



Parceiros do RJ: A representação da ‘voz do morro’ e a reconfiguração do fazer jornalístico¹

Geísi Viana SABADINI²

Kleber MENDONÇA³

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

O presente artigo se propõe a analisar os modos de representação e as estratégias de visibilidade do quadro "Parceiros do RJ", do telejornal RJTV 1ª edição, da Rede Globo. No momento em que há uma produção de discursos acerca da favela e de seus moradores em processo de transformação, a comunidade cobra uma maior identificação com os meios de comunicação tradicionais. Em contrapartida, por conta também de estratégias mercadológicas, vemos surgir um espaço para a produção dessas novas representações: o quadro Parceiros do RJ, produzido por jovens, não-jornalistas e moradores de comunidades cariocas. A partir deste panorama, serão analisadas, aqui, as características da mudança no processo de produção dos conteúdos jornalísticos, com a entrada deste novo ator e as relações, principalmente de poder, entre jornalistas e moradores destas regiões.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Telejornalismo; Voz da Comunidade; Autoridade; Parceiros do RJ.

1. Apresentação

A edição do *RJ/TV* - 1ª edição, de 20 de abril de 2011, apresentou a seguinte sequência:

Ana Paula Araujo, apresentadora do telejornal: "Há duas semanas, os nossos parceiros do RJ na Cidade de Deus, o Ricardo e a Viviane mostraram um problemão aqui 'pra' gente: o lixo tomando conta de vários pontos da 'CDD'. Mas agora, eles voltam hoje 'pra' trazer uma vitória! Um dos terrenos tomado pelo lixo virou uma praçinha e a criançada já 'tá' aproveitando."

Há, em toda a matéria, imagens de moradores e crianças entrevistadas quando ainda era um lixão, no dia 06 de abril e, em seguida, as imagens atuais em que elas contam o quanto a comunidade ficou melhor com a praça que querem chamar de "Criança Feliz". Após e imagens e sonoras descritas, aparece a vinheta do quadro que prepara os telespectadores para a seguinte passagem realizada pelo "parceiro", na Comunidade:

Parceiro do RJ na Cidade de Deus, Ricardo Fernandes: "Salve, salve meu Rio de Janeiro! Parceiro do RJ diretamente da Cidade de Deus, estamos aqui naquele espaço, lembra? Que tinha aquele lixo todo, hoje bem diferente. Uma praça 'pra' toda

¹ 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.

² Estudante de Graduação no 5º. semestre do Curso de Estudos Culturais e Mídia do Instituto de Artes e Comunicação Social (IACS) da Universidade Federal Fluminense (UFF), email: geisi.midia@yahoo.com.br.

³ 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), email: klebersm@hotmail.com.



a criançada! Vem com a gente! Vem se ver por aqui!" [Neste momento, Ricardo encerra sua fala apontando o microfone para a câmera, que focaliza o objeto como se quisesse demonstrar que a fala agora estava com o espectador, como se desse materialidade maior e reforçasse sua última frase.]

O exemplo acima ilustra o objeto que será analisado neste artigo: o quadro "*Parceiros do RJ*", do telejornal *RJ/TV* - 1ª edição. Ele é pioneiro em sua proposta, por trazer para o corpo do telejornal, conteúdos produzidos por jovens, em que se exige apenas o ensino médio completo, isto é, eles não jornalistas formados, moradores das regiões escolhidas. Ele está no ar há quatro meses, até a presente data de produção deste (mês de julho de 2011), por isso devemos destacar que este é um mapeamento inicial sobre o tema ao qual espera-se que haja novos desdobramentos, principalmente com a consolidação não apenas dos exemplos analisados, mas, também do novo gênero a que ele pertence.

Este artigo é um desdobramento do projeto de pesquisa de iniciação científica (PIBIC/CNPQ) intitulado "*Telejornalismo e Verdade: O discurso do RJ/TV acerca dos conflitos sociais no Rio de Janeiro*", orientado por Kleber Mendonça, vinculado ao Núcleo de Estudos em Violência e Comunicação (NevCom/UFF), no qual as edições diárias do *RJTV* estão sendo gravadas e as cópias disponibilizadas no âmbito do Núcleo. Após o acompanhamento por dois meses, com o objetivo de familiarizar-se com o telejornal, o quadro mostrou, dentro da proposta maior que é a pesquisa, ter características ímpares para evidenciar, de modo mais claro, as questões propostas.

