



Jornalismo participativo no Paraná: um estudo sobre o quadro “Na Hora Certa”¹

Laura Moreira SLIVA²

Rosita C. de Loyola HUMMELL³

Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, PR

Resumo

Este trabalho tem como objetivo sintetizar o jornalismo participativo no Paraná, mais especificamente observar a colaboração dos espectadores do telejornal Paraná TV e o conteúdo de seus vídeos. Como as pessoas estão reagindo ao que acontece ao seu redor? O foco é perceber a maneira com a qual os receptores lidam com a realidade curitibana e paranaense através do jornalismo participativo, muito em voga internacionalmente mas pouco explorado no Paraná.

Palavras-chave

Jornalismo cidadão, jornalismo participativo, novas mídias, telejornal.

Considerações iniciais

Esse projeto foi iniciado por uma pesquisa sobre a leitura da violência por parte da mídia paranaense com o objetivo de avaliar a forma pela qual ela retrataria Curitiba. Visou-se assim sintetizar a violência que atinge os grandes centros urbanos, tendo como estudo de caso as matérias do jornal Gazeta do Povo. Como continuação a questão atual é como os receptores lidam com a realidade curitibana e paranaense através do jornalismo participativo.

O jornalismo participativo, cidadão, colaborativo ou até mesmo “Jornalismo 3.0”⁴ é aquele no qual a cadeia produtiva da notícia adquire uma dinâmica nova, na qual a informação não é mais difundida de um para vários. Nele os não jornalistas fazem tarefas que apenas os jornalistas estavam acostumados: testemunhar, reportar, capturar, escrever e disseminar. Agora não é necessário mais ser jornalista para produzir notícias

¹Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2011.

² Graduada do Curso de Jornalismo da PUCPR e participante do núcleo imagem e movimento, email: sliva.lauram@gmail.com

³ Orientadora do trabalho e do núcleo de estudos da PUCPR, e-mail: rosita.loyola@pucpr.br

⁴ O teórico Juan Varela nomeia o jornalismo cidadão como o Jornalismo 3.0, porque seria a terceira versão do jornalismo digital, que torna os conteúdos e os próprios meios mais sociáveis.



– o usuário de novas tecnologias fotografa, filma e divulga na internet. Na maior parte da história do jornalismo o usuário sempre esteve no final da cadeia produtiva – eram apenas leitores, telespectadores e ouvintes. A notícia saía de um emissor para vários receptores.

Para Dan Gilmor⁵ a concepção de “receptor” começa a ser colocada em dúvida à medida que a relação sociedade/mídia é cada vez mais atravessada pelo desejo de co-produção da notícia pelos leitores ou espectadores do jornal. Atualmente os veículos de comunicação começaram a se modificar para não perder a audiência – a produção jornalística começou a se abrir para que o público participasse dela.

A ascensão do jornalismo colaborativo é fundamentalmente resultado de tecnologia, segundo pesquisa realizada em 2008⁶. Antes da internet os únicos modos de opinar e interagir eram as seções de cartas e o direito de réplica. A opinião dos cidadãos passava boca a boca, sem chance de uma difusão maior, pois não havia onde publicar sem custo. Era necessário investimento pesado em máquinas de impressão, transmissores de TV ou torres de rádio.

De acordo com John Kelly⁷, o século 20 era a época da imprensa elitizada e da mídia das massas. Esta última era assim considerada pela intensa busca por audiência para suprir os altos custos de produção. Assim a mídia de massa pode ser descrita como um modelo de difusão de poucos para muitos: poucos repórteres e editores, empregados por poucos donos, exercendo a função de *gatekeepers* sobre assuntos de interesse público.

Kelly afirma que a internet é, se não uma substituta, ao menos uma mídia paralela, com baixos custos de distribuição – redes sociais, blogs, Twitter. Outra vantagem é que transmite texto escrito, radiofônico e televisivo em uma mídia só. Isso aproximou os não jornalistas do jornalismo. As ferramentas jornalísticas surgiram na forma de hardwares (como câmeras digitais, gravadores e celulares equipados com câmera) e softwares (como ferramentas de blogs, equivalentes ao sistema de paginação da mídia impressa). Outros artifícios são os softwares de edição de imagem e som e também os sistemas de busca como o *Google*.

