

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

RHENZO JOSÉ NOGUEIRA

**TELEVISÃO NO INTERIOR E A PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO: UMA
ANÁLISE DO RJ1 – TV RIO SUL**

**VOLTA REDONDA
2020**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**TELEVISÃO NO INTERIOR E A PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO: UMA
ANÁLISE DO RJ1 – TV RIO SUL**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso de Jornalismo do
UniFOA como requisito para obtenção do
título de bacharel em Jornalismo.

Aluno:

Rhenzo José Nogueira.

Orientadora:

Professora Ms. Angélica Aparecida Silva
Arieira.

VOLTA REDONDA

2020



Fundação Oswaldo Aranha



FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso Intitulado TELEVISÃO NO INTERIOR E A PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO: UMA ANÁLISE DO RJ1 – TV RIO SUL, elaborado por Rhenzo José Nogueira, apresentado publicamente, através da plataforma virtual TEAMS link: <https://web.microsoftstream.com/video/c680f86b-3535-4491-a731-90c3502212b1?list=studio> conforme Resolução CONSEPE nº 067 de 24 de agosto de 2020, envio pelo e-mail Institucional, no ambiente virtual Microsoft Teams, perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Jornalismo.

Aprovado em 09 de novembro de 2020.

Banca Examinadora:

Professora Orientadora
Angélica Aparecida Silva Arieira, Mestre, UniFOA

Professora Avaliadora
Rebeca Baltazar Chaves, Mestre, UniFOA

Professor Avaliador
Eduardo Jorge Nascimento de Oliveira, Doutor, UniFOA

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, Márcia e Vicente, dedico este trabalho. Eles foram os responsáveis por eu estar onde estou. Sempre me incentivaram a fazer o que eu gosto e a seguir aquilo que eu acho certo.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus. Em seguida, aos meus amigos de faculdade, da vida e dos estágios por onde passei. Foi um prazer tê-los comigo nesse processo e ter tido a oportunidade de trocar diversas experiências. Sou grato por terem me incentivado e a alguns, por me apresentarem o mundo da televisão. Sintam-se todos aqui representados. Aos professores, agradeço a todos, sem exceção, que estiveram junto a mim durante essa jornada, mas destaco alguns nomes que foram essenciais para esse processo do TCC: André Capilé, Eduardo Jorge, Elisa Mabel, Heitor da Luz, Rebeca Baltazar, Rhanica Coutinho e Rogério Martins. Aos jornalistas da TV Rio Sul, Ana Paula Garcia e Carlos Jefferson, minha gratidão por terem contribuído com essa pesquisa. Por fim, mas em hipótese alguma menos importante, agradeço à minha orientadora Angélica Arieira, que foi uma das peças chaves no meu caminho na faculdade. Angélica me abriu os olhos para a televisão, o telejornalismo e topou estar comigo nesse ano nada fácil de 2020. Prazer em tê-la como orientadora e seu nome junto ao meu nessa monografia.

“Somos do tamanho de nossos sonhos.”
(Fernando Pessoa)

RESUMO

O Sul Fluminense recebe, diariamente, o sinal da Globo pela TV Rio Sul, afiliada em Resende. A emissora exibe duas edições do telejornal RJTV, que contam com a participação do público. Este trabalho buscou compreender as mudanças ocorridas no telejornal RJ1 entre os anos de 2016 e 2020 com o uso do *WhatsApp* como canal de interação com o telespectador. Ainda teve como objetivos, analisar essas participações a partir do uso do aplicativo de mensagens, comparar a colaboração do público entre aquilo que se considera factual ou não e levantar os principais assuntos dessa interação. Assim sendo, foi realizada uma análise das edições do telejornal presentes no Globoplay, uma revisão bibliográfica e entrevistas com profissionais da TV Rio Sul. Foi observado que houve um aumento no número de espaços para a participação do público e que conteúdos não-factuais, porém de prestação de serviço, são os que mais reverberam em colaborações. Considerou-se que o telejornalismo local vem buscando se aproximar das redes sociais através deste tipo de colaboração. Assim, há uma busca pela audiência na televisão, mas de outra forma, atraindo o telespectador por meio de novas ferramentas.

Palavras-chaves: telejornalismo local; jornalismo participativo; RJTV; TV Rio Sul; TV Globo.