Tomando com base o exemplo da matéria descrita acima, podemos apontar algumas das questões principais que serão problematizadas a frente. A primeira já foi apontada acima e está sendo reforçada neste momento, em que os selecionados são apenas moradores das áreas escolhidas pelo telejornal, não-jornalistas, produzindo conteúdos informativos, traz comparações com o modelo tradicional, algumas dessas comparações são consideradas boas e outras ruins para o telespectador, e para a classe dos jornalistas. Não iremos nos deter em reforçar nenhum desses juízos de valor, os que forem apresentados neste artigo foram escolhidos por apontarem desdobramentos para a análise. E, a segunda questão principal, está ligada à necessidade do telejornal de mostrar novos olhares, novos discursos sendo produzidos acerca da cidade.

Um dos desdobramentos dessas questões é a capacidade de publicizar o próprio quadro e o telejornal como um todo, como pode ser percebido ao tentarem demonstrar o sucesso que o quadro está tendo ao resolver os problemas apresentados nele mesmo, segundo a apresentadora nesta frase: "*Mas agora, eles voltam hoje 'pra' trazer uma vitória!*".

A segunda é a linguagem, que está presente em duas falas da descrição acima, a questão



da glória, ou melhor, do uso das siglas para denominar o bairro, que é chamado assim, segundo os moradores, apenas pelos próprios. Em outras matérias assistidas no *RJ/TV - 1ª edição* está sigla não é usada, só aparece neste determinado quadro, reiterando uma crença do próprio jornal que aparece em outra fala do exemplo descrito, agora, dito pelo "parceiro": "*Vem com a gente! Vem se ver por aqui!*". Que trata da proposta de que os moradores dessa localidade identifiquem-se com esta reportagem, com o "*Parceiros do RJ*" e com o *RJ/TV*.

Para tanto, a emissora argumenta que o projeto tem por objetivo trazer um "olhar novo" para o telejornalismo, mostrando a "realidade" de diferentes regiões do Rio e Grande Rio, sob o ponto de vista do próprio morador. São eles, isto é, alguns moradores escolhidos pela emissora, que "vão apresentar" o lugar em que vivem, produzindo conteúdos para o quadro e "vão reforçar a ligação de bairros e comunidades com o telejornal, enriquecendo a cobertura jornalística no Rio e sua Região Metropolitana"⁴. Para isso, houve a seleção de 16 pessoas de oito áreas do Rio de Janeiro: os bairros de Copacabana, Campo Grande, Tijuca, Cidade de Deus e Complexo do Alemão; e as cidades de Duque de Caxias, São Gonçalo e Nova Iguaçu⁵.

O processo de seleção para o quadro foi dividido em quatro etapas, todas eliminatórias. A primeira foi à análise das fichas de inscrição; a segunda contou com provas de Português, conhecimentos gerais, raciocínio lógico e redação; na terceira ocorreram dinâmicas de grupo e a entrega de um CD com a gravação das reportagens que foram avaliadas; já a etapa final consistiu na entrevista individual com os participantes.

Essa seleção teve como intuito, também, ser parte de uma estratégia de marketing para promover o telejornal e o projeto "*Parceiros do RJ*", tentando aproximar os moradores das áreas através da identificação com os jovens, fazendo chamadas durante o prazo das inscrições, nas etapas do processo e, depois, apresentando cada dupla, fazendo entrevistas com ambos após o resultado e, por último, reunindo-os no estúdio.

É claro que a justificativa dos próprios organizadores para a divulgação de todos esses momentos é a de que isso tornaria o processo mais "transparente", mas, talvez também causasse nos telespectadores expectativa e curiosidade. Não podemos deixar de ressaltar que o fato deles apresentarem as duplas, fazerem entrevistas com eles e levá-los ao estúdio reforça o lugar dos selecionados como representantes da região, passando a serem, dali por diante, identificados por seus nomes, suas feições e por "pertencerem" às localidades específicas.

⁴ Informações retiradas 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 07/06/2011.

⁵ Nossa meta nas análises a serem desenvolvidas, no entanto, é a de verificar em que medida estas estratégias correspondem, de fato, aos objetivos propostos, problematizando estes e outros aspectos do objeto.



