

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Caroline da Silva Lima

A CONTRIBUIÇÃO DOS TELESPECTADORES
ATRAVÉS DE VÍDEOS AMADORES NA RBS TV PASSO
FUNDO

Passo Fundo

2014

Caroline da Silva Lima

A CONTRIBUIÇÃO DOS TELESPECTADORES
ATRAVÉS DE VÍDEOS AMADORES NA RBS TV PASSO
FUNDO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção de grau de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação da professora Ms. Nadja Hartmann.

Passo Fundo

2014

Dedico este trabalho a todas as pessoas que estiveram comigo nesta trajetória e que, de uma forma ou outra, me deram incentivo e apoio.

AGRADECIMENTOS

Com o passar dos anos muitas pessoas entram em nossas vidas. Algumas passam, porém, outras permanecem e se tornam fundamentais no nosso dia a dia. Àqueles que seguem comigo, agradeço por existirem e tornarem a minha vida melhor.

Agradeço a Deus pela vida, pelas oportunidades que me concede, pela capacidade e por poder ter pessoas tão especiais junto de mim.

A toda a minha família, em especial meus pais Pedro e Sérgia e minha irmã Eduarda que estão comigo em todos os momentos e que sempre me dão incentivo e apoio.

Ao meu namorado Guilherme, pela confiança, ajuda, carinho, amizade, compreensão e companheirismo durante toda essa trajetória.

Agradeço a equipe da Revista Glam, que me deu a oportunidade de ter o primeiro contato com o jornalismo. À equipe da Assessoria de Imprensa da Prefeitura de Lagoa Vermelha e da RBS TV, aonde obtive muito conhecimento e conheci pessoas que, mais que colegas de trabalho, se tornaram amigos que irei levar para sempre comigo.

A minha orientadora Nadja Hartmann, pela paciência, aprendizado e ajuda durante esta etapa. Estendo este agradecimento também aos demais professores da Faculdade de Artes e Comunicação.

Aos meus amigos e a todos que contribuíram de alguma forma com a realização desta pesquisa.

Muito obrigada!

“O que vale na vida não é o ponto de partida e sim a caminhada. Caminhando e semeando, no fim terás o que colher.”

Cora Coralina

RESUMO

Nesta pesquisa busca-se compreender a participação dos telespectadores da Rede Brasil Sul de Televisão, através do envio de vídeos amadores. O estudo foi escolhido por perceber que o jornalismo está inovando devido o maior uso da tecnologia e o tema jornalismo participativo apresenta constante crescimento nas redações. Para auxiliar na compreensão, parte-se da história do telejornalismo no Brasil e segue abordando o telejornalismo regional, os conceitos de jornalismo participativo, valores-notícia e gêneros de notícia em TV. A metodologia consiste no método de modos de endereçamento, tendo como principal operador de análise a organização temática. A pesquisa consiste na análise de seis materiais veiculados nos telejornais Jornal do Almoço e RBS Notícias da região de Passo Fundo, durante o primeiro semestre de 2014, que contêm vídeos amadores. O estudo busca analisar se os vídeos se enquadram no conceito de jornalismo participativo e quais as editorias mais aparecem. Ao final da pesquisa, conclui-se que a participação do público se enquadra no conceito de jornalismo participativo, porém há um descompromisso com a creditação das imagens. A editoria que mais está presente nas notícias é a de polícia e os valores-notícia que mais fazem parte são a factualidade, negatividade, ineditismo e amplitude.

Palavras-chave: Telejornalismo. Jornalismo participativo. Vídeos amadores. Notícia. RBS TV.

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1 – Apresentação da reportagem
- Figura 2 – Vídeo amador incluso na reportagem
- Figura 3 – Apresentação da nota
- Figura 4 – Vídeo amador incluso na nota
- Figura 5 – Apresentação da reportagem
- Figura 6 – Vídeo amador incluso na reportagem
- Figura 7 – Apresentação da reportagem
- Figura 8 – Vídeo amador incluso na reportagem
- Figura 9 – Apresentação da nota coberta
- Figura 10 – Vídeo amador incluso na nota coberta
- Figura 11 – Apresentação da reportagem
- Figura 12 – Vídeo amador incluso na reportagem

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 – Quantidade de material veiculado no primeiro semestre em cada telejornal

Quadro 2 – Data, tema, editoria, telejornal e duração de cada reportagem/nota analisadas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 TELEJORNALISMO NO BRASIL.....	12
2.1 Formatos de notícia para televisão.....	14
2.1.1 Modos de composição de notícia em TV.....	16
2.1.1.1 Nota.....	16
2.1.1.2 Notícia.....	17
2.1.1.3 Entrevista.....	18
2.1.1.4 Reportagem.....	19
2.1.1.5 Indicador.....	20
2.2 Telejornalismo Regional.....	20
2.2.1 Rede Brasil Sul de Televisão.....	21
3 A TECNOLOGIA INOVA A FORMA DE FAZER JORNALISMO.....	23
3.1 Telejornalismo Participativo.....	25
3.2 Valores-notícia no telejornalismo.....	27
4 ANÁLISE.....	30
4.1 Descrição.....	34
4.1.1 Jornal do Almoço – 14 de janeiro de 2014.....	35
4.1.2 Jornal do Almoço – 20 de janeiro de 2014.....	36
4.1.3 RBS Notícias – 12 de março de 2014.....	37
4.1.4 Jornal do Almoço – 25 de abril de 2014.....	38
4.1.5 RBS Notícias – 28 de abril de 2014.....	39
4.1.6 Jornal do Almoço – 27 de maio de 2014.....	40
4.2 Análise quantitativa do material veiculado.....	40
4.3 Análise qualitativa das reportagens exibidas no Jornal do Almoço.....	42
4.4 Análise Qualitativa das reportagens exibidas no RBS Notícias.....	44
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	47
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49
7 ANEXOS.....	53

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa tem como tema o jornalismo participativo e o objetivo principal é descobrir se a participação do público, através do envio de vídeos amadores, se enquadra na teoria de jornalismo participativo. Para isso, buscará se responder o seguinte problema de pesquisa: “A participação do público, através do envio de vídeos amadores aos telejornais da RBS TV de Passo Fundo, se enquadra no conceito de jornalismo participativo?”.

Para isso serão analisadas notícias que foram veiculadas nos telejornais da RBS TV de Passo Fundo e observados os critérios de noticiabilidade utilizados pelos editores da emissora para a veiculação dos vídeos. Para tanto, será feita uma pesquisa quantitativa dos vídeos veiculados e também qualitativa, que pretende avaliar de quais editorias pertencem os materiais enviados. Serão analisados os vídeos veiculados nos telejornais Jornal do Almoço e RBS Notícias locais durante o primeiro semestre de 2014.

Foram usados conceitos de telejornalismo, jornalismo participativo, telejornalismo regional através de autores como Rezende (2000), Silva (2014), Amorim (2014) e Frazão (2014). Ao final da pesquisa, foi observado e a participação do público na RBS TV de Passo Fundo se encaixa com os conceitos usados na pesquisa. Com este tema de pesquisa, pretende-se analisar as reportagens veiculadas nos telejornais da RBS TV de Passo Fundo que utilizem imagens de vídeos amadores enviados por telespectadores, bem como, aprofundar os estudos acadêmicos diante do tema “jornalismo participativo” e “critérios de noticiabilidade”, tendo em vista que, cada vez mais, a participação do público aumenta nos veículos de comunicação.

O tema do estudo foi escolhido por analisar-se que o telejornalismo contemporâneo está inovado e cada vez mais a participação do telespectador está presente na construção da notícia. As novas tecnologias, aliadas à necessidade de inovação na forma de elaborar conteúdos de telejornais, aproximaram o telespectador da produção de reportagens e abriram espaço para que a demanda do cidadão virasse pauta telejornalística.

A pesquisa tem início com um contexto geral sobre telejornalismo. No primeiro capítulo, é contada a história do telejornalismo, através de autores como Rezende (2000) e Porcello (2006) e também do surgimento da televisão, em 1950. A partir daí, a abordagem passa a ser a evolução da narrativa jornalística no decorrer dos anos e também das tecnologias que surgiam e modificavam o modo de fazer televisão. O subcapítulo denominado

Telejornalismo Regional traz a importância de se ter telejornais locais, que destaquem os acontecimentos de cada região do Brasil. Além disso, o subcapítulo destaca o forte vínculo que o telejornal local deve ter com o público, já que se está perto dos acontecimentos e não nas principais metrópoles do país.

Inserido nesse subcapítulo, há a abordagem da história do referido veículo de comunicação estudado. Utilizando dados de Klein (2013) e do site da RBS TV, é contada a história da emissora, que é a maior do sul do Brasil, focada principalmente na afiliada de Passo Fundo, que é praça que atinge o maior número de municípios do Rio Grande do Sul, totalizando 84.

O segundo capítulo fala sobre a mudança do fazer jornalismo devido o surgimento de novas tecnologias. O público deixa de ser o receptor e passa a ser também coprodutor de notícias. O imediatismo começa a fazer parte da vida das pessoas e todos carregam consigo algum dispositivo móvel que seja capaz de registrar um acontecimento. O capítulo é dividido em um subcapítulo que destaca que a participação do público se dá de diferentes formas: seja por ligações para as redações, publicações e comentários em redes sociais, ou outras, e para cada modo existe um conceito diferente. Porém nesta pesquisa, a análise se limitará ao modo de participação através do envio de vídeos amadores para os telejornais da RBS TV de Passo Fundo. Neste subcapítulo, são apresentados os conceitos do jornalismo participativo em televisão e quais são os valores-notícia usados pelos editores para veicular cada material.

Para ser desenvolvida, a metodologia da pesquisa será baseada nos modos de endereçamento, destacados por Gomes (2014) e Garcia (2014), tendo como operador de análise, a organização temática. Garcia cita Chandler (2014, p. 29) para destacar que os modos de endereçamento podem ser definidos como as formas nas quais relações entre emissor e receptor são construídas dentro de um texto. Com o intuito de se comunicar, o produtor de um texto deve fazer interferências sobre a audiência preterida e adaptar o texto para alcançar o efeito desejado.

O resultado da pesquisa será observar se a participação do público, através do envio de vídeos amadores aos telejornais da RBS TV de Passo Fundo, se caracteriza como jornalismo participativo e como se encaixa com os conceitos descritos na pesquisa.

2 TELEJORNALISMO NO BRASIL

“Em qualquer lugar do mundo, a televisão ocupa um espaço privilegiado nos meios de comunicação” (REZENDE, 2000, p. 23). Para Porcello (2006, pg. 13), os telejornais são hoje a principal fonte de informação da sociedade brasileira: mais barata, mais cômoda e de fácil acesso. Desde que surgiu no Brasil, na década de 1950, “o telejornalismo ocupa uma função social importante, por atingir um público onde grande parte é iletrado ou pouco habituado à leitura, desinteressado pela notícia, mas que o assiste enquanto espera pela novela” (REZENDE, 2000, pg. 23).

O primeiro telejornal a ser transmitido no Brasil chamava-se Imagens do Dia e foi ao ar pela primeira vez no dia 20 de setembro de 1950, dois dias depois da inauguração da TV Tupi, canal 6 de São Paulo. O telejornal mostrava imagens brutas dos fatos e durava o tempo que fosse necessário para transmitir as informações (MELLO, 2014, pg. 01). Porém, o telejornal mais importante da TV brasileira, na década de 1950, surgiu pouco tempo depois: em 1952. Na TV Tupi do Rio de Janeiro e, no ano seguinte, na TV Tupi de São Paulo, “o Repórter Esso se firmou por muitos anos no horário nobre da noite. Seu conteúdo abrangia noticiário nacional e internacional veiculado, inclusive, por meio de filmes” (REZENDE, 2000, p. 106).

