5	20/08/2014	0	0	3	4	13	3	1	355
6	19/08/2014	0	Light - 1	2	7	7	4	7	507
7	18/08/2014	0	0	1	2	12	5	3	331
	TOTAL:	0	0	10	39	61	30	21	2369

Resposta de Frances Ferreira

28/03/2017

Gmail - Pesquisa sobre Parceiro do RJ



Thyana Azevedo <thyanazevedo@gmail.com>

Pesquisa sobre Parceiro do RJ

Frances Ferreira <francesferreirabrasil@gmail.com>
 Para: Thyana Azevedo <thyanazevedo@gmail.com>

24 de janeiro de 2017 12:18

- Com que frequência você assistia RJTV antes de participar do projeto?

Resposta: Praticamente todos os dias, só não assistia quando estava trabalhando,

- Você já tinha um blog, um canal no youtube ou participou de alguma atividade similar que tivesse que lidar com o público antes?
- Teatro no colégio, por exemplo....
-
- Resposta: Eu já organizei evento de rock, já fiz teatro, já trabalhei em comercio
-
- Como ficou sabendo do projeto?

Resposta: Como eu trabalha no restaurante, um amigo meu que disse que abriu as inscrições e me incentivou a participar e outro amigo me deu também uma super força de incentivo

Qual era sua expectativa quando se inscreveu e durante o processo seletivo?

Resposta: Eu me inscrevi por me inscrever, achava e acho muito grandioso fazer reportagem, ainda mais daquela forma autônoma. Durante o processo eu também não acreditava, como fui passando e meus amigos dizendo que era super meu perfil. Na verdade só fui acreditar depois de 6 meses que eu era Parceiro do RJ. A ficha de verdade demora cair, pois como disse para mim é muito grandioso

- Fale um pouco da sua experiência durante o projeto.

Resposta: Eu pude falar daquilo que achava importante falar, conheci muitas pessoas e fiz muitas amizades, ajudei muitas com o benefício da reportagem, me sinto nobre. Eu tive contato 80% do que envolve reportagem

- O que mais aprendeu e o que leva de experiência para a vida?
- Resposta: Antes eu achava que tudo era burocrático e super difícil para concretizar, agora eu sei o meu potencial, pois ele foi estimulado
-
- Com que frequência assiste RJTV hoje?
-
- Resposta: Eu mudei para melhor rs, assisto menos televisão e fico menos ligado nos assuntos negativos que eu não considero de utilidade pública, como estupro, esporte (pratico atividade física, mas não gosto dessa idolatração do esporte) troca de tiro, morte em favela, carro roubado ... Eu já sou bom, quem deve assistir sobre as punições, regras, leis, não sou eu! Assisto na segunda feira, pois na segunda diz o decorrer da semana, e vejo online os quadros separados pelo site, assim, controlo o que entra na minha mente
-
- Fez algo ou pretende fazer algo em relação às atividades voltadas ao público no futuro?
- Resposta: Sim, serei Senador do estado do Rio de Janeiro

Caso prefira, também pode me enviar gravações de voz por whatsapp (21) 993855358.

[Texto das mensagens anteriores oculto]

Resposta de Denise Cassiane

28/03/2017

Gmail - Pesquisa sobre o projeto Parceiro do RJ



Thyana Azevedo <thyanazevedo@gmail.com>

Pesquisa sobre o projeto Parceiro do RJ

Denise Cassiane <denisecassiane@icloud.com>
 Para: Thyana Azevedo <thyanazevedo@gmail.com>

27 de janeiro de 2017 22:59

Olá Thyana, boa noite.

Peço desculpas pela demora na resposta. Estava viajando e sem laptop. Enfim, vou responder no formato que você me enviou mesmo..

- Com que frequência você assistia RJTV antes de participar do projeto?

Então, o RJTV propriamente dito sempre foi e continua sendo programação diária no meu lar, mas pelo horário de transição em que ele se dá, eu mais ouvia do que realmente assistia em decorrência da correria para fazer as coisas e sair de casa num horário pré-determinado. Sempre gostei de assistir mais o Jornal Hoje, 13:30 já dá para sentar, almoçar e assistir à Sandra Annenberg.

- Você já tinha um blog, um canal no youtube ou participou de alguma atividade similar que tivesse que lidar com o público antes? Teatro no colégio, por exemplo....