Tomou-se como corpus analítico específico um mês de transmissão, o que se mostra eficaz para a análise proposta. Além das reportagens de TV, foram levados em conta os conteúdos do blog e do site em que as mesmas também são veiculadas. O corpus delimitado vai de 13/04/2011 até 13/05/2011, com exceção dos sábados e domingos. Ao todo são 22 dias de *RJTV*, em que 21 matérias do quadro específico são exibidas. Deste total de programas, selecionaremos alguns casos emblemáticos que trazem questões relevantes para nossa pesquisa, como aqueles cujo discurso difere dos demais, ou ainda os casos em que percebemos a reiteração de lugares de fala hegemônicos, preconceitos, e um determinado imaginário sobre essas regiões.

O quadro foi ao ar pela primeira vez, segundo a página de Internet da emissora, em 01/03/2011. As matérias são produzidas praticamente de maneira semanal pela dupla de cada região (em alguns casos, há mais de uma produção por semana da mesma localidade), ou sendo apresentadas dentro do telejornal ou no blog dos parceiros. Este blog⁶ consiste em alguns casos de apenas textos, em outros contém imagens e vídeos e, podendo também fazer referência à reportagem exibida no quadro da semana ou de semanas anteriores.

2. O Quadro "*Parceiros do RJ*"

A atração é produzida diariamente por uma dupla de cada região. A proposta da emissora é fazer com que os dois parceiros de cada localidade se distribuam nas etapas produção. Assim, ao contrário do cotidiano da produção jornalística, no qual cada uma das etapas de produção é de responsabilidade de um profissional, no *Parceiros do RJ*, todos podem se revezam entre fazer a reportagem ou filmá-la.

A edição final do material produzido por eles é realizada na emissora, com o acompanhamento das duplas, sob a supervisão de um jornalista responsável antes de ser exibido⁷. Em termos técnicos, as matérias são baseadas na mesma configuração das produzidas nos conteúdos tradicionais do *RJTV*; iniciam-se pela cabeça da matéria ou a apresentação da mesma, tendo as imagens do local ou com a voz em *off*⁸ do jornalista dando maiores informações ou com o som ambiente; as sonoras⁹, e a passagem, que permite descrever algo ao qual não se tem a imagem ou destacar determinada informação ou entrevistado dentre os outros ou unir duas situações.

⁶ Blog dos parceiros: <http://g1.globo.com/platb/rio-de-janeiro-parceiro-do-rj/>

⁷ A jornalista responsável é Mônica Bernardes, Cf. <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/01/inscreva-se-para-ser-parceiro-do-rj.html> - Acesso em 07/06/2011.

⁸ As imagens cobrem a voz do narrador que não aparece no vídeo.

⁹ As entrevistas com as fontes.



Já, em termos de linguagem, em um primeiro momento, pode-se observar que é a mesma utilizada nas outras reportagens, uma linguagem correta e próxima do cotidiano e que faz uso dos discursos anteriores sobre o local, evitam-se os palavrões. Mas, há, diferentemente das reportagens exibidas em outros quadros, algumas características peculiares as quais já fizemos menção, mas, iremos nos atentar a elas no próximo tópico.

3. A análise

A fim de definir uma metodologia de análise, foi construída uma tipologia do quadro a partir do estudo empírico e do referencial da Análise do Discurso, tendo como base conceitos principais desse campo como a *polissemia* e *dialogismo*, que iremos detalharemos ao longo deste artigo.

A partir da análise do objeto dentro do corpus já apresentado, foi possível observar características gerais em comum entre as matérias, permitindo defini-las e agrupá-las da seguinte maneira:

- a) *Matérias que evidenciam características da comunidade*: Apresentam aspectos específicos, mostrando a participação comunitária em práticas sociais e culturais que se relacionam com a identidade do local atualmente ou com sua história, seu passado; Optamos por classificar essas ações a partir de sua natureza calcada num olhar de dentro para fora, apresentando esses aspectos constitutivos da história e da identificação dos moradores do local.
- b) *Matérias que destacam os problemas da comunidade*: Nestas, apresentam-se aspectos “negativos” que, em alguns casos, não são específicas daquelas regiões e nem são, necessariamente, consequências de alguma ação dos moradores, mas, que estão ali pela situação precária do território e/ou pela ineficiência do poder público. Acreditamos que tais coberturas têm o propósito de gerar identificação de moradores de outros lugares e, por último, para reiterar a eficácia do quadro e do telejornal em “solucionar”, já que não são os moradores que resolvem os problemas, mas é a partir de sua cobrança, da “denúncia” que a solução surge, em alguns casos até em “tempo recorde”.