No início de sua história, a linguagem do telejornal era mais próxima à do rádio. As frases eram longas e traziam muitos detalhes sobre assuntos enfocados. Na transmissão da notícia, o locutor passava os acontecimentos como eles corriam e dava ao conteúdo todos os detalhes e adjetivos possíveis. Por esse quadro, o programa de maior sucesso da década de 1950 o “Repórter Esso” se transformou num grande sucesso na TV. (MELLO, 2014, p. 02)

Para Furtado, citado por Rezende (2000, p. 106), em sua primeira fase, a televisão do Brasil era totalmente baseada na fala, com pouca visualização. A programação de TV apresentava um baixo índice de noticiários, porque, em comparação ao rádio, perdia na instantaneidade. “Por causa da demora na revelação dos filmes, a transmissão de imagens dos fatos sofria um atraso de até doze horas entre o acontecimento e sua divulgação nos telejornais” (REZENDE, 2000. P.106).

No início da década de 1960, a TV foi presentada com a chegada do videotape, encomendado especialmente para registrar a inauguração de Brasília. O fim dessa década foi marcado pela criação do Jornal Nacional, na Rede Globo, e o fim do Repórter Esso, depois de anos de audiência. Com o passar dos anos, a tecnologia se tornou aliada dos telejornais. O Jornal Nacional passou a transmitir seu conteúdo para todo o Brasil e queria competir com o sucesso que teve o Repórter Esso. Pereira (2014, p. 04), cita que, além do pioneirismo na transmissão a nível nacional, o Jornal Nacional se destacou por marcar o início das reportagens a cores. Além disso, foi o primeiro a exibir, via satélite, reportagens internacionais do momento real dos fatos.

A década de 1980 foi marcada pelo crescimento desse meio de comunicação devido ao aumento dos aparelhos receptores nas residências. O telejornalismo foi conquistando o público, e “assume o poder, não apenas como a primeira mídia de lazer e de diversão, mas também, agora, a primeira mídia da informação” (RAMONET, 1999, p. 26). Segundo Bacellar e Bistane, citados por Fernandes (2014, p. 6), com base em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a TV chegava naquela época para praticamente 90% das residências da população do Brasil.

Como esse veículo de comunicação é uma concessão pública que pode ser explorado comercialmente, ele deve oferecer qualidade para o telespectador, além de utilizar a ética como limite, privilegiando, desta maneira, a boa informação e respeitando o interesse público e do público. (FERNANDES, 2014, p. 6)

O telejornalismo passou a ter um horário estável dentro da grade de programação das emissoras, com várias edições durante o dia e podendo, em casos urgentes, interromper outros programas para a entrada de seus plantões. Entre o final da década de 1980 e início dos anos 1990, “alguns telejornais começam a transformar a notícia em espetáculo, através do uso de linguagens que chamavam a atenção do telespectador, mais pela emoção, do que pelo conhecimento” (PEREIRA, 2014, p. 05).

Nos anos 1990, os âncoras passaram a escrever um novo capítulo do telejornalismo nacional. Acrescentaram às coberturas, análises e comentários. Na mesma década, a TV por assinatura chegou para trazer mais opções de programação ao telespectador. Conforme cita Bistane e Bacellar (2005, p. 110), enquanto a TV aberta lutava pela audiência para atrair

patrocinadores, a TV por assinatura apostava na segmentação do público e na venda de conteúdo, já que o sustento desse veículo vem da mensalidade paga pelo assinante. Hoje em dia, a TV aberta luta constantemente com outro meio de comunicação, além da TV por assinatura: a internet. O público busca novidades no setor e a TV aberta tenta encontrar novas alternativas para não perder audiência.

Os veículos de comunicação se sustentam de temas factuais, ou seja, informações do dia e que necessitam ser divulgadas com urgência, e em temas chamados “frios”, mas que não deixam de ser atuais. A dosagem equilibrada desses temas caracteriza perfis diferentes às edições de um telejornal.

Para Fernandes (2014, p. 11), o grau e o nível hierárquico das pessoas envolvidas também são um fator que possui valor/notícia. Isto é, quanto maior for o cargo de uma pessoa, instituição governamental ou, até mesmo, outras hierarquias sociais envolvidas, mais chance o fato tem de virar notícia. Para Bonner, citado por Fernandes (2014, p. 11), a gravidade de um fato também é considerada, sendo que, quanto maior for a gravidade do fato, mais chances a notícia tem de ser publicada.

A abrangência de um fato, a gravidade de suas implicações, seu caráter histórico e o contexto em que se dá (seu peso relativo, em comparação com os demais daquele dia) são critérios de seleção primários. Servem para separar aquilo que será publicado daquilo que provavelmente não será. (BONNER *Apud* FERNANDES, 2014, p. 11).

Um telejornal com muitas informações factuais, segundo Bonner, citado por Fernandes (2014, p. 10), torna o programa mais dinâmico e com um clima tenso característico do jornalista que tem muita informação para contar em um tempo bastante limitado. Já em um dia com mais reportagens atuais, isto é, com mais notícias “frias”, o conteúdo do jornal vai ser mais profundo, analítico e com menos tensão.

2.1 Formatos de notícia para televisão

Entre os critérios de análise do conteúdo veiculado a ser estudado, estão os gêneros e formatos jornalísticos, ou seja, de que modo os acontecimentos foram abordados nos telejornais. Os autores Giancesini e Golembiewski citam Marcondes Filho para destacar que, na época em que a televisão chegou ao Brasil, não havia linguagens, categorias, gêneros ou

formatos, “o que se fazia por aqui era um ‘rádio televisionado’, transpondo a programação do rádio para o vídeo” (2014, p. 02).

A estrutura dos gêneros jornalísticos em jornal impresso serviu como ponto de partida para a definição dos gêneros jornalísticos em televisão, mais precisamente em telejornais. Guilherme Jorge de Rezende, em seu livro *Telejornalismo no Brasil* (2000, p. 144-164) cita o livro do autor Marques de Mello e faz um resgate crítico de classificações de gêneros sustentadas por vários pesquisadores do tema em todo o mundo. A partir disso, ele criou a sua própria categorização que se divide em dois critérios:

1) Agrupar gêneros em “categorias que correspondem conforme a ‘intencionalidade’ das mensagens jornalística” (SIC).

2) “Identificar os gêneros pela natureza estrutural dos relatos observáveis nos processos jornalísticos”.

Conforme esses critérios, o autor divide os gêneros jornalísticos em cinco categorias: jornalismo informativo, jornalismo opinativo, jornalismo interpretativo, jornalismo diversional e jornalismo utilitário.

- Informativa: conforme o autor, essa categoria se caracteriza por depender diretamente da evolução dos acontecimentos e da relação que os jornalistas estabelecem em relação aos seus protagonistas. É integrada por quatro formatos: nota, notícia, reportagem e entrevista.

- Opinativa: a segunda categoria é definida por Marques de Mello, e citada por Rezende (2000, p. 145), como a área em que a estrutura da mensagem é controlada pela instituição jornalística e assume dois aspectos: autoria, ou seja, quem permite a opinião; e angulação, que trata-se da perspectiva temporal ou espacial que dá sentido à opinião. Apresenta oito gêneros: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta.

Ferreira (2014, p.08) cita Marques de Mello para distinguir os gêneros informativos de opinativos: “Ao lado do jornalismo informativo (que “assegura a informação ao povo”) e do opinativo (que “tem procurado influenciar o homem”), temos, na descrição de Fraser Bond, duas outras categorias: o jornalismo interpretativo (que faz “a explanação das notícias”) e um jornalismo de entretenimento (que “comenta os aspectos pitorescos da vida cotidiana”)”.

- Interpretativa: é definida por Marques de Mello como

“um modo de aprofundar a informação’ com o fim principal de ‘relacionar a informação da atualidade com seu contexto temporal e espacial’, tendo ‘um sentido conjuntural’ não se limitando a ‘dar conta do que acontece, já que o jornalista interpreta o sentido dos acontecimentos’” (FERREIRA, 2014, p.8).

Os formatos do gênero interpretativo apresentados pelo autor são dossiê, perfil, enquete e cronologia.

- Diversional: história de interesse humano e história colorida.
- Utilitário: indicador, cotação, roteiro e serviço.

Algum tempo depois, os gêneros foram reformulados e passaram a ser divididos de outras maneiras. Conforme Souza, citado por Giancesini e Golembiewski, separar os programas em categorias supre a necessidade de classificar os gêneros correspondentes. “Independente da categoria de um programa de televisão, ele deve sempre entreter e pode também informar. Pode ser informativo, mas deve também ser de entretenimento” (SOUZA *Apud* GIANESINI E GOLEMBIEWSKI, 2014, p. 04).

Conforme pesquisa feita por Marques de Mello, a televisão brasileira apresenta três categorias: entretenimento, informação e educação. Souza ainda acrescenta as categorias publicidade e outros, esta última juntando gêneros religiosos, especiais e eventos. Na categoria informação estão quatro gêneros: debate, documentário, entrevista e telejornal.

2.1.1 Modos de composição de notícia em TV

Como a pesquisa trata-se de analisar os materiais veiculados nos telejornais Jornal do Almoço e RBS Notícias, serão aprofundados os formatos do gênero informativo que compõe o telejornal.

2.1.1.1 Nota

Conforme Rezende, “este é o relato mais sintético e objetivo de um fato” (REZENDE, 2014, p. 10). Trata-se de informações curtas que relatam de forma objetiva o fato acontecido ou que irá acontecer. Este formato apresenta duas subcategorias:

- Nota simples (ou nota vivo): O autor destaca que esta é a “forma mais simples de apresentação de uma notícia em televisão” e, geralmente, é usada em três casos básicos: “1) suprir a falta de imagem da notícia; 2) para dar ritmo ao telejornal, já que a nota ao vivo é sempre mais curta do que a reportagem; 3) nos casos em que há imagens, mas que por um motivo ou outro, elas não chegaram ainda na emissora.” (MACIEL *Apud* REZENDE, 2014, p. 10)

- Nota coberta: “É a forma mais simples de apresentação com imagens em televisão” (MACIEL *Apud* REZENDE, 2014, p. 10). É formada por duas partes que se complementam: a cabeça, que corresponde ao lead e é lida pelo apresentador e o off, que é o texto gravado pelo apresentador ou repórter e que é coberto por imagens do acontecimento. As notas cobertas se assemelham às notas simples por serem um relato objetivo do acontecimento a que se referem.

2.1.1.2 Notícia

Conforme o autor, “notícia é o relato de um fato mais completo do que a nota, por combinar a apresentação ao vivo e a narração em off coberta por imagens” (REZENDE, 2014, p. 10). Outra característica citada é a ausência do repórter em quadro sua narração. Por este motivo, a notícia tem duração curta, em média 45 segundos, maior um pouco que a nota, mas bem menor que a reportagem.

Para Gomes (2014, p. 10-13), é necessário entender a notícia como uma forma cultura específica de lidar com a informação e o programa jornalístico de TV como uma forma cultural específica de lidar com a notícia em TV. A notícia será abordada como um gênero do discurso e o programa jornalístico televisivo como um gênero midiático. A notícia de televisão é um discurso que é estruturado pelos discursos mais amplos de televisão.

Conforme Jensen,

“a posição, o assunto adequado e o modo de composição formal da notícia como um gênero são configurados historicamente e podem ser compreendidos a partir dos

seguintes aspectos: a notícia como forma de conhecimento, a notícia como comunicação, os critérios de noticiabilidade e a estrutura da notícia, aos quais ele acrescenta aqueles que seriam mais específicos da notícia televisiva, a imagem e o que o autor chama de formato. Por formato, o autor se refere ao fato de que os programas jornalísticos organizam as informações através do recurso a um apresentador que, através da tela, se endereça diretamente à audiência. Ao fazer isso, o apresentador funciona como uma força unificadora, que integra as diferentes histórias num fluxo coerente” (JENSEN *Apud* GOMES, 2014, p. 12).

O autor ainda destaca que a imagem é o diferencial da notícia televisiva. Jensen enfatiza a questão da credibilidade, de como as imagens de cobertura televisiva reforçam a expectativa de objetividade e imparcialidade. A variedade de imagens também aparece como um forte apelo pela audiência, de modo a manter o telespectador preso em frente a TV.