⁵ GILLMOR, Dan. *Nós os media*. Lisboa: Editorial Presença, 2005.

⁶ Banco de dados. *Measuring User-Created Content: Implications for the ICT Access and Use by Households and Individual's Survey*. ONG internacional OECD. 2008 [acesso em 02 de abril 2010] Disponível em: www.oecd.org/dataoecd/44/58/40003289.pdf

⁷ KELLY, J. *Red Kayaks and Hidden Gold: the rise, challenges and value of citizen journalism*. Reuters Institute for the Study of Journalism. 2009.



Agora o material requerido para a produção de informação está na mão de inúmeros indivíduos, mais que o número de donos dos meios de comunicação de antigamente, segundo Kelly. A situação está favorável ao jornalismo participativo, mas é necessário que as pessoas se sintam motivadas e é nessa hora que a mídia deve agir. Nesse sentido, o Paraná TV⁸, telejornal que exibe o quadro “Na Hora Certa”, inova no Paraná ao tentar que o público participe enviando seus vídeos. Para Juan Varela (2006)⁹, o jornalismo precisa encontrar o seu lugar se deseja sobreviver. Seria necessário reinventar a informação para dar maior participação ao público. Segundo o artigo de John Kelly, o jornalismo participativo é uma solução para a crise da mídia, principalmente para a imprensa. Através dele haveria uma evolução por parte da mídia – nova cadeia produtiva, recuperação da credibilidade e aumento de audiência. Este jornalismo traria benefícios tanto para a comunicação quanto para que colabora com ela, pois despertaria um maior interesse e envolvimento do não jornalista em sua comunidade e nos fatos que o rodeiam.

Análise

A princípio o método seria analisar as notícias de violência do jornal impresso Gazeta do Povo, pois é o de maior circulação do Paraná e possui perfil neutro. O jornal popular A Tribuna do Paraná também participou da pesquisa preliminar devido ao seu teor sensacionalista. Porém percebeu-se que ambos os jornais não têm abertura para participação dos leitores fora o lugar para comentários abaixo das notícias publicadas. Tendo isso em vista um novo método foi estabelecido: a análise do quadro “Na Hora Certa” do jornal televisivo Paraná TV, da RPC TV, filiada da Rede Globo no Paraná. O jornal é emitido durante o meio-dia e às sete horas da noite. Em média 10 vídeos por dia são enviados ao site do programa pelos telespectadores. Alguns desses vídeos são editados e mostrados no quadro “Na Hora Certa” durante a emissão do telejornal. Pelo método estabelecido, foram analisados todos os dias do mês de dezembro de 2010 postados no site do programa¹⁰. Para cada dia foi feita uma tabela (Tabela 01), o que resultou em 67 páginas de tabelas.

⁸ Telejornal da RPC TV, filial da Rede Globo no Paraná. Possui duas edições: uma ao meio-dia outra às 19h10.

⁹ VARELA, Juan. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. Thompson, 2006.

¹⁰ Banco de dados. Vídeos. [internet] 2010 [acessado em dezembro 2010] Disponível em: <http://g1.globo.com/videos/parana>



Tabela 01: Exemplo de uma tabela individual (29/12/2010).

<p>“Alagamento no lago municipal”</p> <p>Aliane Marcielly Michalichen, de Cascavel, enviou um vídeo do alagamento do lago municipal, que deixou a via de acesso intrasitável.</p> <p>- Sem narração</p>	Cascavel		0’24’’
<p>“Caminhão tomba na estrada de Cerro Azul”</p> <p>A telespectadora Patricia Mattos, de Colombo, registrou o acidente de caminhão carregado de bebidas e o atendimento a uma das vítimas feito pelo Corpo de Bombeiros.</p> <p>-Sem narração, qualidade ruim de imagem</p>	Cerro Azul	Estrada	1’19’’
<p>“As luzes medonhas de Coleoptera”</p> <p>Leandro Dala Rosa Ponei, de Campo Mourão, registrou a Coleoptera Elateridae, um pequeno inseto que emite duas luzes considerada por ele como "medonhas".</p> <p>-Sem narração</p>	Campo Mourão		0’20’’
<p>“Maneira irresponsável de se desfazer do lixo”</p> <p>Adimilson Lorenzi, de Maringá, registrou uma situação que é comum, mas muito incorreta com o despejo de lixo.</p> <p>- Qualidade de imagem ruim, sem narração</p>	Maringá		0’39’’
<p>“Tratores circulando no trânsito”</p> <p>O telespectador Fábio Brescancini, de Curitiba, registrou o que ele considera irregular que são tratores circulando pelas ruas. Ele lembra que, muitas vezes, os condutores não possuem habilitação para trafegar pelas vias.</p> <p>- Qualidade de imagem ruim, sem narração</p>	Curitiba		0’09’’
<p>“Incêndio em casa”</p>	Curitiba		1’22’’