Essas características aparecem não apenas na análise das matérias, mas também no site da emissora, como na fala do jornalista Vandrei Pereira, por ocasião de sua participação na terceira etapa da escolha dos candidatos, selecionando os melhores vídeos produzidos na Cidade de Deus e no Complexo do Alemão a partir da avaliação dos temas e da qualidade do quadro:



“Esse tipo de informação, chegando para o grande público, vindo de um morador, é uma coisa muito legal. Só o morador, que está ali no dia a dia, sabe o que está vendo. Os moradores estão bem preocupados em mostrar coisas boas do bairro. Apesar de ter problemas, os vídeos mostram, até agora, aspectos bem positivos. Eles mostram que tem muito orgulho dos locais onde moram”.¹⁰

Após a definirmos a tipologia, iniciaremos a análise a partir de um estudo quantitativo que considerará a frequência com que cada um desses tipos aparece. Desta forma, demonstraremos quais temas são considerados mais relevantes para a emissora e o *RJTV* e, em alguma medida, levando em conta as relações de poder exercidas, também pelos jovens moradores das regiões que produzem o quadro. Ressaltamos que os exemplos foram definidos a partir de um olhar crítico acerca de cada uma das reportagens e que em alguns casos os modelos se repetem.

3.1 A comunidade em ação

A participação comunitária em práticas sociais são os projetos que foram idealizados, produzidos ou recebem o auxílio de moradores para acontecer ou manter-se e, principalmente, visam ajudar outros moradores. Em nossa análise, contabilizamos um total de quatro matérias com essas características em comum, dentre as quais, destacamos:

A Creche comunitária, NUCEI – Núcleo Comunitário de Educação Infantil Zumbi dos Palmares, em Nova Iguaçu apresentada pela ‘parceira’ Mariane Del Rei, no dia 27 de abril de 2011, em que os moradores são voluntários cuidando dos filhos de vizinhas que precisam trabalhar e, em contrapartida, recebem destas contribuições financeiras no valor que puderem pagar. Aquelas que não podem têm seus filhos mantidos através de doações. Uma das falas da ‘parceira’ destaca um dos aspectos dito anteriormente, reforçado neste momento: “Eu estou no Núcleo Comunitário de Educação Infantil Zumbi dos Palmares, localizado em Comendador Soares, mais conhecido como Morro Agudo, terra do meu amigo Petter. E hoje a gente veio ver essa creche que é feita pela comunidade para a comunidade” (RJTV, 27/04/11).

Nota-se o uso de linguagem coloquial, o desejo de reforçar a ligação às vezes íntima desses ‘parceiros’ aos locais e pessoas que aparecem nas reportagens, como no caso da amizade com o outro ‘parceiro’ que operava a câmera, explicitada na passagem de Mariane, evidenciando conhecimento sobre o lugar e, por conta disso, reiterando sua autoridade para falar da região. Esse aspecto da autoridade dos “parceiros” através de sua vivência pode ser percebida como um

"modelo democrático de construção da informação, [em que] a sociedade não é 'consumidora da notícia'. Os cidadãos participam ativamente dos fluxos informativos,

¹⁰ Retirado em <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2011/02/candidatos-do-projeto-parceiro-do-rj-tem-videos-analisados-por-jornalistas.html> – Acesso em 07/06/2011



cujos elementos são fornecidos e controlados também pela experiência direta dos participantes." (Baratta, 1994, p. 23-24).

3.2 Entre os parceiros e a polêmica

O surgimento do quadro levou a uma intensa discussão com algumas instituições de classe dos jornalistas pelo fato do programa lançar mão, de modo polêmico, de jovens não diplomados para a produção de conteúdos, ainda assim, informativos. Em nota divulgada pela internet no dia 29/04/11, o Sindicato dos jornalistas do município do Rio de Janeiro informa:

Em carta enviada à direção da TV Globo, o Sindicato e a Arfoc (Associação dos Repórteres Fotográficos e Cinematográficos do Estado do Rio de Janeiro) repudiam o projeto “Parceiros do RJ”, do RJTV, pelo fato de utilizar jovens sem formação específica em jornalismo, mão de obra barata, para substituir jornalistas profissionais¹¹.