[...] em princípio, o gênero notícia televisiva expõe duas narrativas paralelas: a narrativa visual, que se coloca como um documento do que realmente aconteceu, assim demonstrando a pretensão da objetividade, e a narrativa falada que contribui com informação complementar, ainda que permaneça relativamente distinta, sem comprometer o status da narrativa visual como pura informação [...]. (JENSEN *Apud* GOMES, 2014, p. 12)

2.1.1.3 Entrevista

Define-se como

“o diálogo que um jornalista mantém com um entrevistado, através do sistema de perguntas e respostas, com o objetivo de extrair informações, ideias, opiniões, a respeito dos fatos, questões de interesse público e/ou aspectos da vida pessoal do entrevistado” (REZENDE, 2014, p. 11)

A entrevista se dá ao longo do telejornal, geralmente ao vivo no estúdio, mas às vezes também é gravada e editada. Um exemplo que se pode destacar são as entrevistas com candidatos em período eleitoral.

2.1.1.4 Reportagem

É a mais completa forma de apresentação de uma notícia em televisão, pois possui texto, imagens, presença do apresentador, repórter e entrevistados. Constitui-se por ser mais longa e todas as outras formas de apresentação de notícias. A reportagem divide-se em cinco partes:

- Cabeça: lida sempre pelo apresentador do telejornal, a cabeça de matéria representa a abertura de uma notícia. Trata-se dos principais elementos de um fato, responde as perguntas do lead e busca estimular a atenção do telespectador para a reportagem que virá em seguida.

- *Off*: jargão utilizado pelos jornalistas que se refere ao texto do repórter que auxilia as imagens do fato e cobrem a narração. O texto e as imagens precisam estar devidamente alinhados, mostrando aquilo que está sendo dito.

- Passagem do repórter: é a narrativa do repórter no local do acontecimento. Dependendo da reportagem, pode ser usada na abertura, passagem ou encerramento.

- Sonoras: trata-se das entrevistas feitas pelo repórter para complementar a reportagem.

- Nota pé: texto curto, lido pelo apresentador do telejornal que possui duas funções: fornecer ao telespectador uma informação que não continha na reportagem e evitar que a última palavra da reportagem fique com algum dos entrevistados, o que poderia dar a impressão de parcialidade.

Quanto ao assunto, a reportagem apresenta dois tipos: o factual, que está relacionado aos acontecimentos do dia a dia, é também chamada de matéria quente e requer divulgação imediata, pois pode ficar velha. Já o outro modo de reportagem é a *feature*, e se refere a assuntos interessantes, que não tem prazo para ser veiculada, é também denominada matéria fria ou de gaveta e geralmente é produzida em dias de poucos acontecimentos.

2.1.1.5 Indicador

Essas matérias “se baseiam em dados objetivos que indicam tendências ou resultados de natureza diversa, de utilidade para o telespectador em eventuais tomadas de decisões, que lhes dá sentido de um jornalismo de serviço” (REZENDE, 2014, p. 12). Os indicadores podem ser permanentes, como é o caso de previsões do tempo, números do mercado financeiro e informações do trânsito ou resultados de perguntas eleitorais. Esse tipo de matéria segue um modelo padrão de elaboração, que as torna repetitivas na forma de veiculação.

E ainda há outros formatos utilizados nos telejornais, mas que vão além dos que estão incluídos no gênero informativo como o vivo que é utilizado geralmente em três casos: para suprir a falta de imagens, para dar ritmo ao telejornal, já que é mais curta que a reportagem e nos casos em que há imagens, mas estas não chegaram ainda à emissora. Quando há imagem, ela é sobreposta à leitura ao vivo do apresentador. Já o Boletim ou *Stand Up* mostra-se o repórter no local do fato. Pode ser gravado como se estivesse ao vivo, com a presença ou não de entrevistados.

2.2 Telejornalismo Regional

Nos últimos anos, os veículos de comunicação sofreram muitas transformações no que se refere à produção e distribuição de conteúdo, especialmente ao destacar abrangências diversificadas dos telespectadores, como destaca Fernandes (2014, p. 15). Como a globalização da informação contribui cada vez mais para o desenvolvimento do telejornalismo, o autor destaca que a regionalização da programação da TV é o fator fundamental de sobrevivência das emissoras do país.

Conforme Maia (2007, p.2), os telejornais locais surgiram da necessidade das grandes emissoras de TV mostrarem notícias que despertassem interesse para uma comunidade específica de um Estado ou região. Nesse modelo de telejornalismo, a característica fundamental da rotina produtiva é cobrir essa localidade e os acontecimentos que compõe o dia-a-dia de um determinado grupo de pessoas. Desse modo, é possível observar no universo televisivo, a necessidade de estabelecer uma identidade com o público. Para Fernandes (2014, p. 18), a regionalização é um caminho para isso, uma vez que mesmo tendo notícia em nível

global, as pessoas precisam de informações próximas de sua realidade, ou seja, sobre o que está acontecendo no ambiente em que vivem.

Por conta disso, o aumento das emissoras regionais está ligado diretamente com a identidade e as necessidades de informação dos telespectadores. A criação e manutenção de um vínculo com o público das emissoras regionais é fonte de lucro, conforme destaca Mata (2013, p. 80). Para ele, a empresa sabe que é atrás dessa relação estreita com a comunidade que reside a audiência refletida em seus programas e, também, o anunciante.

As notícias veiculadas nos telejornais regionais possuem características apropriadas para atrair o telespectador, ou seja, são informações que possuem raízes locais, contextualizadas em assuntos globais e de interesse para a comunidade. Por conta disso, Bazi, mencionado por Fernandes (2014, p. 22), acredita que a linguagem do canal deve ser universal. Já o assunto, voltado para a região. Ainda de acordo com o autor (2014, p. 24), a participação da população referente às sugestões de pauta é de grande importância, pois é através delas que é possível apresentar problemas do cotidiano, cobrando, assim, soluções imediatas e que, na maior parte das vezes, envolvem o poder público.

É importante ressaltar que as emissoras regionais se utilizam da produção local dos programas para sobreviverem e ao mesmo tempo, obterem credibilidade junto às comunidades em que atuam. “Os altos índices de audiência registrados por essas emissoras demonstram a confiabilidade do público em seus programas” (BAZI, 2001, p. 87).

A emissora está ciente de que, retratando o público local, a audiência cresce tanto para os seus programas, quanto para os cabeças de rede. Com isso, a preocupação em atender a comunidade a fim de ganhar confiança, e também, quanto ao profissional, é somada. Portanto, o jornalista contratado, que não mora na região e que não tem conhecimento sobre os pontos positivos e negativos da cidade, deve analisar as culturas locais, para que assim, consiga um trabalho positivo junto à comunidade.

2.2.1 Rede Brasil Sul de Televisão

Conforme dados do site oficial da emissora, o Grupo RBS é pioneiro no modelo regional de televisão no Brasil e é também a mais antiga afiliada da Rede Globo, por meio das

emissoras da RBS TV no RS e em SC. A maior rede regional de TV do País conta com 18 emissoras distribuídas no RS e em SC, com uma cobertura que atinge 790 municípios e mais de 17 milhões de telespectadores nos dois estados. Possui 85% da grade de programação da Rede Globo e 15% voltada ao público local.

A RBS TV é a mídia de destaque de uma organização midiática no Sul do Brasil denominada “Rede Brasil Sul de Comunicação”, a qual se revela como maior rede regional de comunicação privada no Brasil e que em televisão está associada à maior rede de comunicação no país, a saber, as Organizações Globo. Seu principal produto, que ocupa os espaços de programação cedidos pela Rede Globo, é o telejornalismo (KLEIN 2013, p. 49).

O grupo RBS possui doze emissoras de televisão aberta em rede, no Rio Grande do Sul. A programação do Rio Grande do Sul apresenta as mesmas características que a de Santa Catarina, porém, ambas são produzidas e veiculadas de forma independente, em especial no que se refere ao telejornalismo (KLEIN, 2013, p. 53). No Rio Grande, a sede da emissora fica em Porto Alegre e foi fundada em 29 de dezembro de 1962 pelo comunicador Maurício Sirotsky Sobrinho com o nome de TV Gaúcha. Operava no canal 12 de Porto Alegre, concedido ao Grupo RBS em 1961 pelo presidente da república Juscelino Kubitschek.

Conforme cita Klein (2013, p. 51), o telejornalismo é o carro-chefe da produção televisiva da rede, que ocupa os espaços concedidos pela Globo. No telejornalismo diário da RBS TV no Rio Grande do Sul, destacam-se os programas Bom Dia Rio Grande, Jornal do Almoço e RBS Notícias, sendo que nos dois últimos, há a veiculação de jornalismo nas emissoras do interior para suas regiões de cobertura, porém, com menos de 20 minutos diários entre os dois programas. Além desses programas, ainda há um programete denominado Redação RS, que entra durante os intervalos da programação, com duração de um minuto e trinta segundos.

A pesquisa irá avaliar os materiais em vídeo enviados pelos telespectadores para a RBS TV de Passo Fundo. Conforme o site da RBS TV, a emissora local foi fundada em 28 de maio de 1980 e abrange 84 cidades do norte gaúcho, sendo a maior região de cobertura da RBS TV. O sinal é recebido por cerca de 880 mil telespectadores. A emissora possui uma sucursal em Carazinho. Diariamente são cerca de 18 minutos de programação local, sendo 15 minutos para o Jornal do Almoço e de três a quatro minutos para o RBS Notícias.

3 A TECNOLOGIA INOVA A FORMA DE FAZER JORNALISMO

Os avanços tecnológicos e a variedade de novos dispositivos de comunicação estão sendo os responsáveis por um impacto social, provocado por novos métodos de produzir, consumir e compartilhar informação. Assim como cita Silva (2014, p.02), as inovações tecnológicas e as inúmeras possibilidades de comunicação proporcionadas pela sociedade de rede vêm potencializando a inclusão das pessoas na rotina dos profissionais midiáticos.

Silva e Vizeu (2014, p. 405) descrevem que as questões tecnológicas sempre foram fatores de forte influência na relação entre jornalistas e público. A utilização das inovações tecnológicas facilitou e modificou a rotina dos profissionais do telejornalismo. Mas, inicialmente, a informação era registrada e distribuída apenas pelos jornalistas uma vez que o público, mesmo que quisesse, ainda não tinha acesso aos aparelhos que possibilitavam essas atitudes.

O jornalismo é uma das práticas profissionais que vem sofrendo mudanças em meio a essa cultura da **convergência**¹. O cenário atual obriga os jornalistas a adaptar-se a uma nova realidade, em que as mais variadas tecnologias levam a novos modos de trabalhar a informação. São modos de apurar, verificar, obter e difundir que agora contam com a participação e interação do cidadão comum, como afirma Silva (2014, p. 03).

A partir desses novos modos de se relacionar, produzir e comunicar “tem-se não apenas uma nova aparelhagem, mas, também, novas percepções, novas linguagens e formas de traduzir sensibilidades e produzir sentidos” (AMORIM, 2014, p. 42). Silva (2014, p. 03) acredita que a mudança no jornalismo consiste na tendência a reorganizar as redações para cobrir as necessidades de produção e distribuição *crossmedia*. A autora também destaca um contexto de Jenkins (2014, p. 05) que conceitua esse método como cultura participativa. Com esse conceito a autora caracteriza o comportamento do consumidor midiático contemporâneo, cada vez mais distante da passividade, o que possibilita uma relação mais estreita entre o jornalista e o consumidor das notícias.

Silva (2014, p. 05) coloca que essa relação é marcada por uma intensa colaboração dos telespectadores na produção de notícias. Diante desse cenário surgem muitas reflexões referentes à profissão de jornalista, uma vez que o cidadão comum, equipado de tecnologias adequadas, é capaz de produzir e gerar conteúdo.