<p>Elaine Morais, de Curitiba, registrou um incêndio em casa que ocorreu na madrugada do último dia 28.</p> <p>- Sem narração</p>			
<p>“Casa sendo transportada”</p> <p>Marcio Luiz Gimenes, de Cascavel, estava na hora certa e flagrou o transporte de uma casa inteira.</p> <p>- O telespectador se filma no começo, mas sem narração</p>	Cascavel		0’21’’
<p>“Falta de respeito no trânsito”</p> <p>Um telespectador de Curitiba enviou imagens que mostram carros furando o sinal vermelho na Rua Wenceslau Braz.</p> <p>- Narração: “O sinal abriu e as pessoas continuam passando”.</p>	Curitiba	Guaíra	0’59’’
<p>“Sabiá faz ninho em lavanderia”</p> <p>Camila Klos, de Curitiba, enviou imagens de um sabiá que resolveu fazer o ninho na lavanderia de sua casa. Ela conseguiu fazer imagens, inclusive dos filhos sendo alimentados.</p> <p>- Vídeo pré-editado, sem narração</p>	Curitiba		1’34’’



Após esta etapa, uma tabela geral foi montada (Tabela 02), para uma análise mais precisa.

Tabela 02: Tabela geral de vídeos postados no site do quadro “Hora Certa”.

DENÚNCIA	ENTRETENIMENTO/ OUTRO
FENÔMENOS NATURAIS Chuva/ rio /alagamento: 89 Vendaval: 08 Tornados: 03	NATUREZA: Animal silvestre: 17 Animal de estimação: 05 Outros: 17 (maioria sobre tempestades e arco-íris)
INFRAESTRUTURA: Ruas: 17 Semáforos: 03 Estradas: 06 Incêndio: 10 Abandono de patrimônio público: 05 Vandalismo: 02 Vazamentos: 02 Outros: 02 carros abandonados	FESTIVOS: Natalinos: 19 (5 apresentações) Esportes: 07 Outros: 08
VIOLÊNCIA: Assaltos: 03 Apreensões de drogas e contrabando de mercadorias: 03 -Acidentes de trânsito: 29 09 na estrada 15 ruas 05 sem definição 14 Curitiba (03 Centro, 03 Bigorriho, Pinheirinho, Campo Comprido, Jardim Social, Tarumã e outros sem definição) 15 em outros municípios, como: Maringá, Colombo, Rio Branco do Sul, Guarapuava, Arapongas Cruzeiro do Oeste, Cianorte, Ortiqueira, Arapoti, Imbaú e Cerro Azul.	TOTAL: 69 4 com narração 4 com imagem muito ruim
SOCIAL: Abuso de poder: 04 Desrespeito: 01 social, 04 ambiental Negligência: 13 no trânsito 05 outros Protestos: 02 Fuga: 01 Falta de serviço público: 10 Princípio de rebelião: 01	
TOTAL: 215 vídeos 24 com narração 22 com imagem muito ruim	