ABSTRACT

The Sul Fluminense region receives, daily, the sign of the Globo by the TV Rio Sul, affiliated in Resende. The station airs two editions of the RJTV news, with the participation of the public. This work sought to understand the changes that took place in the RJ1 news between the years 2016 and 2020 with the use of WhatsApp as an interaction channel with the viewer. It still had as objectives, analyze these participations from the use of the messaging application, compare the collaboration of the public between what is considered factual or not and raise the main issues of this interaction. Therefore, an analysis of the news editions presents in Globoplay, a bibliographic review and interviews with professionals of TV Rio Sul were conducted. It was noted that there was an increase in the number of spaces for public participation and that non-factual content, but of service provision, are the ones that reverberate most in collaborations. It was considered that local news is seeking to get closer to social networks through this kind of collaboration. So there, is a search for the audience on television, but otherwise attracting the viewer through new tools.

Key words: local TV journalism; participatory journalism; RJTV; TV Rio Sul; TV Globo.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	HÁ 70 ANOS NO AR: O BRASIL SE VÊ NA TV	15
2.1	“Boa noite: está no ar a televisão do Brasil”	15
2.2	As vozes do interior: as televisões locais	22
3	REDE GLOBO: HÁ 55 ANOS NO AR	26
3.1	“Do Rio, para o Rio e para todo o Brasil”	26
3.2	No ar: Jornal Nacional	29
3.3	Praça TV: as notícias com os sotaques do Brasil	31
4	“VOCÊ É A NOSSA HISTÓRIA”: TV RIO SUL, 30 ANOS NO AR	37
4.1	A TV Globo no Sul Fluminense	37
4.2	RJTV: o telejornal com a cara do Rio	40
5	O PÚBLICO E O JORNALISMO	44
5.1	Jornalismo Participativo: definições e trajetória	44
5.1.1	A participação e a teoria do <i>gatekeeper</i>	46
5.1.2	O conceito de valores-notícia	47
5.2	A participação à moda Brasil	49
5.3	Mais perto do público: a participação na TV Rio Sul	51
6	A PARTICIPAÇÃO DO TELESPECTADOR NO RJ1 – TV RIO SUL	58
6.1	Metodologia utilizada na análise	58
6.2	Análise do RJ1 em 2016	59
6.3	Análise do RJ1 em 2017	62
6.4	Análise do RJ1 em 2018	64
6.5	Análise do RJ1 em 2019	66
6.6	Análise do RJ1 em 2020	69
6.7	Análise geral do RJ1	70
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	75
8	REFERÊNCIAS	77
9	APÊNDICE	82

LISTA DE FIGURAS:

FIGURA 1: Logo do telejornal “Bom Dia Rio” (2018) – Globo Rio	32
FIGURA 2: Logo do telejornal “MGTV” (1983) – Globo Minas	33
FIGURA 3: Logo do telejornal “SP1” (2017) – Globo São Paulo	35
FIGURA 4: Logo do telejornal “Bom Dia Sábado – Sergipe” (2018) – TV Sergipe .	35
FIGURA 5: Sede da TV Rio Sul, em Resende (2017)	37
FIGURA 6: Área de cobertura da TV Rio Sul (2017)	38
FIGURA 7: <i>Print</i> da página “VC no G1 TV Rio Sul” (2020)	50
FIGURA 8: <i>Print</i> da página G1 TV Rio Sul (2020)	52
FIGURA 9: Participação no RJ1 – TV Rio Sul (2020)	54
FIGURA 10: Participação no RJ1 – TV Rio Sul (2016)	61
FIGURA 11: Participação do público na Previsão do Tempo (2017)	63
FIGURA 12: Caracteres de participação do telespectador – TV Rio Sul (2019)	66
FIGURA 13: Acesso para a entrevista com Carlos Jefferson da Silva Teixeira	82
FIGURA 14: Acesso para a entrevista com Ana Paula Pereira Garcia	82

LISTA DE QUADROS:

QUADRO 1: Levantamento de dados – 2016	60
QUADRO 2: Levantamento de dados – 2017	62
QUADRO 3: Levantamento de dados – 2018	65
QUADRO 4: Levantamento de dados – 2019	67
QUADRO 5: Levantamento de dados – 2020	69