¹**Convergência:** Assim como é importante a união entre o usuário e o meio em que ele vai receber a informação,

Diante dos processos comunicativos atuais, em que se destacam interatividade, interação e participação, têm se exigido dos jornalistas posturas profissionais compatíveis com o comportamento dos consumidores, que agora se colocam também como coprodutores das notícias que consomem, como destaca a autora(2014, p. 05). Para ela, as atuais relações entre a sociedade e a informação vêm gerando pesquisas no campo da colaboração do cidadão, principalmente no que se refere ao jornalismo online, aos blogs e redes sociais. As formas tradicionais de jornalismo, como o telejornal, também são atingidas pelas iniciativas do cidadão comum diante desse novo panorama. Qualquer pessoa que tenha em mãos aparelhos celulares, computadores portáteis, câmeras digitais pode registrar e transmitir conteúdo de valor noticiável para os meios de comunicação de massa.

Ainda de acordo com Silva(2014, p. 07), o cidadão comum costumava aparecer de três formas básicas nos programas jornalísticos: quando era afetado pelas notícias, quando ele próprio se transformava em notícia, nos casos curiosos, atípicos ou nas humanizações do relato, ou então quando aparecia na cobertura noticiosa por meio do tradicional fala-povo. Agora, a **coprodução de notícia**² inaugura mais uma forma de “aparição”, que ocorre, por exemplo, quando o cidadão presencia e registra o fato. Porém, interatividade e participação possuem algumas diferenças, como destaca Jenkins:

A interatividade refere-se ao modo como as novas tecnologias foram planejadas para responder ao *feedback* do consumidor [...] as restrições da interatividade são tecnológicas e, em quase todos os casos, o que se pode fazer em um ambiente interativo é determinado previamente [...] já a participação é moldada pelos protocolos culturais [...] é mais ilimitada, menos controlada pelos produtores midiáticos e mais controlada pelos consumidores da mídia. (JENKINS, 2008, p.182-183)

Tanto por meio da interatividade (em que o ambiente é preparado antecipadamente para a atuação do público), quanto por meio da participação (quando o público atua espontaneamente) é possível observar a coprodução da notícia. Portanto, seja interagindo ou participando o cidadão comum tem se tornado, cada vez mais, parte do processo de produção noticioso. Essa colaboração do público, seja ele leitor, telespectador, ouvinte ou internauta, possui vários termos que é dividida conforme o método de participação.

²**Coprodução de notícia:** Jenkins, citado por Vizeu e Silva, conceitua esse fenômeno como cultura participativa. O autor caracteriza o comportamento do consumidor midiático contemporâneo, cada vez mais distante da passividade, possibilitando uma relação mais estreita entre o jornalista e o consumidor das notícias. Entenda-se aqui por coprodução qualquer forma de atuação de não profissionais nos fazeres da notícia, seja por meio de interatividade, colaboração, participação comprometida com o bem comum, com a cidadania ou simplesmente a participação pela participação. (2014, p. 404)

Há uma demanda crescente por parte dos cidadãos pela livre manifestação de expressões e opiniões. A *web* é a principal procura das pessoas hoje em dia, pois na internet são encontradas distintas ferramentas que tornam isso possível. Esse método é chamado de jornalismo cidadão ou colaborativo.

Esse modo de fazer jornalismo de forma amadora é encontrado nas redes sociais, blogs, canais de vídeos e em alguns casos, sites produzidos especialmente para este tipo de participação. Nestes casos, assim como afirma Foschini e Taddei (2014, p. 18) cada pessoa é responsável pelo conteúdo que publica, não havendo a interferência de algum jornalista profissional. A internet se torna a grande disseminadora de conteúdo para um universo muito mais amplo de leitores.

Porém, a pesquisa será focada no jornalismo participativo que conforme destaca Amorim (2014, p.45), retrata o sujeito anônimo, que antes interagiu com os meios de forma restrita e hoje tem a possibilidade de ser autor de notícias, ou, então, coprodutor ao participar na produção da informação auxiliando com material próprio as matérias jornalísticas. Contudo, para o material ser publicado, ele deve ser aceito pelos editores do veículo. Esse método é denominado jornalismo participativo.

3.1 Telejornalismo Participativo

O tema do estudo foi escolhido por analisar que as novas tecnologias aliadas à necessidade de inovação na forma de elaborar conteúdos de telejornais, aproximaram o telespectador da produção de reportagens e abriram espaço para que a demanda do cidadão virasse pauta jornalística.

O telejornalismo participativo teve início logo com o surgimento da televisão, onde telespectadores enviavam cartas e telefonavam para as redações sugerindo pautas. Porém, ganhou força em meados da década de 1990, quando a internet começou a fazer parte da vida das pessoas. Hoje em dia, esse método está bem mais utilizado e “as tecnologias de informação e comunicação têm sido responsáveis por uma infinidade de transformações, incluindo novas relações entre o sujeito e mídia” (AMORIM, 2014, p. 08). Em tempos de midiatização, a comunicação passa a ter infinitas possibilidades e deixa de ser centralizada e unidirecional.

Assim como cita Amorim (2014, p. 08), o público abandona o estigma de passividade para se agir de forma ativa, não se restringindo apenas à recepção das mensagens e passando a fazer parte da produção jornalística, prática que vem sendo chamada de jornalismo participativo.

A realidade contemporânea faz com que cada um possa ser “produtor, criador, compositor, montador, apresentador, difusor de seus próprios conteúdos” (SANTAELLA, 2004, p.82), e deixe de ser apenas o “receptor”. Esse método utilizado de participação do telespectador, também é chamado de **Hipertelevisão**³, por Scolari, conforme cita Frazão (2014, p. 47).

Lidiane Ramirez de Amorim usa o conceito de Bucci e Kehl para afirmar que os cidadãos deixam de ser apenas telespectadores e “passam a relacionar-se com mais frequência com um jornalismo ávido por registros imagéticos da realidade, sobretudo os que mostram fatos que não estão ao alcance de sua equipe de reportagem” (BUCCI E KEHL Apud AMORIM, 2014, p.3). Muitas vezes a participação do público facilita a produção de um conteúdo jornalístico, principalmente quando a equipe não chega a tempo no local do fato.

Todavia, esse novo método de fazer jornalismo deixa uma dúvida em questão a respeito da profissão jornalista. Silva (2014, p. 12) diz que ao invés do descaso à profissionalização, há uma adaptação no comportamento dos jornalistas, que agora devem manter e incentivar ainda mais sua relação com o público. No telejornal, por exemplo, ao dar visibilidade às colaborações do telespectador, a emissora transforma a audiência em aliada. As transformações que surgem com a intensa participação do público muda o cenário do jornalismo na medida em que há diferença em editar e publicar informações oficiais ou institucionais e informações repassadas por pessoas comuns. A autora destaca que a grande mudança no jornalismo é que:

As pessoas transformam seu cotidiano em notícia. As pautas fervem no asfalto, nos balcões de botequim, nas filas dos postos de saúde, nos salões de beleza [...] Peter Burke conta que a informação é como água: quanto mais próxima da fonte, mais pura tende a ser. Em tese, é impossível que um veículo mantenha repórteres em todos os lugares do mundo [...] (SILVA, 2014, p. 12)

³**Hipertelevisão:** Carlos Scolari, citado por Lima e Moreira, chama a nova TV de hipertelevisão, que é instalada numa sociedade em rede. É uma tentativa de sobreviver e se adequar às novas demandas sociais. Segundo Scolari, as principais marcas dessa nova textualidade televisiva são o investimento em muitas telas, seja computador, celular, *tablets*; a interação com o usuário; o empoderamento do espectador; uso de uma linguagem que se apropria das novas mídias, num cenário de convergência midiática. (2014, p.04)

Ainda para Silva (2014, p. 11), a crescente colaboração dos telespectadores no fazer notícia vem facilitando essa manutenção do vínculo, e auxiliando os jornalistas nessa construção antecipada da audiência. Isso porque, ao sugerir pautas, mandar imagens, denúncias e flagrantes, o telespectador “diz” aos jornalistas o que quer consumir como notícia.

Devido ao crescimento constante das ferramentas da internet, compartilhar dados, sejam eles através de blogs, redes sociais ou canais de vídeos, tornou-se mais fácil. Porém, deve-se ter cuidado com o significado da nomenclatura jornalismo participativo. Esse modo de fazer jornalismo se refere a pessoas leigas que, através do envio de material de interesse jornalístico, participam da construção das matérias.

Ao contrário do que acontece no jornalismo *opensource* e no próprio jornalismo cidadão difundido na web, em que o cidadão possui espaços para ele mesmo publicar seus materiais, no jornalismo participativo, o controle sobre a veiculação segue sendo da mídia, como ocorre, por exemplo, quando a prática ocorre na mídia televisiva. (AMORIM, 2014, p. 4)

As emissoras de televisão, “a fim de evitar barreiras como a falta de conhecimento teórico e prático exigidos para a realização de um jornalismo ético e objetivo” (FRAZÃO, 2014, p. 48) passam a fornecer apoio técnico a quem é escolhido para colaborar na construção da notícia. O papel do jornalista, não é deixado de lado, uma vez que estes supervisionam o trabalho feito pelos leigos. Todos trabalham juntos como mediadores da informação e oferecem ao público a oportunidade de agirem como cidadãos, atuando no processo de socialização da informação.

Para Ana Paula de Andrade (2014, p. 10), a prática diária deste formato de fazer jornalismo revela o quanto o uso das imagens amadoras eliminam assuntos que poderiam ganhar (mais) destaque dentro de um telejornal, de acordo com os critérios de noticiabilidade. Para ela, a pauta perde um pouco de valor em função do espaço ocupado por essas narrativas, devido o efeito positivo que elas geram em se tratando de audiência na programação. Já a autora Lidiane Amorim (2014, p. 4), fala que a modalidade possibilita aos telejornais fazer uma maior cobertura dos fatos que, às vezes, poderiam ser derrubados por não conter o momento exato de um acontecimento.

3.2 Valores-notícia no telejornalismo

Nem tudo é notícia. Por este motivo selecionar é uma das funções do jornalista. Os critérios que distinguem o que é notícia do que não é notícia variam de jornal para jornal, segundo a sua linha editorial e o tipo de público-alvo. Assim não podem ser indicados com precisão os critérios de noticiabilidade para todos os jornais. De modo geral podemos indicar alguns válidos para qualquer publicação.

Soares (2014, p. 15) utiliza o conceito das americanas Galtung e Ruge que destaca os doze fatores responsáveis por todas as notícias divulgadas na década de 1960, época em que começava a surgir diversas teorias sobre telejornalismo. Em resposta à pergunta “como é que os acontecimentos se tornam notícia”, elas apontaram os seguintes valores-notícia:

1. Frequência ou duração do acontecimento (compatibilidade entre o ritmo do acontecimento e a periodicidade do meio);
 2. Amplitude (dimensão do acontecimento, que vai desde o número de pessoas envolvidas até a carga dramática do fato);
 3. Clareza (quanto menor a ambiguidade, maior a notabilidade);
 4. Significância (diz respeito à proximidade cultural e/ou relevância);
 5. Consonância (facilidade de inserir o “novo” numa “velha” idéia que corresponda ao que se espera que aconteça);
 6. Inesperado (acontecimento raro, com proximidade cultural);
 7. Continuidade (o que já foi notícia tende a continuar sendo, mesmo que tenha reduzida a amplitude ou tornado familiar o inesperado);
 8. Composição (o valor de cada acontecimento varia de acordo com equilíbrio do produto jornalístico como um todo);
 9. Referência a países de elite;
 10. Referência a pessoas de elite;
 11. Personalização (possibilidade de ser visto em termos pessoais);
 12. Negatividade (quanto mais negativas as consequências, mais chances de um fato virar notícia).
- (Soares, 2014, p. 15)

Já o português Nelson Traquina, citado por Soares (2014, p. 16), aprofunda os estudos das americanas e explica melhor os critérios propostos por elas, como ao falar da amplitude e consonância.