Não, eu não tinha blog, nem canal no youtube, contudo, eu já passei por situações anteriores de exposição ao público. Já participei de um concurso de poesia no Ensino Médio e ganhei. Particpei quando criança de peças teatrais na igreja, de um concurso de redação do Jornal O Globo e fui escolhida para representar minha instituição em 2006.

- Como ficou sabendo do projeto?

Como mencionei antes, eu sempre estava "correndo na hora do jornal" e ouvi por alto sobre um projeto que reunia jovens de determinadas áreas do RJ para serem uma espécie de "repórteres comunitários". Mas o maior responsável foi meu pai, que é telespectador assíduo e viu essa chance em potencial para mim.

- Qual era sua expectativa quando se inscreveu e durante o processo seletivo?

Nenhuma expectativa. Meu pai ficava me lembrando do tal projeto e no último dia de inscrição ele perguntou se eu havia me inscrito e como eu não levava fé que conseguiria ser escolhida não dei importância. Mas pela insistência dele eu me inscrevi sem que ninguém da família soubesse, para não gerar expectativas e possível frustração. A surpresa maior foi passar pelas etapas uma a uma e sem falar com ninguém. Meus pais só ficaram sabendo quando eu apareci na TV ao vivo sendo apresentada pela Ana Paula Araújo, então apresentadora na época.

- Fale um pouco da sua experiência durante o projeto.

Experiência única, que me fez definir minha trajetória profissional, escolhendo o início do curso de Jornalismo em detrimento da minha 1ª graduação de Educação Física, já concluída. No Projeto Parceiro do RJ eu pude entender o poder das palavras e de ser porta-voz. Eu, juntamente com meu parceiro representante de São João de Meriti, sugeríamos as pautas nas reuniões semanais, íamos atrás dos moradores com o equipamento cedido pela TV Globo (tivemos alguns treinamentos) e gravávamos a realidade do que nossos vizinhos, amigos e nossa própria família vivenciava. Um projeto para o bem da comunidade ou uma denúncia de um serviço retido pelo Governo era mais do que um repórter de fora chegando na casa dessas pessoas. Éramos nós, o morador que era igual a ele, só que com um microfone, mas vivendo a mesma realidade. Gratificante demais poder somar com o próximo e conhecer mais da sua cidade, seu município e as necessidades locais.

- O que mais aprendeu e o que leva de experiência para a vida?

Além de aprender a tirar fotos melhores, noção de cinegrafia e edição de imagem, aprendi a ser mais sucinta nas palavras. A ser mais objetiva nas ideias. Mas aprendi a ser mais humana, ver que a minha dificuldade não é nada perto da realidade que muitos dos nossos vivem, sobrevivem. Parceiro do RJ é uma experiência de vida que te faz querer ser alguém influenciador ao invés de mero influenciado. Você se incomoda, você precisa fazer algo, porque ser agente de mudanças te move.

<https://mail.google.com/mail/u/0/?ui=2&ik=4dc397c2da&view=pt&q=RJTV&search=query&msg=159e2cc0fbae2495&siml=159e2cc0fbae2495>

1/2

28/03/2017

Gmail - Pesquisa sobre o projeto Parceiro do RJ

- Com que frequência assiste RJTV hoje?

Nada mudou, assisto todo dia! Na verdade, sempre que estou em casa. É o melhor jornal do horário, o mais bem filmado, apresentado e com pessoas que criei vínculos.

- Fez algo ou pretende fazer algo em relação às atividades voltadas ao público no futuro?

Hoje em dia, tenho página do Facebook, canal no Youtube, ainda estou me habituando e tentando direcionar meu foco para essas redes, mas penso em fazer vídeos voltados para humor e estou na reta final da faculdade de Jornalismo, sendo no futuro uma possível produtora ou repórter. Só Deus sabe o que a vida me reserva, entretanto sei que é com as palavras e com vídeo que desejo trabalhar.

Se precisar de algo mais, estou por aqui.

Abraço,

Caso prefira, também pode me enviar gravações de voz por whatsapp (21) 993855358.