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Material enviado pelo telespectador	71
GRÁFICO 2: Resultado da participação	72
GRÁFICO 3: Participação por editoria	73

1 INTRODUÇÃO

Desde 1990, o Sul Fluminense recebe o sinal da Rede Globo através da TV Rio Sul, afiliada da emissora carioca em Resende. Diariamente, são exibidos dois telejornais locais, com foco nas notícias regionais, o RJ1, ao meio-dia, e o RJ2, às 19h10. O RJTV da hora do almoço traz um foco comunitário, mais informal e conta sempre com a participação do público, principalmente pelo *WhatsApp*. Partindo da importância do uso de novas tecnologias na produção dos telejornais, este trabalho questiona: o telespectador, além de colaborar com as pautas, também auxilia, de certa forma, na apuração da notícia? O modo de produção de notícia no telejornal local mudou com a chegada das redes sociais?

Como hipóteses, acredita-se que o telespectador pode atuar como um “produtor colaborativo” em cidades onde a equipe jornalística da emissora não consegue chegar a tempo para a cobertura dos fatos. Tal evento pode ter sido aprimorado pelas transformações propiciadas pelos avanços da tecnologia, principalmente entre os anos de 2016 e 2020, com o início do uso do *WhatsApp* pela emissora. A participação recorrente também pode decorrer por conta de outro argumento: a drástica redução nos quadros funcionais das transmissoras, o que acabaria inviabilizando a cobertura total entre os espaços de abrangência do canal.

Além disso, a produção do telejornal também foi alterada conforme os avanços da tecnologia e com uma maior possibilidade de participação do telespectador, em sua maioria, por fotos e vídeos, uma vez que, feita de imagens, essa nova forma de interação flui com maior rapidez.

Com o passar dos anos, os telejornais locais buscaram se aproximar do telespectador não só em suas pautas, mas também de outras formas, como, por exemplo, um dinamismo na apresentação e nas reportagens com uma linguagem mais informal e uma maior participação do público, convidando as pessoas a participarem dos jornalísticos com pautas factuais ou não, mas desejando que haja essa interação entre telespectador e televisão.

Na TV Globo não é diferente. Desde 2017, a emissora carioca implantou, a partir de São Paulo, uma maior participação do público nos telejornais locais da emissora e de suas afiliadas. Seja pelo *Twitter* ou pelo *WhatsApp*, o público tem a oportunidade de mostrar como o dia está amanhecendo em sua cidade, a situação

dos transportes públicos e, até mesmo, denúncias e flagrantes, onde não há equipes de reportagem próximas.

No RJ1 produzido e exibido pela TV Rio Sul, em Resende, a participação dos telespectadores vai desde assuntos comunitários a pautas de prestação de serviços, como trânsito e tempo. A emissora fluminense divulgou o número do *WhatsApp* em setembro de 2015 e, desde então, passou a introduzir as colaborações do público no telejornal do meio-dia.

O trabalho tem como objetivo analisar as mudanças ocorridas na produção do telejornal da TV Rio Sul, RJ1, entre os anos de 2016 e 2020 com a difusão da *internet*, justamente pelo lançamento do *WhatsApp* da emissora ter sido feito em setembro de 2015. A metodologia utilizada neste trabalho foi uma revisão bibliográfica e uma análise das edições do telejornal ao longo da primeira semana do mês de março, escolhido por ser um mês, geralmente, sem feriados, entre 2016 e 2020 como forma de levantar quais foram os resultados das participações dos telespectadores no telejornal. Além disso, foi realizada uma entrevista com o editor-chefe do RJ1, Carlos Jefferson da Silva Teixeira e com a gerente de jornalismo, Ana Paula Pereira Garcia, como forma de compreender como funciona a colaboração do público antes de ir ao ar pela televisão. Estas entrevistas foram devidamente analisadas e autorizadas pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos (CEP) do UniFOA¹.

O presente trabalho justifica-se pela quantidade pequena de estudos acerca do jornalismo da TV Rio Sul, com ênfase no RJ1. Poderá contribuir, ainda, com estudantes de comunicação e futuros pesquisadores da área de jornalismo local e jornalismo participativo em televisão, uma vez que essa é uma divisão jornalística que vem mudando e continuará mudando com o passar do tempo.