Utilizando a metáfora de um sinal de rádio na sua discussão dos valores-notícia, Galtung e Ruge argumentam que quanto maior a amplitude do sinal, mais provável será a audição desse sinal. Para as autoras, existe um limiar que o acontecimento terá de ultrapassar antes de ser registrado. [...] Outro valor-notícia é a consonância. Este fator liga o acontecimento que está selecionado com uma pré-imagem mental em que o “novo” acontecimento é construído em função de uma “velha” imagem, ou, melhor dito, de uma “velha” narrativa que já existe. Assim, por exemplo, “Irãgate” é um novo “Watergate”, isto é, uma nova versão da “velha” narrativa do escândalo. (TRAQUINA *Apud* SOARES, 2014, p. 16)

O autor também complementa a teoria de Galtung e Ruge (2014, p. 16), através de duas hipóteses. A primeira é a hipótese da aditividade, na qual a seleção das notícias está diretamente relacionada ao número de valores-notícia agregados ao fato. “Quanto mais fatores o acontecimento reunir, maiores as chances de se tornar notícia”. A segunda hipótese é a da

complementaridade, segundo a qual “é possível compensar o baixo desempenho em um dos critérios pelo excessivo rendimento de outro”.

Em relação ao telejornal Silva e Vizeu (2014, p. 403) destacam que a qualidade do material também é outro valor-notícia que sofre algumas adaptações. Pois como o público atualmente apresenta uma demanda informativa cada vez maior e o volume de informação que chega às redações está cada vez mais intenso, é preferível, por exemplo, noticiar um fato registrado por um cinegrafista amador, com baixa qualidade técnica, a não noticiar ou noticiar depois dos concorrentes.

Nesse caso eles afirmam que o aspecto relacionado à concorrência se sobressai em relação à qualidade. Ainda com referência ao noticiário de TV, outras categorias merecem destaque, como as que se referem aos meios de informação. Os autores explicam que a noticiabilidade depende menos do assunto e mais do tratamento dado à informação, de como ela é veiculada. “Na televisão, por exemplo, acontecimentos que rendam boas imagens têm maior possibilidade de serem noticiados. Aqui boas imagens não significam apenas qualidade técnica, mas também que tenham significado relevante e ilustrem bem os aspectos importantes do fato” (SILVA e VIZEU, 2014, p. 403).

A partir daí, fica a pergunta: esse novo método de fazer jornalismo, através da participação do público, seria inovador? Para Frazão (2014, p. 49), em comunicação social, o termo inovação não é usado para indicar algo novo, mas sim o impacto e os efeitos que o mesmo causa nos processos comunicacionais.

Amorim (2014, p.6), por sua vez, acredita que a cena perfeita do momento exato do fato é prioridade e o objetivo do noticiário de informar, fica subjugado ao esforço para surpreender os telespectadores. Para este autor, um acontecimento mostrado em tempo real será sempre mais importante que aquele em que o fato permanece invisível. Ele ainda diz que “o que não é visível e não tem imagem, não é televisável. Portanto, não existe midiaticamente”.

Gomes acredita que “as técnicas cognitivas de conteúdo definem para o jornalista o que será objeto do processo de produção da notícia, e implicam uma abertura em relação ao fato (o conhecimento das áreas temáticas de cobertura noticiosa) e em relação aos indivíduos (conhecimento das expectativas dos receptores)” (2014 p. 07-09). A autora ainda destaca que a abertura para as pessoas se define como os valores-notícia de uma determinada sociedade.

“Os valores-notícia se referem duplamente às expectativas da sociedade (e, por consequência, dos receptores de um dado veículo) e à responsabilidade social do jornalismo (que, no modelo de jornalismo que adotamos tem a ver com a noção de compromisso com o interesse público e com as prerrogativas básicas para o exercício profissional, a liberdade de expressão e de informação)” (GOMES, 2014, p. 07).

Gomes ainda coloca que do ponto de vista dos valores que compõem o jornalismo como instituição social, é preciso interrogar como se dá a união entre jornalismo, sociedade e cultura, como interagem e reconfiguram alguns valores jornalísticos adotados como universais: serviço público, objetividade, atualidade, credibilidade, independência e legitimidade.

Ela destaca que assim como a convergência tecnológica implica em uma reorganização do processo de produção jornalística, as tecnologias digitais têm favorecido a consolidação do jornalismo cidadão, com a propagação dos recursos de interatividade que tendem a ajustar os valores jornalísticos e a relação com o público.

“[...] cada vez mais as emissoras têm utilizado imagens de amadores, em particular de filmes produzidos com telefones celulares – imagens, portanto, que não seguem quaisquer dos critérios profissionais de controle e verificação da informação – como modo justamente de ampliar a autenticidade e a veracidade dos programas telejornalísticos.” (GOMES, 2014, p. 10).

O público está diferenciado e cada vez mais atuante na esfera pública. Por esse motivo, o telejornalismo está sendo influenciado e modificado. Diante destas questões, pode-se perceber que produção e recepção já não estão em polos opostos. O momento atual é de interação e interatividade e não mais unidirecional e cartesiano. Isso contribui para repensar sobre a prática jornalística, com o intuito de entender o papel que a comunicação assume na contemporaneidade.

4 ANÁLISE

A análise do objeto desta pesquisa, diante do tema Jornalismo Participativo, foi realizada através de um estudo detalhado dos vídeos amadores enviados por telespectadores e veiculados em dois telejornais da RBS TV: Jornal do Almoço e RBS Notícias da região de Passo Fundo. Serão analisados seis vídeos dos meses de janeiro, março, abril e maio de 2014.

O Jornal do Almoço é considerado o principal telejornal da emissora. Ele é transmitido de segunda a sábado a partir do meio-dia. Na região de Passo Fundo, ele possui 15 minutos de conteúdo local, que são divididos em três blocos. Diariamente é apresentado pela repórter e editora Zete Padilha e nos sábados, varia de acordo com o plantão de cada repórter. O telejornal sofreu mudanças no início de 2014 e passou a não conter mais a **escalada**⁴. Atualmente, o jornal é aberto pela RBSTV Porto Alegre e na metade do primeiro bloco são chamados os “apresentadores locais”. Depois de rodar uma **vinheta**⁵, inicia o conteúdo local e regional.

Já o RBS Notícias é veiculado à noite, tendo início entre 19h e 19h20min. Cada região possui três minutos destinados ao conteúdo local. De acordo com cada dia esse tempo varia, podendo aumentar mais trinta segundos ou um minuto, em alguns casos. Em Passo Fundo, região em que o sinal atinge 84 municípios da região Norte do RS, o telejornal é apresentado pelo repórter e editor Fábio Lehmen e, assim como no JA, também sofre mudanças de apresentadores aos sábados.

Para obter o resultado foi escolhido analisar as reportagens, que se enquadram no propósito da pesquisa, veiculadas durante o primeiro semestre de 2014. De janeiro a junho, 12 materiais contendo vídeos amadores foram veiculados nos dois programas, variando entre alguns dos formatos jornalísticos citados no capítulo anterior, como reportagem, nota coberta, nota vivo. O Jornal do Almoço, por conter um tempo maior, veiculou oito reportagens, enquanto no RBS Notícias, a metade, ou seja, quatro reportagens. Desse total, foram analisadas seis reportagens, sendo quatro do Jornal do Almoço e duas do RBS Notícias.

⁴**Escalada:** São as manchetes do telejornal, sempre no início de cada edição. Serve para atrair a atenção do telespectador no início do jornal e informar quais serão as principais notícias daquela edição. (Universidade Metodista de São Paulo, <http://jornal.metodista.br/tele/manual/glossario.htm>)

⁵**Vinheta:** É o que marca a abertura ou intervalo do telejornal. Alguns eventos importantes também merecem vinheta. (Universidade Metodista de São Paulo, <http://jornal.metodista.br/tele/manual/glossario.htm>)

Para concluir a pesquisa, foi feita uma análise quantitativa do material veiculado nos telejornais, assim como foi especificado acima, e em seguida, uma análise qualitativa para desvendar se a participação do público se enquadra no conceito de jornalismo participativo e apontar os critérios de noticiabilidade usados pelos editores dos telejornais para a veiculação dos vídeos amadores. O método de pesquisa está baseado na teoria de modos de endereçamento, tendo como principal operador de análise, a organização temática. É importante ressaltar que a pesquisa foi feita com base nos vídeos veiculados e não nos vídeos enviados para a redação e não aproveitados, já que o público costuma enviar material diretamente para cada repórter, através de redes sociais ou e-mails pessoais, o que impede de ser ter um controle do total dos vídeos enviados.

O termo modo de endereçamento “se deu graças à consideração da relevância do receptor no processo comunicativo” (GARCIA, 2014, p. 29). Conforme explica a autora, trata-se do reconhecimento de sua existência, seu perfil, gostos e expectativas os quais irão definir a forma como a mensagem será emitida.

Garcia cita Chandler (2014, p. 29) para destacar que os modos de endereçamento podem ser definidos como as formas nas quais relações entre emissor e receptor são construídas dentro de um texto. Com o objetivo de se comunicar, o produtor de um texto deve fazer interferências sobre a audiência preterida e adaptar o texto para alcançar o efeito desejado.

A autora também utiliza as considerações de Gomes (2014, p. 29) para destacar que na análise televisiva, o conceito de modo de endereçamento tem sido usado desde os anos 80 para explicar “como determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo, que o identifica e o diferencia dos demais” criando uma relação de interdependência entre emissores e receptores na construção do sentido de um programa. Levando em consideração as implicações tecnológicas, as condições de produção e os contextos político e econômico de onde os programas televisivos se desenvolvem e são exibidos, Garcia destaca novamente Chandler, que defende que

Os modos de endereçamento empregados nos textos são influenciados, sobretudo, por três fatores inter-relacionados: o contexto textual (as convenções de gênero e de uma estrutura sintagmática específica), o contexto social (como por exemplo a presença ou a ausência de um produtor do texto, a composição social da audiência

ou os fatores socioeconômicos) e constrangimentos tecnológicos (características do meio empregado no processo comunicativo). (GARCIA, 2014, p. 30)

Para o autor, a relação estabelecida entre modos de endereçamento e gênero textual é mais forte do que aparenta, pois diferentes gêneros podem desencadear diferentes posicionamentos no receptor, o que reflete diretamente sobre os modos de endereçamento. “Por exemplo, na televisão se convencionou que endereçar-se diretamente à lente da câmera é atitude restrita aos âncoras, apresentadores e repórteres, de forma que as pessoas de fora da indústria da televisão não são “autorizadas” a falar diretamente ao espectador” (GARCIA, 2014, p. 30). Diferente do cinema, onde olhar diretamente para a câmera é pouco usual e, quando acontece, costuma gerar efeito cômico.

Gomes (2014, p. 12) afirma que os recursos de TV como gravação ao vivo, simulações, bem como infográficos, mapas do tempo, vinhetas, telões e cenários virtuais formam o conjunto dos recursos que, para além de credibilidade, dão agilidade e ajudam a construir a identidade dos programas e das emissoras. A análise do texto verbal, por sua vez, deve revelar as estratégias empregadas pelos mediadores para construir as notícias, interpelar diretamente a audiência e construir credibilidade.

Porém, ela destaca que a descrição dos elementos semióticos não é suficiente para compreender a estratégia de configuração do modo de endereçamento. Para ela, é necessária a construção de operadores de análise que favoreçam a articulação dos elementos semióticos aos elementos discursivos sociais, ideológicos, culturais e propriamente comunicacionais.

É nesse sentido que desenvolvemos os operadores de análise do modo de endereçamento [...]. Os operadores se articulam entre si, não devem ser observados nem interpretados isoladamente. Ao mesmo tempo, é importante tomar em conta que o objetivo de análise não deve ser descrever ou interpretar cada um dos operadores isoladamente, mas, através dos operadores, acessar o modo de endereçamento de um programa específico: os operadores são os “lugares” para onde o analista deve olhar, não o fim último do esforço analítico (GOMES, 2014, p. 12).