Abraço,

--

Thyana Azevedo
(21) 99385-5358

Resposta de Alessandro Werneck

28/03/2017

Gmail - Meu relato sobre o projeto Parceiro do RJ



Thyana Azevedo <thyanazevedo@gmail.com>

Meu relato sobre o projeto Parceiro do RJ

Alessandro Werneck <ale.werneck@live.com>

30 de janeiro de 2017 21:12

Para: "thyanazevedo@gmail.com" <thyanazevedo@gmail.com>

Olá Thyana, desculpe a demora pela sua solicitação, mas é a correria mesmo rs. Bem vou tentar fazer uma história resumida com base nas perguntas que me enviou, OK?! Let's go..

Meu nome é Alessandro Werneck, tenho atualmente 32 anos e sou morador do bairro de Santa Cruz, na zona oeste da Cidade do Rio de Janeiro.

Desde sempre, foi costume assistir a noticiários e telejornais. Gosto desse tipo de veículo, e como o RJTV é um bom noticiário local, era um dos meus preferidos. Acompanhei o Projeto Parceiro do RJ na primeira edição. Gostava do formato que propunham, bem mais próximo e com uma linguagem mais simplificada à população. Quando soube da seleção pra uma segunda edição do projeto, logo pensei: Estarei nessa! E eu tomo como desafio fazer parte dele, rs. Foi um tanto engraçado e louco, porque eu não tinha muito acesso a algumas coisas como blogs, canais, nem WhatsApp eu tinha, porque meu aparelho celular era muito antigo rs. O máximo que tinha feito nesse lance de contato com o público tinham sido um teste pra um filme nacional, e a profissão anterior que era como agente comunitário de saúde. Mesmo não sabendo nada além de que era pra fazer entrevistas, topei entrar no desafio do processo seletivo e fui.

Durante a seleção o primeiro impacto: as etapas eram tipo regionais, e haviam várias pessoas nas quais embora morassem na mesma região, além de não nos conhecermos, éramos todos muito diferentes. Lembro que na turma em que eu estava, numa das primeiras coisas que era uma apresentação em turma, a surpresa: Alessandro Werneck, podemos começar com você? Hahaha, imagina só? Em fração de segundos eu pensei mil coisas, organizei os pensamentos (na marra) e iniciei. Sinceramente foi a primeira e uma ótima experiência, falei pelos cotovelos. Contudo, eu tinha plena consciência de que eu tinha um objetivo, e precisava não desperdiçar aquela oportunidade.

Nas demais etapas do processo, a expectativa só aumentava. Sentia que estava a cada etapa, mais próximo do objetivo. O engraçado foi que não nos avisaram antes sobre termos sido selecionados. No dia do anúncio, fomos convocados como que para uma etapa habitual como as anteriores. Eu particularmente nessa etapa tive um problema em conseguir chegar, e cheguei a exatos 10 minutos antes do anúncio no Estúdio do RJTV ao vivo naquele dia rs. Foi maravilhoso. Foi grandioso. Foi estupendo. Emocionante. Ainda me emociono ao lembrar aqueles momentos de êxtase e realização de ter conseguido realizar o que havia me candidatado.

A etapa seguinte foi aprender o máximo de coisas possíveis, pra ocupar com destreza o lugar no qual agora ocupava, como comunicador da minha região, embora a minha área nunca tenha tido alguém nessa posição. Saca a responsabilidade? Rs . Lembro-me de uma frase na visita realizada pela Jornalista Flávia Januzzi à minha casa, pra matéria de apresentação da nossa dupla: "Santa Cruz agora tem voz!" numa alusão a importância do projeto pra nosso bairro e zona da cidade.