Ainda segundo a nota, quando o projeto começou a ser anunciado, o Sindicato teria procurado a emissora temendo que o objetivo do quadro fosse usar mão-de-obra barata e não especializada. A empresa, por sua vez, garantiu que não haveria a substituição dos jornalistas profissionais por “parceiros”. O Sindicato argumenta, no entanto, que poucos meses depois perceberam que

repórteres e repórteres cinematográficos estão sendo substituídos por jovens inexperientes submetidos a um rápido treinamento, e a baixo custo, numa precarização inadmissível do mercado de trabalho (...). “Um exemplo gritante de que a TV Globo prometeu uma coisa e faz outra é a matéria que foi ao ar no dia 25 de abril último, segunda-feira, na primeira edição do RJTV sobre o aniversário de 131 anos do Instituto de Educação, na Tijuca¹².

Diante da polêmica, a resposta da emissora foi:

O projeto “Parceiros do RJ” nada tem a ver com isso, e vem sendo cumprindo rigorosamente como na proposta inicial. Trata-se de dar voz à comunidades para que elas retratem o seu dia a dia, naquilo que consideram importante, com a supervisão de nossos jornalistas. E os jovens contratados não ocuparam vagas existentes na empresa e nem substituíram profissionais. Ao contrário, o projeto gerou novos postos de trabalho¹³.

A Rede Globo complementa se referindo à reportagem realizada pelos *Parceiros do RJ*, na qual acompanhamos o aniversário de 131 anos do ISERJ (Instituto de Educação Superior do Rio de Janeiro). Segundo eles, a matéria continua dando voz à comunidade e respeitando a proposta inicial porque como não se tratava de uma “data redonda, muito dificilmente o

¹¹ Conforme reportagem disponível em <http://www.jornalistas.org.br/noticias.php?idn=1691> – Acesso em 09/06/2011

¹² Idem, Ibidem.

¹³ Conforme comunicado disponível em

http://www.comunique-se.com.br/Conteudo/NewsShow.asp?idnot=58604&Editoria=8&Op2=1&Op3=0&pid=56289460516&fnt=fntnl&sms_ss=blogger&at_xt=4dc1a15e8aa0e231%2C1 - Acesso em 09/06/11



aniversário seria pauta de nossos telejornais. Só o foi porque a comunidade, representada pelos parceiros, julgou ser importante levar ao ar a questão”¹⁴.

Cabe ressaltar, no entanto, que o argumento da emissora é um pouco precário, na medida em que no mesmo gesto de negar a 'precarização' do jornalismo, vemos a evidência de que o Programa inclui, em seu conteúdo, informações "menos importantes" do ponto de vista dos critérios de importância da notícia.

Não é objetivo deste artigo tomar um partido específico nesta polêmica ainda em curso. Nossa intenção, neste exemplo, é chamar a atenção de que, na cobertura do aniversário de 131 do Instituto de Educação, não há, como no primeiro exemplo analisado, uma relação direta entre o *Parceiro do RJ* e a instituição que possa reafirmar a autoridade daquele olhar diferenciado. Nenhum dos dois jovens que produzem a reportagem afirmam terem estudado ou tido algum parente que estudou naquele local.

3.3 Os problemas de infra-estrutura

Os apontamentos em relação aos problemas encontrados por conta da falta de infraestrutura dessas regiões são recorrentes e já foram tratados em outros textos, inclusive por Coimbra, que lembra que “as chamadas 'periferias pobres' sobrevivem sem as mínimas condições de saneamento básico, moradias, transportes, etc.” (Coimbra, 2001, p. 81)

Dentre as 21 matérias do corpus, um total de 12 podem ser definidas como parte deste conjunto, evidenciando, assim, a relevância deste tema. Fica claro, pela forma como se pronuncia em resposta à carta do sindicato, que a emissora está de fato, nesse caso, dando voz à comunidade; os participantes do projeto estão mostrando as deficiências das ações públicas dentro de seu cotidiano. Cabe perguntar, no entanto, se o uso desta estratégia pode se aproximar da estratégia a que Mendonça se refere em sua análise do programa Linha Direta,