De acordo com a Agência Reuters, pelas últimas décadas leitores e ouvintes têm enfrentado uma série de erros jornalísticos. Um exemplo seria a confissão do repórter da New York Times Jayson Blair, feita em 2003. Ele admitiu fabricar e plagiar detalhes em diversas matérias, incluindo uma de soldados feridos no Iraque. Falhas como essa ajudaram os americanos a diminuir a confiança na mídia¹¹. Isso se juntou ao sentimento já presente de que o controle da informação, que trabalha com os chamados gatekeepers, seria muito restrito. Um estudo mundial¹² realizado em março de 2006 sobre a credibilidade das instituições revelou que no Brasil mais da metade dos entrevistados (55%) declarou não confiar nas informações obtidas através da mídia. Além disso, comparativamente o Brasil é o país no qual as pessoas estão mais descontentes com a sua própria mídia: 80% disseram que a mídia exagera na cobertura das notícias ruins e 64% concordam que raramente encontram na grande mídia as informações que gostariam de obter.

Essa desconfiança levaria as pessoas a desejarem fazer seu próprio registro dos fatos, ou seja, praticar jornalismo colaborativo, filmando o que acontece ao seu redor. Em apenas um mês foi possível perceber, através da Tabela 02, que foram enviados ao site do Paraná TV um total de 284 vídeos – 215 de denúncia e apenas 69 de entretenimento ou assuntos mais leves. Isso confirma a ânsia por notícias mais regionais e com menor quantidade de fontes oficiais. Em contrapartida, pode indicar que o brasileiro não perdeu totalmente a confiança na mídia, uma vez que, em vez de denunciar aos órgãos públicos, muitos preferem expor o assunto na televisão¹³. Vontade de participar? Aparecer? Visão idealizada da mídia? Não se pode afirmar. Muitos já denunciaram diversas vezes às instituições e têm na mídia a última saída.

Um exemplo é o caso do vídeo em que Francisco de Assis Duarte Maciel Junior, de Pontal do Paraná, fala sobre a rua onde mora:

Numa avenida não se podia admitir que uma pessoa tenha que fazer buraco para água escoar da frente da sua casa e ir para a valeta. E a pavimentação disso aqui, uma vergonha, todo mundo encalhando. Aqui é uma vergonha. Tem que colocar no jornal isso aqui para mostrar para o povo. Isso aqui não é uma rua. Cadê o prefeito dessa cidade? Ainda chama isso aqui de avenida, Avenida dos Adventistas. O que é isso? Não é uma avenida. Eu vou filmar, colocar na televisão isso aqui, pra mostrar a vergonha dessa rua. E aqui é litoral! Passa caminhão, passa tudo. A gente chega a caminhar em meio ao lodo. Aqui tem escola municipal também. Vergonha do prefeito dessa cidade. Choveu, alagou

¹¹ Uma pesquisa de 2007 realizada pelo *Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism* revelou que 55% dos norte-americanos consideram que os jornalistas são imprecisos e que 66% consideram as notícias muito parciais.

¹² Banco de dados. **BBC/Reuters/Media Center Poll: Trust in the Media**. [internet] 2006. [acesso em 02 de abril de 2011] Disponível em: http://www.globescan.com/news_archives/bbcreut.html

¹³ O mesmo estudo revelou que 52% dos entrevistados brasileiros consideram a Rede Globo a mídia mais confiável.



tudo, encheu de lama. Quando chove a nossa situação piora. (Quadro “Na Hora Certa”, 09 de dezembro 2010)

Outro caso é o de Alceu Ferreira Filho, de Pinhais que mandou imagens de sua casa alagada pelo cheia do Rio Atuba, em Curitiba. Indignado e na frente da câmera (um dos únicos vídeos no qual o não jornalista aparece nas imagens), Ferreira Filho diz:

Esse é o clipe da enchente de Pinhais. Já acionei a Defesa Civil, mas até agora não apareceu. Apareceu ninguém, olhe dentro da minha casa! Veja como está a água dentro da minha casa. Estamos todos ilhados aqui. Minha garagem, meu quintal. (Quadro “Na Hora Certa”, 26 de dezembro 2010)

A quantidade de vídeos de entretenimento (69) é bem menor que os de denúncia (215), o que revela que a população está aos poucos entendendo o principal objetivo do jornalismo participativo – ser a voz do povo, das fontes não oficiais. Porém alguns vídeos ainda surpreendem como os espectadores que filmam seus próprios animais de estimação (5) ou seus filhos participando de apresentações natalinas (5). Mas o que leva os telespectadores a mandarem para o jornal televisivo tais tipos de vídeo? Guy Debord¹⁴(1931) explica esse fenômeno através do conceito de sociedade do espetáculo:

Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação. (...) O espetáculo não pode ser compreendido [apenas] como o abuso de um mundo da visão, o produto das técnicas de difusão maciça das imagens. E uma visão de mundo que se objetivou (Debord, 1931)

Foi possível observar através da Tabela 02 que um dos destaques dentro dos vídeos de entretenimento é o das imagens que retratam comemorações natalinas (19), típico fato de dezembro.