Os operadores de análise de modos de endereçamento desenvolvidos por Gomes (2014, p. 12-14) se destacam nas seguintes categorias: mediador, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática. Para desenvolver a pesquisa e

analisar os critérios usados pelos editores dos telejornais da RBS TV de Passo Fundo para veiculação dos vídeos enviados pelos telespectadores, foi utilizado o último operador de análise: organização temática.

A temática pode ser o operador de maior importância para análise do modo de endereçamento. Conforme destaca Garcia (2014, p. 34), nos programas temáticos (esportivos, culturais, ecológicos), este operador assume fundamental importância. No caso dos programas jornalísticos e noticiários diários, cabe analisar o modo específico de como ocorre a divisão das editorias, uma vez que o momento de inserção de uma notícia em determinado bloco denota valores e intencionalidades. A forma como organizam suas editorias, definem sua temática e o grau de proximidade com a audiência denota os interesses do programa, a visão que ele tem da sua audiência e que posição ele espera que seja ocupada pelo seu telespectador. A organização temática, portanto, implica também uma localização espacial e temporal das notícias.

A temática de um programa televisivo constrói uma proximidade geográfica entre emissor e receptor. Assim, o programa conquista a audiência a partir do assunto abordado e da maneira com que este tema é abordado e passa a criar seu estilo e configurar seu próprio gênero. Gomes, citada por Bolzan (2014, p. 20), também fala que um programa jornalístico de televisão se relacionará diretamente com o público através de seu contexto e é através desse contexto que se torna importante considerar como as compreensões de jornalismo se relacionam com as compreensões sobre a sociedade e a cultura de quem assiste TV. Desse modo, pode-se dizer que “os modos de endereçamento criam vínculos entre emissor e receptor, chamados de contratos de leitura” (GOMES *Apud* BOLZAN, 2014, p. 20).

Portanto, durante a pesquisa, buscou-se analisar os métodos de seleção dos valores-notícia usados pelos editores dos telejornais Jornal do Almoço e RBS Notícias na veiculação dos vídeos enviados por telespectadores e saber se o conceito de jornalismo participativo é coerente com o que se aplica hoje em dia na emissora.

4.1 Descrição

Para a conclusão da pesquisa, foram escolhidas seis reportagens das doze que foram veiculadas no primeiro semestre de 2014, que se enquadram no quesito vídeos amadores. Foram selecionadas as notícias dos meses de janeiro, março, abril e maio. Os meses de fevereiro e junho não obtiveram notícias com vídeos amadores. A seguir, a descrição das reportagens veiculadas.

4.1.1 Jornal do Almoço – 14 de janeiro de 2014



Figura 1 – Apresentação da reportagem



Figura 2 – Vídeo amador incluído na reportagem

A primeira reportagem analisada é do Jornal do Almoço e foi veiculada no dia 14 de janeiro. A reportagem trata da falta de acessibilidade para cadeirantes em Passo Fundo. Foi utilizado o flagrante do registro feito por um cadeirante, para abordar de forma mais abrangente o descaso com este tema na cidade.

A notícia se enquadra no formato reportagem, pois apresenta cabeça, off, passagem do repórter, sonoras e nota pé, além de uma entrevista ao vivo no estúdio. Na estrutura da reportagem, primeiramente, é mostrado um vídeo amador em que um funcionário de uma empresa de transporte coletivo de Passo Fundo tenta fazer funcionar o elevador na entrada feita exclusivamente para cadeirantes. O flagrante foi filmado por um dos cadeirantes que aparecem na reportagem. O crédito da pessoa que registrou o fato foi colocado como “imagens de celular”.

A reportagem inicia com a cabeça da apresentadora, onde ela chama o material que será veiculado, com o seguinte texto:

“Agora o nosso assunto é acessibilidade. Será que o direito de quem tem necessidades especiais é respeitado? Um flagrante feito por um cadeirante ao tentar pegar um ônibus em Passo Fundo, revela a dura realidade de quem precisa de estrutura pra se locomover”.

A reportagem teve duração de 2’24’’. Depois de veiculada, foi feito um resgate de imagens de arquivo de outra reportagem sobre o tema e em seguida, uma entrevista ao vivo no estúdio com a secretária de Planejamento de Passo Fundo, falando sobre os projetos previstos para a melhoria da acessibilidade no município. No total, o tema foi abordado durante 8’20’’.

4.1.2 Jornal do Almoço – 20 de janeiro de 2014



Figura 3 – Apresentação da nota



Figura 4 – Vídeo amador incluído na nota

O segundo material veiculado que contém imagens de câmera amadora, foi ao ar dia 20 de janeiro de 2014, no Jornal do Almoço. O conteúdo do vídeo apresenta o flagrante de policiais atirando em cachorros e agredindo pessoas que tentavam intervir durante uma prisão no terreno de uma casa em Carazinho. A ação foi gravada com um celular e creditada como “imagens de celular”. A notícia é repassada através do formato de nota vivo, coberta com as imagens do flagrante. A nota tem a duração de 0’49’’ e em seguida a apresentadora chama no telão uma sonora com a promotora que analisou as imagens gravadas. Depois disso, ainda é dada uma nota pé sobre a posição da polícia civil que também estava investigando o caso. No total, são 2’10’’ destinados ao assunto.

A nota inicia da seguinte maneira: “Devem ser ouvidos a partir de hoje os policiais suspeitos de exagero durante a prisão de um homem, em Carazinho. A ação dos PM’s foi gravada por um celular. Nas imagens eles tentam imobilizar o suspeito, mas agem com violência com outros moradores que tentam intervir. [...]”.

4.1.3 RBS Notícias – 12 de março de 2014



Figura 5 – Apresentação da reportagem



Figura 6 – Vídeo amador incluído na reportagem

A terceira reportagem analisada foi transmitida no dia 12 de março no RBS Notícias. Tem 1’11” e mostra um acidente entre dois caminhões pegando fogo na ERS-324. A reportagem apresenta cabeça, off, sonora com um bombeiro e não contém passagem do repórter. O vídeo do momento em que o caminhão incendiou foi gravado por um telespectador que passava no local. No off, o repórter cita que “imagens feitas por um cinegrafista amador mostram a proporção das chamas” e no vídeo o crédito aparece como “imagens cedidas Círio Carlos Kolberg”.

A cabeça da reportagem lida pelo apresentador é a seguinte:

“Começou a ser retirada nesta tarde a carga de biodiesel do caminhão tanque envolvido em um acidente no fim da manhã de hoje, na ERS-324. A estrada foi interrompida e o congestionamento atingiu cinco quilômetros. O motorista, de um dos caminhões, morreu”.

No mês de abril dois vídeos fazem parte da análise. O primeiro é do dia 25/04 e foi veiculado no Jornal do Almoço. O segundo foi ao ar três dias depois, ou seja, no dia 28, no RBS Notícias.

4.1.4 Jornal do Almoço – 25 de abril de 2014



Figura 7 – Apresentação da reportagem



Figura 8 – Vídeo amador incluído na reportagem

O vídeo de 25 de abril mostra o flagrante de adolescentes brigando em frente a uma escola. A apresentadora chama o VT da seguinte maneira:

“A gente mostra agora um caso lamentável. Você vai ver cenas que chamam a atenção pela violência. Um grupo de meninas, entre 12 e 14 anos de idade, agrediu uma jovem de 16 anos na saída de uma escola aqui em Passo Fundo. A sequência de socos e pontapés foi gravada por outros estudantes. São cenas fortes, que impressionam pela brutalidade. O caso foi registrado na polícia”

A reportagem inicia com o vídeo do flagrante. O vídeo não é creditado, mas a repórter cita no off que “enquanto a agressão acontece, alguns jovens acompanham e registram o momento”. Em seguida, aparecem sonoras com a menina agredida e com a família dela. A passagem da repórter fala que nenhum representante da escola quis gravar entrevista. A reportagem termina com o vídeo novamente da agressão. Ao voltar para o estúdio, a apresentadora conversa ao vivo com uma promotora, que destaca o quê leva os jovens a fazerem este tipo de filmagem. A promotora destaca que

[...] temos que ter consciência que nós vivemos um momento em sociedade que atinge muito a adolescência, mas que também contempla os adultos, que é a era do espetáculo. Hoje as pessoas confundem o ‘ser’ com o ‘mostrar’ [...] todas as áreas de risco, agregado ainda a uma situação de conflito, acaba levando a essas situações em que uma agressão é filmada para que ela atinja um público muito grande porque o que agride se acha que está em um palco, então ele tem uma plateia que ele não consegue sequer mensurar e com isso ele também acaba criando um castigo maior ainda pra essa vítima [...].

A reportagem tem 1’54’’ e com a entrevista o assunto é tema do Jornal do Almoço por 4’55’’.

4.1.5 RBS Noticias – 28 de abril de 2014



Figura 9 – Apresentação da nota coberta



Figura 10 - Vídeo amador incluso na nota coberta

A notícia do dia 28 de abril está no formato de nota coberta e mostra o momento do incêndio em um apartamento que resultou na morte de uma jovem. A nota tem 36’’. O apresentador começa chamando a nota: “A delegacia de homicídios de Passo Fundo começou a ouvir hoje testemunhas de um incêndio que matou uma jovem neste domingo”. A nota coberta inicia com a foto da vítima. Em seguida, o apresentador destaca no off que “essas imagens feitas por pessoas que passavam na rua Uruguai mostram as chamas do oitavo andar”. As imagens são creditadas como de um cinegrafista amador.

4.1.6 Jornal do Almoço – 27 de maio de 2014



Figura 11 – Apresentação da reportagem Figura 12 – Vídeo amador incluso na reportagem

A sexta e última reportagem analisada foi veiculada no Jornal do Almoço do dia 27 de maio e apresenta o momento em que um estudante tenta agredir uma universitária com uma faca na Universidade de Passo Fundo. A cabeça da reportagem é lida pela apresentadora e registra a ação. “Terror na Universidade de Passo Fundo. Um estudante, armado com uma faca, tentou atacar uma universitária ontem à noite. Na confusão, um outro homem acabou ferido gravemente. O aluno, fora de controle, foi detido em flagrante pela polícia”.

A cena que mostra o flagrante é narrada pelo repórter: “um vídeo gravado por uma aluna, mostra o suspeito. Dois vigilantes da instituição assistem. Estudantes tentam impedir o acesso dele ao prédio segurando a porta. O jovem deixa o local e corre para outro acesso”. A reportagem tem, 1’37” e o vídeo não apresenta créditos. Após encerrar a reportagem, a apresentadora chama o repórter ao vivo, que conta as novidades do caso. No total são 2’59” falando sobre o acontecimento.

4.2 Análise quantitativa do material veiculado

Utilizando como base do método de pesquisa os modos de endereçamento, tendo como principal operador de análise a organização temática, nota-se que das seis reportagens analisadas, cinco são da editoria de polícia e cinco são temas tratados na cidade de Passo Fundo.

Nas reportagens veiculadas no Jornal do Almoço, o tempo destinado a cada notícia é maior, pois o telejornal local possui três blocos e garante que o assunto seja tratado de forma mais abrangente. Por este motivo, das 12 reportagens veiculadas no primeiro semestre de 2014, seis foram escolhidas para serem analisadas, sendo quatro do Jornal do Almoço e duas do RBS Notícias.