Estamos também diante de um produto mediático colocando-se em confronto direto com as outras instituições de poder daquela sociedade. Como em programas no estilo do Linha Direta, seu objetivo não é substituir aquele poder, mas fazê-lo funcionar 'corretamente'. (Mendonça, 2002, p. 49)

O exemplo escolhido também consta na polêmica, mas não é tão clara a relação dele com matérias produzidas por jornalistas em outros momentos ou quadros do programa ou de outros telejornais. Na verdade, este exemplo se assemelha mais às participações dos telespectadores em geral no auxílio à produção jornalística, como o caso do *Eu repórter*, do jornal *O Globo*, que recebe vídeos curtos feitos geralmente de celular, para mostrar um fato ao qual eles se

¹⁴ Idem, Ibidem.



depararam e, muitas vezes, esses vídeos são mostrados, no caso de outros em relação ao mesmo tema, de alagamentos causados pela chuva, mostrando vários vídeos curtos de pontos diferentes da cidade, com ou sem a descrição, as falas de quem filmou ou de quem estava por perto. Assim fala o sindicato na carta: “Na mesma segunda-feira foi ao ar uma matéria sobre o temporal que castigou o Rio e atingiu duramente o bairro da Tijuca. Mais uma vez foi ao ar um trabalho feito pelos “parceiros” que a TV Globo contratou para substituir jornalistas.”

Já, a fala da emissora foi:

“O caso citado da Tijuca se enquadra perfeitamente dentro da proposta. A dupla mostrou aos cariocas como a comunidade do bairro viu e sofreu as chuvas, mas isso não impediu que outras dezenas de profissionais produzissem reportagens a respeito.”

E, a Rede Globo de Televisão completa dizendo que “dos 45 minutos de tempo líquido do jornal, 44 foram dedicados à cobertura da chuva. E, da cobertura da chuva, apenas 58 segundos foram produzidos pelos parceiros.”

Inclusive, a descrição das imagens no vídeo também remetem aos vídeos do chamado “eu repórter”, em que a pessoa, em alguns casos, quando há a fala de quem está filmando, é usada para contextualizar o local, dia e horário e descrever e/ou emitir sua opinião sobre o que está presenciando. Abaixo está a descrição do “parceiro” da Tijuca, Yuri Henderson que acompanham as imagens do alagamento:

"Esse é o rio Maracanã, mané !Não é uma rua,não. Caraca! Um caos, cara! Inacreditável! Meu Deus do Céu! Todo mundo tentando passar pelas ruas, algumas pessoas já abandonaram os carros. Nunca vi uma coisa desse tipo!"

Além disso, neste a câmera estraga, porque, por conta da chuva, entra água na câmera. Esse vai ser um aspecto relevante, também, quando formos caracterizar as estratégias do veículo em relação ao quadro.

3.4 As soluções conquistadas

Já no que se refere às soluções, dentre as matérias, há apenas uma dentro do corpus definido, o exemplo utilizado na abertura deste artigo. Porém, se fez importante destacar essa possibilidade, primeiro por conta das características apresentadas em relação ao exemplo da abertura e, que há, fora do corpus, outras matérias com a mesma característica. E, em segundo lugar, que este recurso é recorrente no blog, a celebração da repercussão das reportagens, em que eles contam, inclusive, o resultado, a solução dos problemas e, comemoram a questão do tempo recorde para ser solucionado, que a reportagem foi exibida e dois dias depois o problema já tinha sido sanado e, o “parceiro” recebeu “parabéns” e elogios quando viu que



estava resolvido.

Neste momento, após apresentar as características do quadro e a eficácia delas, iremos demonstrar a relação delas com as estratégias definidas pelo telejornal, *RJTV*, utilizando o conceito de “analítica da midiaticização”, de Fausto Neto, em que ele afirma que “a midiaticização institui um novo ‘feixe de relações’, engendradas em operações sobre as quais se desenvolvem novos processos de afetações entre as instituições e os atores sociais.” (Fausto Neto, 2007, p. 96)

O autor aponta quatro aspectos que irão configurar essa “analítica da midiaticização”: 1) transformações da ‘topografia do jornalismo’, como espaço ‘organizador do contato’; 2) a auto-referencialidade do processo produtivo; 3) auto-reflexividade sobre seus fundamentos teóricos; 4) transformação do status do leitor.” (Ibidem, p. 96.) Então, iremos descrever e exemplificar cada um desses aspectos.