Entre os vídeos comemorativos, um destaque curioso: Denilson A. Rossi, de São José dos Pinhais, filmou-se e enviou sua reflexão sobre o período natalino. O vídeo chama atenção por já começar com a legenda “Denilson, o Pensador”. Rossi está diante da câmera e opina sobre o Natal, como um comentarista faria. O vídeo também já foi postado com edição e sonorização prontas. É um indício da vontade de interagir e opinar que muitos telespectadores possuem.

¹⁴ DEBORD, G. **Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Editora Contraponto, 1931.



Conclusões finais

Comparada aos outros veículos de comunicação do Paraná, a RPC TV inova ao abrir um quadro para interagir com os telespectadores e segue a tendência internacional do jornalismo colaborativo, que é uma das soluções para a crise da mídia. Os 284 vídeos revelam a vontade de interação do público, movida a diferentes razões. Um dos principais fatores é a reivindicação por serviços públicos, pano de fundo das diversas reclamações sobre enchentes e falta de infraestrutura. Pode-se concluir que o que mais afetou os curitibanos e os paranaenses em geral foram as inundações (89 vídeos) e os acidentes de trânsito (29).

Outro motivo para a colaboração dos telespectadores seria a vontade de registrar e de fazer as notícias se aproximarem de seus cotidianos, registrando denúncias e comemorações locais. Também não se pode evitar a característica espetacular, pois muitos vídeos não são acompanhados de narração, apenas imagens sobre acidentes, tempestades se formando, filhos cantando – ou até mesmo lagarto de estimação se alimentando. Porém, já é um começo para um jornalismo mais participativo e menos oficial no Paraná.

Referências bibliográficas

ALVETTI, C. BARCELLOS, Z. **Jornalismo cidadão, uma proposta brasileira ao jornalismo cívico**. [internet] 2007 [acesso em 13 de fevereiro 2011] Disponível em: www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/.../R0791-1.pdf

CAMMAERTS, B. **Citizenship, the Public Sphere, and Media**. [internet] 2009 [acesso em 11 de março 2011] Disponível em: www.intellectbooks.co.uk/File:download.../9781841501635.1.pdf

DEBORD, G. **Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Editora Contraponto, 1931.

GILLMOR, Dan. **Nós os media**. Lisboa: Editorial Presença, 2005.

KELLY, J. **Red Kayaks and Hidden Gold: the rise, challenges and value of citizen journalism**. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2009.

VARELA, Juan. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. Thompson, 2006.



Banco de dados. **BBC/Reuters/Media Center Poll: Trust in the Media.** [internet] 2006 [acesso em 02 de abril 2011] Disponível em: http://www.globescan.com/news_archives/bbcreut.html

Banco de dados. **Mulher fica presa debaixo de caminhão que invadiu calçada.** [internet] 2010 [acesso em 08 de dezembro 2010] Disponível em: <http://migre.me/3UqG5>

Banco de dados. **Measuring User-Created Content: Implications for the ICT Access and Use by Households and Individual's Survey.** ONG internacional OECD. [internet] 2008 [acesso em 02 de abril 2011] Disponível em: www.oecd.org/dataoecd/44/58/40003289.pdf

Banco de dados. **Vídeos.** [internet] 2010 [acessado em dezembro 2010] Disponível em: <http://g1.globo.com/videos/parana>

Banco de dados. Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism. Centro de pesquisa e dados. [internet] 2007 [acesso em 27 de março 2011] Disponível em: www.stateofthenewsmedia.org/2008/narrative_special_attitudes.php?cat=1&media=13