Baseada no critério de notícias que incluem vídeos gravados por câmeras amadoras, a análise quantitativa concluiu que o Jornal do Almoço veiculou duas reportagens no mês de janeiro, nenhuma em fevereiro, duas em março, abril e maio e nenhuma em junho. Já o RBS Notícias obteve exatamente a metade de vídeos amadores nos mesmos meses do Jornal do Almoço, ou seja, uma em janeiro, março, abril e maio e nenhuma nos meses de fevereiro e junho, assim como mostra o quadro a seguir:

	JORNAL DO ALMOÇO	RBS NOTÍCIAS
JANEIRO	02	01
FEVEREIRO	—	—
MARÇO	02	01
ABRIL	02	01
MAIO	02	01
JUNHO	—	—

Quadro 1 – Quantidade de material veiculado no primeiro semestre em cada telejornal

O próximo quadro apresenta a análise qualitativa que mostra, de forma mais específica, quais reportagens foram analisadas, em que data, telejornal, tempo de duração e a qual editoria pertencem:

DATA	TEMA	EDITORIA	TELEJORNAL	DURAÇÃO
14/01/14	Acessibilidade	Cidades/geral	Jornal do Almoço	8'20''
20/01/14	Agressão de policiais	Polícia/segurança	Jornal do Almoço	2'10''
12/03/14	Acidente de	Polícia/trânsito	RBS Notícias	1'11''

	trânsito			
25/04	Briga na saída de escola	Polícia/segurança	Jornal do Almoço	4'55''
28/04/14	Incêndio	Polícia/segurança	RBS Notícias	36''
27/05	Agressão na UPF	Polícia/segurança	Jornal do Almoço	2'59''

Quadro 2 – Data, tema, editoria e duração de cada reportagem/nota analisadas

4.3 Análise qualitativa das reportagens exibidas no Jornal do Almoço

A primeira reportagem analisada do Jornal do Almoço fala sobre a falta de acessibilidade em Passo Fundo. A reportagem foi montada a partir de um vídeo amador que mostra o momento em que um funcionário do transporte público tenta fazer funcionar o elevador do ônibus para a subida de um cadeirante. Ao utilizar a teoria de critérios de noticiabilidade, pode-se notar que a reportagem foi veiculada primeiramente por conter a imagem do flagrante. Assim como destacam Silva e Vizeu (2014, p. 403) no capítulo 2 do referencial teórico, acontecimentos que rendam boas imagens têm maior chance de serem noticiados. Não se trata de qualidade da imagem, mas, sim, da relevância que esta imagem traz ao conteúdo. Neste caso, a imagem foi o ponto de partida para a produção do restante do conteúdo.

A partir desse fator, outros surgiram como a abrangência e dimensão que o fato tem na cidade, a negatividade, por se tratar de algo que faz falta no dia a dia dos cadeirantes, e a continuidade, pois após a veiculação da reportagem, são mostradas imagens de arquivo, que retratam que o problema se agrava há bastante tempo em Passo Fundo, além de apresentar atualidade.

Diante da organização temática, operador de análise estudado, pode-se notar que a proximidade, nesta reportagem, se dá mais com o público de Passo Fundo e não com os telespectadores dos mais de 80 municípios de abrangência, pois o problema com acessibilidade é mostrado somente da cidade de Passo Fundo.

O vídeo foi enviado para a redação da RBS TV por um dos cadeirantes que aparece na reportagem. Neste caso, o próprio tema foi sugerido pelo telespectador que estava insatisfeito com a situação que precisa enfrentar. A partir do vídeo do flagrante do ônibus, o tema foi ampliado para outras partes da cidade, que abrange passeios públicos, rampas e demais locais

que precisam de acessibilidade. Além do formato reportagem, o tema também é mostrado em forma de nota vivo e entrevista no estúdio. A partir disso, de acordo com o conteúdo apresentado sobre a participação do público, pode-se dizer que este caso está incluído no jornalismo participativo, pois a realização da reportagem surgiu a partir do vídeo do flagrante enviado e sugerido pelo telespectador.

A segunda análise de conteúdo do Jornal do Almoço é da editoria de segurança pública/polícia e mostra o momento em que policiais agredem cães e pessoas durante a prisão de um homem no terreno de uma casa, em Carazinho. Neste caso, dois cachorros morreram após serem atingidos por tiros. Ao fazer referência ao conteúdo teórico estudado, o assunto não iria ter tanta repercussão se não houvesse o vídeo amador, já que se trata de policiais agindo de forma exagerada. Se o jornalista fosse apurar as informações com os policiais, que geralmente é a fonte oficial, o fato poderia sair distorcido.

Ao analisar outros valores-notícia que fazem parte da reportagem, pode-se notar que o caso é inusitado, pois se trata de algo incomum de acontecer, é atual e mostra uma ação negativa, tanto pela ação ser feita por policiais, quanto pela morte dos cachorros, que hoje em dia são muito protegidos pela sociedade.

O acontecimento é mostrado em formato de nota vivo e ilustrada com as imagens do flagrante. O vídeo é creditado como imagens de celular, pois foi disponibilizado pelas vítimas que estavam na casa no momento do ocorrido. O fato foi na cidade de Carazinho e mostra que os editores do Jornal buscam a proximidade com o público das cidades da região também em casos que chamam a atenção da sociedade. No dia 20 de janeiro o assunto foi tema do Jornal do Almoço e RBS Notícias.

A terceira reportagem incluída na análise mostra uma briga entre adolescentes na saída de uma escola, em Passo Fundo. O vídeo amador não é creditado, mas a repórter cita que foi gravado por pessoas que assistiam a briga. A reportagem contém sonoras com a vítima que foi agredida e da família dela, porém, os rostos não são mostrados para não comprometer as pessoas envolvidas.

O assunto foi destaque no Jornal do Almoço por mostrar a briga que envolve jovens em frente a escola. A partir da reportagem que contém o vídeo, o assunto foi ampliado para uma entrevista ao vivo com uma promotora que fala dos fatores que levam os adolescentes a gravarem um momento humilhante, ao invés de impedirem a briga, e publicarem na internet.

O caso está incluído na editoria de polícia e apresenta critérios de noticiabilidade que se enquadram como um assunto grave, pois a briga acontece em frente a um local onde

deveria haver educação; negatividade, por se tratar da humilhação pública de uma adolescente; e por ter uma dimensão muito grande, porque atinge muitas pessoas e vários casos assim acabam passando despercebidos, sem alguém para tentar intervir.

A quarta reportagem do Jornal do Almoço se trata de um fato inusitado na Universidade de Passo Fundo e que resultou em uma morte. O vídeo do flagrante mostra um jovem tentando entrar em um prédio da UPF para agredir uma estudante com uma faca. O caso foi muito noticiado em Passo Fundo e região e chamou a atenção por mostrar uma ação incomum e ao mesmo tempo perigosa, que poderia ter acabado de forma mais trágica do que foi. Neste dia, tanto o Jornal do Almoço, quanto o RBS Notícias abordaram o assunto. O fato de acontecer um homicídio dentro uma universidade foi o fator que gerou maior repercussão, por deixar em dúvida a segurança dos milhares de alunos que estudam na instituição.

O vídeo do flagrante na reportagem foi gravado por uma universitária que estava no momento da ação. Neste caso, o vídeo serviu como um complemento para a reportagem, pois o fato por si só já chama a atenção e neste caso, foi o que confirmou a ação do estudante e também dos vigilantes.

Após analisar o conteúdo do Jornal do Almoço, pode-se dizer que das quatro reportagens, três são da editoria de segurança/polícia e uma de cidade/geral. Essa editoria predomina no telejornal na análise realizada, o que chama a atenção por se tratar de um programa que é veiculado em horário de almoço e que na sua versão estadual se propõe a ser uma revista eletrônica, com assuntos de variedades, o que também é seguido pelas emissoras locais. Mesmo assim, por se tratar do espaço de maior duração do noticiário local, o Jornal do Almoço acaba sendo espaço para se tratar de outras notícias relevantes.

4.4 Análise qualitativa das reportagens exibidas no RBS Notícias

O primeiro conteúdo analisado do RBS Notícias mostra um acidente entre dois caminhões na ERS-324, que resultou na morte de um dos condutores. O vídeo foi enviado por um telespectador que passava no local no momento em que os caminhões se chocaram e começaram a incendiar. O telespectador que gravou o flagrante teve seu nome intitulado nos créditos.

Alguns critérios fizeram com que a reportagem fosse relevante, como o envolvimento de várias pessoas, que tiveram que esperar o trânsito ser desinterditado para poderem passar e, também, dar um aviso à população de que mais uma vez a “estrada da morte” fez uma vítima.

A equipe de reportagem chegou ao local do acidente depois que o fogo já tinha sido apagado. Neste caso, as imagens cedidas pelo telespectador serviram de aliadas para mostrar algo que a emissora não conseguiu registrar.

A última notícia incluída na análise de conteúdo se trata de um incêndio misterioso em um apartamento no centro de Passo Fundo, que resultou na morte de uma jovem. O vídeo mostra o momento exato em que as chamas tomam conta do apartamento. Esse caso também teve bastante repercussão, pois testemunhas disseram que ouviram gritos e discussões momentos antes do fato acontecer. No caso da reportagem do RBS Notícias, o vídeo teve a missão de complementar e mostrar que de fato as chamas eram fortes. O caso foi assunto do Jornal do Almoço e RBS Notícias.

O incêndio aconteceu na manhã de domingo e chamou a atenção de vizinhos e pessoas que passavam pelo local, um dos fatores que causa a curiosidade de saber o que estava acontecendo. Por resultar na morte de uma pessoa, o acontecimento se tornou ainda mais repercutido, pois trata de algo negativo e que ninguém sabe o que pode ter ocasionado o fato.

Pode-se destacar que a maioria das notícias analisadas não teria tanto espaço nos programas se não fosse pelos vídeos amadores, que trazem o flagrante do momento do fato. Assim como é mostrado no referencial teórico, no capítulo 2, Silva e Vizeu (2014, p. 403) destacam que a qualidade do material é um valor-notícia que sofre algumas adaptações. Pois como o público atualmente apresenta uma demanda informativa cada vez maior e o volume de informação que chega às redações está cada vez mais intenso, é preferível noticiar um fato registrado por um cinegrafista amador, com baixa qualidade técnica, do que não noticiar ou noticiar depois dos concorrentes.

Jenkins cita no capítulo 2, "a participação é moldada pelos protocolos culturais [...] é mais ilimitada, menos controlada pelos produtores midiáticos e mais controlada pelos consumidores da mídia" (JENKINS, 2008, p.182-183). Silva (2014) também mostra no segundo capítulo que a participação do público se dá de forma espontânea, diferente da interatividade em que o público é induzido a participar e o ambiente é preparado previamente para a atuação. Portanto, pode-se afirmar que todos vídeos amadores analisados, que foram veiculados nos telejornais da RBS TV, se encaixam nos conceitos de jornalismo participativo.

Dos seis materiais analisados, três se tornaram pauta principalmente por conter o vídeo amador do momento do acontecimento. Nos outros três casos, os vídeos serviram como suporte para complementar a notícia. Em todos os casos os temas eram de interesse público e

a maioria deles tratava de pautas factuais. Nos casos da reportagem de acessibilidade e da briga na escola, os vídeos serviram como gancho para a realização das reportagens, ou seja, se não houvesse o vídeo do flagrante, dificilmente o tema ganharia tanto espaço dentro do programa. Diferente das reportagens sobre o acidente de trânsito e agressão na UPF e da nota coberta sobre o incêndio, em que os vídeos serviram como complemento, ou seja, como trata-se de um acontecimento factual e que envolveu mortes, seriam noticiadas de qualquer maneira. Já o vídeo da agressão aos animais é um tema factual e ganhou espaço por conter o momento exato do acontecimento, nesse caso o tema também não teria tamanha repercussão se não tivesse o vídeo.

A editoria mais presente nos materiais analisados é a de polícia. A reportagem de agressão dos policiais, briga na saída da escola, incêndio e agressão na UPF têm a ver com segurança. O acidente na ERS-324 trata-se de trânsito. A reportagem de acessibilidade está inserida na editoria cidade, que aborda um fato geral. Sobre os formatos de notícia, no Jornal do Almoço três foram reportagem, seguidas de entrevista no estúdio, notas e ao vivo. A outra foi no formato nota simples coberta com imagens, seguida de sonora com a promotora. No RBS Notícias, foram usados dois formatos: reportagem e nota coberta, um em cada notícia.