Em relação às Transformações da ‘topografia jornalística’ como espaço ‘organizador do contato’, Fausto Neto argumenta que “cada vez mais, jornais e revistas transformam seções em que se dirigem ao leitor em espaços nos quais relatam a organização e funcionamento da dinâmica dos seus ambientes de trabalho.” (Op. Cit., p. 97)

Ainda dentro deste aspecto, há o aspecto dos jornalistas se inserirem nessa dinâmica, abrindo a possibilidade de passarem a ser situados como “novos tipos de celebridade e, dentro da visibilidade dessa topografia, as mudanças feitas no interior do jornal no quesito produção tornam-se um “acontecimento jornalístico”. O *RJTV* apresenta estas estratégias nesta ordem, a primeira em relação ao fato de se dirigirem ao leitor, está no próprio quadro, “Parceiros do RJ”, que tende a pedir a colaboração da comunidade para propor temas, por exemplo.

Já em relação aos jornalistas como “novos tipos de celebridade”, sim, os jovens do quadro não são jornalistas formados, mas, em termos de papel social, eles estão representando o jornalista naquele momento, e, por todo o processo de seleção para que estes participantes ficassem mais conhecidos dentro e fora das comunidades, e, todas as estratégias de visibilidade, de aproximação da comunidade entre a produção e o consumo das matérias exibidas, os integrantes do projeto estão tornando-se “celebridades”.

Quanto à auto-referencialidade do processo produtivo, Fausto Neto a define como o conjunto de “estratégias através das quais o dispositivo da ‘analítica’ se põe em contato com os leitores desdobram-se em outro tipo de operações, e que consistem na produção de discursos auto-referenciais sobre o processo produtivo (Op. Cit., p. 98). Esses discursos auto-referenciais, fazem menção à si mesmos, é o que o quadro tem por estratégia, é não só dar visibilidade as comunidades, isso ele permite, mas também, ao *RJTV* primeira edição.



Já no caso da auto-reflexividade posta em ato, temos

As operações discursivas em que se assentam essas estratégias do ato analítico, trazem reflexões contíguas sobre o fazer jornalístico, uma espécie de operação auto-reflexiva na qual se teoriza sobre o ato jornalístico e seus processos de produção. (Op. Cit., p. 99)

Isso nos remete ao caso da câmera inutilizada na cobertura das chuvas por ter sido molhada, evidenciado as dificuldades enfrentadas dentro do processo de produção da notícia.

No que diz respeito às estratégias de protagonização do leitor, notamos "intensos processos de operações discursivas transformam não só a 'topografia' do dispositivo jornalístico, mas as interações que reúnem produtores e receptores de discursos" (Op. Cit., p. 100). É clara a tentativa da emissora, neste caso, em tentar diluir as fronteiras entre a produção e a recepção dos conteúdos informativos, não apenas como "pólos opostos".

Não se pode esquecer, entretanto, que essa relação também não é simétrica. As relações de poder inseridas nesse processo instauram hierarquizações, como no fato dos "parceiros" terem que passar por uma oficina para aprender ao processo de produção da notícia e, terem uma "jornalista responsável". Como lembra Fausto Neto, "se a midiatização inscreve suas possibilidades de referir, é preciso lembrar que os sentidos somente podem ser produzidos em 'feixes de relações' e não apenas nas fronteiras do próprio território de uma prática social e discursiva" (Idem, Ibidem, p. 100).

Assim sendo podemos entender que é apenas na relação, na dependência deste "outro" que em alguns casos é até pensado como o que deve ser banido, o diferente, o qual não se pode entrar em relação, porém este processo só é possível dentro dessa relação com os leitores e os novos atores que também produzem conteúdos.