O que seguiu foi uma das maiores experiências que tive na vida. O aprendizado, as relações, as conquistas, frustrações, enfim foi tudo muito proveitoso. Poder conversar com as pessoas e elas se sentirem representadas por você, é algo extremamente importante e grandioso. Obviamente não foram só flores, certamente também houveram algumas dificuldades, desilusões e tal. A idéia do projeto era muito boa. Usar jovens, e suas realidades pra representarem suas regiões é certamente algo visionário, empresarialmente falando RS. Contudo, numa visão pessoal, o formato nas concepções das idéias permaneciam os mesmos. Um exemplo: Santa Cruz, São João de Meriti, Niterói, que eram integrantes também dessa edição, nunca tiveram muita representatividade nas grandes mídias, senão por notícias de cunho violento. Santa Cruz é um claro exemplo disso. É considerado 'distante' de onde há interesse para a Cidade. Ouvi isso algumas muitas vezes pelos corredores da emissora e apesar de não me surpreender, sempre foi algo que me incomodou bastante. As demais comunidades como Complexo do Alemão, Rocinha e Vidigal, de longe estavam nos holofotes, pois além de refletir um interesse da Cidade, parecia ser a tendência a ser seguida. E haviam tantas formas de isso ser posto, como de ser notado por opositoristas como eu rs. Ah sim, um outro ponto a ser analisado era a clara diferenciação entre os participantes do projeto quanto ao quesito formação: 1/3 da turma eram estudantes ou graduados na área de comunicação/jornalismo, e embora esse na prática não fosse um tão destacado diferencial nas atividades como planejamento, elaboração, e desenvolvimento das matérias, no trato, projeção, e viabilidade num todo, eram muito divergentes rs. Mas contudo, como converso com uns conterrâneos meus: "pra nós que nascemos e crescemos sob a ótica e realidade de tão pouco acesso ao que deveria ser direito básico, até que dar um passo adiante (não que isso tenha que bastar) já é chegar longe" rs. Então, até os dias de hoje, já passado o período do projeto, é quase impossível andar pelas ruas do bairro sem ser notado, cumprimentado, cobrado rs. Foi realmente uma experiência maravilhosa.

Hoje em dia, continuo um espectador dos telejornais, e tenho preservado o carinho pelo formato e linguagem, do RJTV.

Sobre atividades voltadas a esta área, sim, pós projeto eu desenvolvi um interesse em fazer algo na área. Acho mágico a comunicação, a formação de opinião, você poder acessar as pessoas através de noticiar coisas. É mágico. Minha região segue muito longe de estar no eixo de interesse das grandes mídias, mas certamente não é isso que me fará desistir rs. Já até fiz parte de um jornal comunitário aqui do bairro, num concurso que tem a cada 6

28/03/2017

Gmail - Meu relato sobre o projeto Parceiro do RJ

meses e viabiliza que moradores durante este mesmo período, desenvolvam matérias pra região. Foi muito bacana também essa experiência.

Bem, espero ter contribuído com sua pesquisa, falando um pouquinho dá experiência que tive no projeto Parceiro do RJ. Desejo sucesso, e no que precisar e eu puder ajudar, só me acionar.

Abraços

Alessandro Wemeck
21 99379-7477

Resposta de Leonardo Oliveira

28/03/2017

Gmail - RESPOSTAS



Thyana Azevedo <thyanazevedo@gmail.com>

RESPOSTAS

Leonardo Oliveira Brito <oliveira.brito40@gmail.com>
Para: thyanazevedo@gmail.com

19 de fevereiro de 2017 04:46

Thyana, me perdoe a demora para escrever e te mandar as respostas. Espero que tenha servido de utilidade. Gostaria muito de ver o resultado final do seu trabalho

Grande Abraço

Leonardo Oliveira

Com que frequência você assistia RJTV antes de participar do projeto?

1 - Eu sempre assisti ao RJTV. Desde criança eu acompanhava o jornal e isso nos anos 90 quando era um outro formato mas não prestava muita atenção nas notícias. A partir de 2004 comecei a acompanhar com mais frequência já que o RJ tinha passado por mudanças no formato, mas depois passei a ver não todos os dias mas com muita frequência por causa de colégio, trabalho tudo isso.

Antes do Parceiro eu sabia mais ou menos como era a dinâmica do jornal mas não acompanhava todos os dias.

Você já tinha um blog, um canal no youtube ou participou de alguma atividade similar que tivesse que lidar com o público antes? Teatro no colégio, por exemplo....

2 - Caramba rsrs..Já fiz tanta coisa. Bom, eu desde criança eu sempre brincava de apresentador, de ator e de narrador esportivo. Sabia que ali tinha um pequeno artista. Me formei no curso de formação de professores e para isso precisei lidar com crianças em sala de aula, quando dei aula foi único. Fiz teatro. Na verdade sou ator também. Fiz teatro de 2008 a 2011 e em 2014. Particpei de algumas peças de teatro. Já fiz atividades audiovisuais como dirigir e produzir um mini documentário, já trabalhei num canal pela internet e tive um blog mas que não dei prosseguimento ainda na ferramenta Blogger.

Como ficou sabendo do projeto?