Os valores-notícias que mais se fazem presentes nas reportagens analisadas são a factualidade, negatividade, ineditismo e amplitude, além da presença do vídeo mostrando o momento exato do fato que, conforme os autores Silva e Vizeu (2014, p. 403) também é considerado um valor-notícia.

Sobre os créditos das reportagens, pode-se perceber que não há critério para creditar cada vídeo. Nas reportagens sobre acessibilidade e agressão de policiais, os créditos aparecem como "imagens de celular". Na reportagem do acidente envolvendo dois caminhões o crédito mostra "imagens cedidas" e o nome da pessoa que gravou. As reportagens da briga na escola e da agressão na UPF não são creditadas, mas em ambas os repórteres citam no off que as imagens foram gravadas por alguém que estava no local. Já a nota coberta do incêndio foi creditada como "imagens cinegrafista amador".

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal deste trabalho foi descobrir se a participação dos telespectadores da RBS TV de Passo Fundo, através do envio de vídeos amadores, se enquadra na teoria de jornalismo participativo, tendo em vista que esse método de fazer jornalismo tem crescido muito ultimamente. Além disso, compreender de que maneira os vídeos amadores ganham espaço dentro dos programas jornalísticos e quais os valores-notícia predominantes.

O conteúdo teórico da pesquisa foi dividido em três capítulos. O primeiro aborda a história do telejornalismo no Brasil, através de conceitos de Rezende (2000), Mello (2014), Bistane e Bacellar (2014), Fernandes (2014), Pereira (2014), entre outros. O capítulo 1 é dividido por subcapítulos que destacam os formatos de notícias para televisão, através de conceitos de Giancesini e Golembiewski (2014), Ferreira (2014), que citam autores como Marques de Mello, Marcondes Filho e Souza. Esse subcapítulo é subdividido e aborda os modos de composição de notícias em TV, que aprofunda as teorias do gênero informativo que compõem um telejornal. A segunda divisão do capítulo fala do telejornalismo regional e aborda os conceitos de alguns autores como Klein (2013), Maia (2007), Fernandes (2014), entre outros e também é subdividido em subcapítulo que aborda o histórico da emissora estudada e também dos telejornais analisados.

O segundo capítulo presente na pesquisa entra no tema propriamente dito: o jornalismo participativo. Em um primeiro momento é mostrada a importância da tecnologia, ferramenta indispensável para que a participação do público aconteça. São utilizados conceitos de Silva e Vizeu (2014), Jenkins (2008), Amorim (2014), entre outros autores. O capítulo é dividido em outros dois subcapítulos que falam do jornalismo participativo, por meio de conceitos de Amorim (2014), Silva (2014), Santaella (2004), entre outros, destacando o que é esse método de fazer jornalismo. E valores-notícia, citando autores como Soares (2014), que cita Nelson Traquina e Galtung e Ruge, entre outros.

A partir da análise de seis notícias que contém vídeos amadores veiculados no primeiro semestre de 2014, nos telejornais Jornal do Almoço e RBS Notícias, o trabalho buscou responder o seguinte problema de pesquisa: “A participação do público, através do envio de vídeos amadores, se enquadra no conceito de jornalismo participativo?”.

Para realizar o estudo foi feita uma análise do material veiculado a partir do método de pesquisa de modos de endereçamento, tendo como principal operador de análise a organização temática. A partir disso, pode-se dizer que a pesquisa atendeu às expectativas propostas. Todos os vídeos analisados se enquadram no conceito de jornalismo participativo, porém há certo descompromisso com a creditação das imagens. Além disso, dos seis vídeos analisados, cinco são da editoria de polícia e os valores-notícia que mais estão presentes nas notícias são a factualidade, negatividade, ineditismo, amplitude e o vídeo do momento exato do fato.

Ao finalizar a pesquisa, pode-se afirmar que a mesma trouxe muito conhecimento e maior interesse de aprofundar os estudos neste assunto, já que o jornalismo participativo, em qualquer meio, cresce gradativamente. Pode-se ainda concluir que o cidadão comum contribui com materiais e a RBS TV busca a aproximação com os telespectadores locais, bem como atender as demandas dos cidadãos com o objetivo de transformar a audiência em aliada. Espera-se, com este trabalho, contribuir de alguma forma para os próximos estudos que serão feitos diante deste tema.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMORIM, Lidiane Ramirez. O telespectador multimídia: as implicações do jornalismo participativo no telejornalismo. Disponível em:
<<http://www.pucrs.br/edipucrs/online/III mostra/ComunicacaoSocial/61329.pdf>> Acesso em: 20 mar. 2014.

AMORIM, Lidiane Ramirez. (Tele) jornalismo participativo: novos olhares sobre as notícias de TV. Disponível em:< <http://pt.scribd.com/doc/30999980/Tele-jornalismo-participativo-novos-olhares-sobre-as-noti%CC%81cias-de-TV> > Acesso em: 19 mar. 2014.

AMORIM, Lidiane Ramirez de. Telespectador multimídia: olhares sobre o jornalismo participativo em noticiários de TV. Disponível em:
http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2049 Acesso em: 20 mar. 2014.

ANDRADE, Ana Paula Goulart. Telejornalismo Apócrifo: Imagens de Câmeras de Vigilância e Vídeos Amadores na Construção da Narrativa Telejornalística. Disponível em:
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1655-1.pdf> > Acesso em: 19 mar. 2014.

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. TV Regional: Trajetória e Perspectivas. Campinas: Alínea, 2001.

BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. Jornalismo de TV. São Paulo: Contexto, 2005.

BOLZAN, Franciele. Modos de Endereçamento dos Telejornais do Grupo RBS: um Estudo Comparativo das Estratégias de Enunciação. Disponível em:
<http://lapecjor.files.wordpress.com/2011/04/modos-de-enderec3a7amento-dos-telejornais-do-grupo-rbs-um-estudo-comparativo-das-estratic3a9gias-de-enunciac3a7c3a3o.pdf>. Acesso em 11 nov. 2014.

FERREIRA, Fábio Gonçalves. Gêneros Jornalísticos no Brasil: estado da arte. Disponível em:
<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/bibliocom/article/viewFile/1194/1114> .Acesso em: 11 nov. 2014.

FERNANDES, Carolina. Telejornalismo regional: uma análise dos critérios de noticiabilidade utilizados no Jornal 53 diante da contribuição organizacional e social. Disponível em:
<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fernandes-carolina-telejornalismo-regional.pdf>. Acesso em: 13 de abr. 2014.

FRAZÃO, Samira Moratti. Jornalismo participativo no telejornal: o telespectador como produtor de conteúdo. Disponível em: <http://www6.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/4311>. Acesso em: 20 mar. 2014.

FOSCHINI, Ana Carmen; TADDEI, Roberto Romano. Jornalismo cidadão. Você faz a notícia. Disponível em: http://www.anacarmen.com/download/conquiste-a-rede/Conquiste_a_Rede_Jornalismo_Cidadao.pdf. Acesso em: 20 mar. 2014

GARCIA, Beatriz Moreira Cervino. Modo de endereçamento no formato CQC: uma análise do CQC Brasil e do CQC Argentina. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/portal/wp-content/uploads/2012/02/monografia.pdf>. Acesso em: 18 set. 2014

GIANESINI, Sarita; GOLEMBIEWSKI, Carlos. Perfil das categorias e gêneros na televisão brasileira aberta no período matutino. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/R16-0281-1.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2014.

GOMES, Itania Maria Mota. Metodologia de Análise de Telejornalismo. Disponível em: ambiente de apoio ao ensino www.upf.br. Acesso em: 15 set. 2014

GOMES, Itania Maria Mota. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/126/126>. Acesso em: 21 out. 2014

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

KLEIN, Otávio José. A notícia em rede: processos e práticas de produção da notícia em rede regional de televisão. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo. 2013.

LIMA, Cecília Almeida Rodrigues; MOREIRA, Diego Gouveia. Operações do conceito de hipertelevisão na novela Cheias de Charme: a criação de universos transmídias na TV Globo. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0937-1.pdf>. Acesso em: 24 set. 2014.

MAIA, Wander Veroni. Análise descritiva e histórica do telejornal regional “Balanço Geral”, da Tv Record Minas. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/maia-wander-telejornal-regional.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2014

MATA, Jhonatan, Um telejornal para chamar de seu: identidade, representação e inserção popular no telejornalismo local. Florianópolis: Insular. 2013.

MELLO, Jaciara Novaes. Telejornalismo no Brasil. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2014.

PEREIRA, Livia Cirne de Azevedo. Os avanços tecnológicos no telejornalismo brasileiro: de 1950 à era digital. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-livia-avancos-tecnologicos.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2014.

PORCELLO, Flávio; MOTA, Célia; VIZEU, Alfredo. Telejornalismo: a nova praça Pública. Florianópolis: Editora Insular, 2006.

RAMONET, Ignácio. A Tirania da Comunicação. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

RBS TV PASSO FUNDO. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/noticia/2011/12/passo-fundo.html>. Acesso em: 14 set. 2014

REZENDE, Guilherme Jorge de. Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.

REZENDE, Guilherme Jorge de. Gêneros e formatos Jornalísticos na Televisão brasileira. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2902-1.pdf> acesso em: 20 out. 2014

SANTAELLA, Lucia. Culturas e Artes do Pós-humano: da Cultura das Mídias à Cibercultura. 2ª Ed. São Paulo: Paulus, 2004.

SILVA, Juliana Ângela da. O telejornalismo e a coprodução de notícias: as várias faces da participação do público. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0791-1.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2014.

SILVA, Juliana Ângela da; VIZEU, Alfredo. Coprodução de Notícias na TV: jornalismo de apuração ou disseminação? Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/download/1984-6924.2013v10n2p399/25744>. Acesso em: 18 set. 2014

SOARES, Joarle Magalhães. Como é que os acontecimentos se tornam notícia? Um estudo dos valores-notícia no Jornal Nacional. Disponível em:
<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/JoarleMagalhaesSoares.pdf>. Acesso em: 18 set. 2014.

TOURINHO, Carlos. O tempo da “Hipertelevisão”. Disponível em:
http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed684_o_tempo_da_hipertelevisao. Acesso em: 18 set. 2014.

UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO. Disponível em:
<http://jornal.metodista.br/tele/manual/glossario.htm>. Acesso em 15 nov. 2014.

VIZEU, Alfredo. Telejornalismo, audiência e ética. Disponível em:
<http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf>. Acesso em: 20 agosto 2014.

7 ANEXOS

ANEXO I – Link reportagem exibida no Jornal do Almoço dia 14/01/14:

<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/passo-fundo/v/flagrante-feito-por-uma-pessoa-com-necessidades-especiais-mostra-a-dificil-rotina/3077337/>

ANEXO II – Link reportagem exibida no Jornal do Almoço dia 20/01/14:

<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/passo-fundo/v/moradores-de-carazinho-rs-gravam-video-sobre-a-acao-da-brigada-militar-e-acusam-os-pms/309>

ANEXO III – Link reportagem exibida no RBS Notícia dia 12/03/14:

<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/rbs-noticias/videos/t/passo-fundo/v/carga-de-biodisel-comeca-a-ser-retirada-da-rodovia/3210781/>

ANEXO IV – Link reportagem exibida no Jornal do Almoço dia 25/04/14:

<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/passo-fundo/v/jovem-de-16-anos-e-agredida-ao-sair-da-escola-em-passo-fundo-rs/3305098/>

ANEXO V – Link nota coberta exibida no RBS Notícia dia 28/04/14:

<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/rbs-noticias/videos/t/passo-fundo/v/testemunhas-de-um-incendio-que-matou-uma-jovem-em-passo-fundo-rs-comecam-a-ser-ouvidas/3313594/>

ANEXO VI – Link reportagem exibida no Jornal do Almoço dia 27/05/14:

<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/passo-fundo/v/estudante-armado-deixa-duas-pessoas-feridas-na-universidade-de-passo-fundo-rs/3374767/>