4. Conclusão

Neste momento devemos apontar algumas conclusões e caminhos para eventuais questões que permanecem em aberto, não limitando a capacidade e a possibilidade da riqueza deste objeto em trazer novos aspectos para a análise à medida que está se consolidando, e que as relações de poder instauradas se configurem de modo mais claro e efetivo. A primeira questão é o resultado da convocação destas 'vozes da comunidade', 'vozes do morro' para participarem ativamente nos acontecimentos, conforme aponta Mendonça: No momento em que parecem emergir tantas 'vozes da comunidade' nos telejornais, percebe-se, paradoxalmente, que só ganharão destaque aquelas cujas declarações se afinarem com o tom adotado pela cobertura jornalística. (Mendonça, 2011, p. 2)

Seriam as chamadas 'vozes autorizadas da comunidade', em que só as que reforçam a



linha editorial do telejornal serão selecionadas para terem espaço nos meios de comunicação hegemônicos que Mendonça chama de "um misto de orquestração das 'vozes autorizadas' e de políticas de silenciamento" (*Ibidem*, p. 8). Apagamentos das vozes discordantes e contestatórias que também é reforçado por uma característica do telejornal a partir da lógica da midiaticização, "que se manifesta, justamente, naquilo que nela é excessivo: sua capacidade de falar, mas segundo estratégias auto-referenciais de suas próprias operações." (Fausto Neto, 2007, p. 103). Em outras palavras, estaríamos diante de um falar excessivo de si mesmo e um calar das vozes contrárias ou contraditórias.

Esses moradores das comunidades há tempo pouco lutavam para conseguir o espaço para produzir conteúdos com os quais se identificassem e, em consequência, sentirem-se representados na mídia tradicional. Aqui, entendemos que embora este espaço tenha sido oficialmente 'cedido' pela emissora, dentro de seus limites e objetivos bem definidos apontados neste artigo, acreditamos que são "novos ambientes onde se produzem atividades de transformação sobre os quais a midiaticização não sabe a priori, as manifestações dos seus efeitos" (Fausto Neto, 2007, p. 104). Por seu caráter recente, deixamos em aberto as possíveis transformações que este pode instaurar ao longo do tempo e de sua consolidação, a medida em que os novos atores deste processo passem a testar os limites das resistências possíveis.

O gesto de colocar-se como 'ator' de cobranças para que determinados setores do Estado funcionem bem e com maior agilidade, é "reduzora da complexidade", pois não se coloca como uma "proposta para transformar o Estado numa administração ou num provedor de serviços" (Da Matta, 1982, p. 23), mas, continuam colocando-o como ineficiente e reforçando que este só age quando a imprensa atua no sentido de exigir ações, usando como justificativa o intuito de defender o 'interesse público', sem exigir grandes reformas.

A estratégia de convocar as 'vozes do morro' para tornarem-se atores da produção jornalística aparentemente está rendendo os resultados previstos pela emissora visto que, após ser implantado pela primeira vez no estado do Rio de Janeiro, e com poucos meses de existência, já rendeu frutos em outras regiões: atualmente o Distrito Federal já conta com uma equipe de 'parceiros' que recém estreou nas telas da capital federal, e o estado de São Paulo está em fase de seleção dos 'representantes da comunidade', ambos tendo como exemplo declarado o projeto piloto experimentado no Rio de Janeiro.

5. Referências Bibliográficas

BAKHTIN, M. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.



BARATTA, A. **Filósofo de uma criminologia crítica**. In: RAMOS, S. (org.). *Mídia & violência urbana: relatos*. Rio de Janeiro: FAPERJ, 1994.

COIMBRA, C. **Operação Rio**: o mito das classes perigosas: um estudo sobre a violência urbana, a mídia impressa e os discursos de segurança pública. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, Niterói: Intertexto, 2001.

DA MATTA, R. **As raízes da violência no Brasil**: reflexões de um antropólogo social. In PINHEIRO, P. S. *A violência Brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1982.

FAUSTO NETO, A. **Fragmentos de uma “analítica” da midiaticização**. In *Revista MATRIZES*, vol. 1, nº 2, 2007.

MENDONÇA, K. **A punição pela audiência**: um estudo do Linha Direta. Rio de Janeiro, Quartet/FAPERJ, 2002.

_____. **Entre as áreas de risco e a localização privilegiada**: o jornalismo carioca “descobre” as favelas. Artigo apresentado na Sessão 20 de Comunicações Livres do VIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). São Luis (MA), 2010b.

_____. **‘O RIO CONTRA O CRIME’**: relatos de uma ‘guerra’ televisionada. Artigo apresentado no Grupo de Trabalhos Práticas interacionais e linguagens na comunicação do XX Encontro da Compós, Porto Alegre (RS), 2011.

ORLANDI, Eni. **As formas do Silêncio**: no movimento dos sentidos. Campinas: Unicamp, 1992.