Eu já conhecia o projeto na verdade. Logo quando começou a primeira temporada vi que a área da Tijuca seria abrangida porém sem falar de Vila Isabel. Ou seja eu não tinha nenhuma chance. Um amigo meu entrou no projeto que foi o Marcos com o Parceiros em andamento. Conheci também durante a primeira temporada o Ricardo Fernandes da Cidade de Deus, que eu entrevistei para um canal do Youtube em 2012. Mas não assistia com frequência o Parceiros até por uma questão de horário já que eu fazia curso.

Acabou a primeira temporada e meses depois começou o processo de seleção para a segunda temporada.

Minha mãe acabou vendo no RJTV que as inscrições seriam abertas, e ficou falando que eu deveria me inscrever e tal. O ex-parceiro e meu amigo Marcos e outras pessoas me aconselharam a fazer o mesmo. Vi que tava rolando as inscrições e eu acabei deixando para o último dia. Na última hora finalizei a minha inscrição no computador lento de internet instável da minha vizinha mas que foi de grande utilidade.

Qual era sua expectativa quando se inscreveu e durante o processo seletivo?

Naturalmente quando me inscrevi veio na minha cabeça a possibilidade de estar trabalhando na Globo, de poder com o projeto falar aos que mais precisavam, era a minha expectativa, entrar! Mas não fiz disso uma pressão. Eu por ser um cara que não crio expectativas com determinadas situações não fiquei me martirizando pensando se iria ou não passar. Por outro lado fiz algo que hoje não faria que era postar no Facebook que estava em processo de seleção porque gera uma certa comoção desnecessária. Mas toda a minha ansiedade que era existente se acabou quando eu passei pela dinâmica de grupo. Ali eu vi que eu era o melhor. Eu era o único que morava em favela, comunidade e sabia como me portar e lidar diante dos colegas. Tinha ali gente despreparada e gente muito boa que poderia estar dentro do projeto no meu lugar. O lugar onde moro e a minha firmeza e minha forma de lidar com os colegas foram decisivas para que eu passasse. Ali eu fui preparado para ser o melhor. E depois vieram as fases de seleção, entrevistas e eu não querendo criar na minha cabeça expectativa mesmo com todos dizendo que eu já estava dentro. Eu só fui mesmo acreditar que estava dentro quando a Ana Paula Araújo disse ao vivo no jornal que éramos os Parceiros. Foi emocionante.

Fale um pouco da sua experiência durante o projeto.

A experiência do projeto daria um livro que eu futuramente irei escrever. Foi a experiência de maior aprendizado na minha vida. Ali aprendi a lidar com pessoas, com prazos, com o mercado de trabalho. Ali eu vi o que era o dia a dia do jornalismo. Ali eu vi o que é fazer jornalismo, e isso em pequenos momentos em entrevistas. Entrei muito verde no projeto, aprendendo de verdade. Tive um parceiro que nos dávamos muito mal mas aprendemos a nos respeitar

<https://mail.google.com/mail/u/0/?ui=2&ik=4dc397c2da&view=pt&q=RJTV%20%20&search=query&msg=15a55563f8793c6f&siml=15a55563f8793c6f>

1/2

28/03/2017

Gmail - RESPOSTAS

em diversos momentos, nas diferenças dávamos certo mas tínhamos diferenças muito fortes. Peguei no tranco um pouco tarde. Ainda estava aprendendo mas a cobrança vinha desde o primeiro dia e isso assustava. Aí entra o saber lidar com as pessoas, talvez eu lidasse hoje de forma diferente mas eu talvez tenha me censurado um pouco pra que eu não entrasse em conflito com meu parceiro. Eu ainda não tinha percebido que ele estava usando o projeto única e exclusivamente para aparecer. Eu mesmo morando na favela nunca fui um menino típico do morro, que solta pipa e ouve funk. Minha criação é outra e isso o incomodava. Mas de fato eu tinha um comportamento as vezes intolerante e preconceituoso com as pessoas da minha localidade e o Parceiros me fez abrir o meu campo de visão para o mundo, para a vida e para as pessoas. Ali me tornei mais humilde, e mais sabedor do meu papel na sociedade. Mas nunca quis fama com isso, aparecer mais em cima das pessoas que eram o tema da matéria. Tivemos matérias inesquecíveis como a da falta de luz no Morro dos Macacos onde moro, uma das melhores matérias da temporada, a da Trusher, uma empresa de lixo hospitalar em Benfica que rendeu volta e promessa não cumprida da prefeitura de Eduardo Paes de desocupar o local, Roda de Rap em Vila Isabel, Luiz Radiador, um mecânico da área metrô-mangureira, sem falar nas matérias em Copa do Mundo e Copa das Confederações. Aos poucos eu acabo crescendo e tendo mais autonomia, crescendo dentro do projeto e graças a algumas pessoas que foram preponderantes na caminhada como as editoras Jaqueline Ferri e Mônica Bernardes e a chefe Gisela Pereira, uma monstrosa produtora, jornalista, alguém que foi a verdadeira cara desse projeto que não seria nada se não fosse o brilhante Erick Brêtas. Costumo dizer a ele que a ideia dele mudou a minha vida. Parece pouco mas é verdade. O Parceiros mudou a minha perspectiva de vida e os meus sonhos. No final do projeto eu estaria pronto para mais um ano e meio, estava maduro e pronto. Amadureci de verdade. Cresci. Entrei verde, menino, imaturo e sai pronto, um homem, que já tinha superado seus erros no projeto e crescido muito. O saldo é positivo, a experiência foi grande. Fiz amigos, não sai brigado com ninguém, com bons materiais no ar, com uma relação melhor com o meu parceiro que aprendi a respeitar e perceber os meus erros que faziam comprometer o nosso trabalho assim como ele, os erros dele. Sai maior e mais maduro do que quando entrei, disso não tenho dúvidas.

O que mais aprendeu e o que leva de experiência para a vida?

Aprendi tudo. Aprendi o que era desde uma pauta, até o que era decupar até as três da manhã uma matéria gravada em fita. Aprendi a enxergar melhor a profundidade dos problemas da sociedade, das pessoas. Aprendi a ser mais homem e tomar mais atitudes quando necessário. Aprendi a lidar com o ego das pessoas e controlar melhor o meu. Ali eu levo de experiência tudo que aprendi no jornalismo e na técnica audiovisual. Tudo. A TV Globo foi a maior faculdade de jornalismo da minha vida. Cresci muito como pessoa. Minha relação com o meu ambiente mudou muito. Hoje sou muito mais humano diante do que vejo no mundo e diante do meus olhos. Sou mais ligado as causas do bairro e sou ativo em grupos comunitários no Morro dos Macacos, onde moro. Aliás conheci praticamente todas as favelas do Rio de Janeiro o que foi fantástico.

Com que frequência assiste RJTV hoje?

Não mudou muito não, nem quando eu era Parceiro assistia ao jornal todos os dias porque ou eu estava na emissora, ou gravando ou quando estava em casa via o jornal ou algum programa de esportes em outro canal. Mas sempre gostei muito do jornal e que deixo claro: jornal que nunca fez objeção de forma proibitiva a qualquer matéria nossa. Várias matérias nossas não foram ao ar causando enorme decepção em mim e em muita gente mas sempre tivemos liberdade.

Ainda quando paro eu vejo e acompanho o jornal porque eu gosto do jornal eu sinto falta do Parceiros. Sinto falta como participante e telespectador também. Falta uma linguagem jovem ao jornalismo tradicional. Concordo e discordo de visões da TV Globo mas o jornal do meio dia assim como os da sete da noite são o retrato, o melhor panorama do Rio de Janeiro. O Parceiros nunca precisou para isso apelar ou usar sensacionalismo nas suas matérias. Ainda bem.

Fez algo ou pretende fazer algo em relação às atividades voltadas ao público no futuro?

Sim, o Parceiros era um sonho realizado na minha área e sem estar formado nela. Ali foi que me deu mais vontade ainda de fazer jornalismo ou de fazer área técnica. Tenho meu objetivo de voltar a trabalhar numa empresa grande voltado ao público como na Globo mas hoje tenho um blog blogdoleo1.wordpress.com onde posso ao menos praticar e me exercitar no jornalismo me expondo também e fazendo o que quero. Quero ainda expandir o blog tomando-o um portal de notícias independente e multimídia.

Sim, quero e irei crescer muito. O Parceiros foi a minha grande experiência profissional e um ponto de largada fundamental na minha vida. Foi só o início.