Por fim, esta pesquisa foi dividida em cinco partes e as considerações finais. O primeiro capítulo apresentou a televisão no Brasil, com um foco maior no telejornalismo brasileiro e a televisão regional até a formação das grandes redes de TV's brasileiras. Em seguida, foi mostrada a história da Rede Globo, a maior emissora de televisão do país, passando ainda pelo "Jornal Nacional", seu principal

¹ A pesquisa está sob registro do número 326681420.100000.5237 no Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos (CEP) do UniFOA.

produto jornalístico e a relação da emissora com o jornalismo local através de suas afiliadas em todos os estados.

A história da TV Rio Sul, afiliada Globo, foi o foco do terceiro capítulo, apresentando a emissora de Resende (RJ) e o “RJTV”, telejornal local exibido para o Sul Fluminense, sendo a primeira edição o objeto de estudo dessa pesquisa. Na sequência, foi explicado o conceito de jornalismo participativo no Brasil, no mundo e na TV Rio Sul. Por fim, foi realizada a análise das edições do telejornal conforme descrito na metodologia, seguida das considerações finais.

2 HÁ 70 ANOS NO AR: O BRASIL SE VÊ NA TV

Este capítulo apresentará o contexto histórico da televisão no Brasil mesmo antes de entrar no ar até a chegada das imagens em alta definição, em 2007. De forma breve, serão destacados pontos importantes do telejornalismo brasileiro, além da expansão da TV para o interior com um jornalismo comunitário e regional.

2.1 “Boa noite: está no ar a televisão do Brasil”²

A *British Broadcasting Corporation* (BBC) iniciou em 2 de novembro de 1936 a primeira transmissão regular de televisão no mundo, mesmo sendo apenas duas horas diárias. A emissora britânica foi a pioneira na arte de levar imagem e som, desta vez juntos, à casa da população. Londres foi o local escolhido para a primeira transmissão³. No entanto, por conta de diversos testes estarem sendo realizados em diversas partes do planeta, não se pode precisar quem fez a primeira transmissão. A estadunidense *Columbia Broadcasting System* (CBS) iniciou em 1927 as transmissões de televisão em Nova Iorque, mas não tinha uma programação regular. Todavia, desde então, o mundo viu sua forma de se comunicar mudar para alcançar todos os cantos e todos os povos.

Doze anos mais tarde, o novo meio de comunicação chegou ao Brasil. Juiz de Fora, cidade mineira de aproximadamente 570 mil habitantes⁴, foi palco da história. No dia 23 de setembro de 1948, Olavo Bastos Freire, técnico em eletrônica, realizou a primeira transmissão de televisão no país sul-americano.

[...] ele realizou a primeira transmissão oficial totalmente eletrônica em circuito aberto, transmitindo imagens do Clube Juiz de Fora, na Av. Rio Branco, onde ficou o transmissor, para a loja comercial Casa do Rádio, na Av. Getúlio Vargas, onde foi instalado o receptor. (MUSSE, 2008, p.1).

Olavo construiu um osciloscópio⁵ e então, conseguiu um iconoscópio, onde, após a construção de sua câmera, pôde obter a primeira imagem num monitor de

² Frase dita por Sônia Maria Dorce na inauguração da TV brasileira. Disponível em: <<http://www.museudatv.com.br/biografia/sonia-maria-dorce/>>. Acesso em: 14 de maio de 2020.

³ BBC Brasil. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-37846960>>. Acesso em 14 de março de 2020.

⁴ Juiz de Fora (MG) possui 568.873 habitantes segundo estimativa do IBGE para 2019. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/juiz-de-fora/panorama>>. Acesso em 14 de março de 2020.

⁵ O osciloscópio é um aparelho eletrônico que nos permite visualizar e analisar uma diferença de potencial (DDP) em função do tempo em um gráfico bidimensional. O aparelho pode ser do tipo analógico ou digital — modelo que automatiza diversas medições e incorpora ainda mais funcionalidades ao analógico. Fonte: <<https://www.terra.com.br/noticias/dino/afinal-para-que-serve->

apenas três polegadas. Entretanto, essa transmissão no interior de Minas Gerais foi reservada apenas para autoridades, ou seja, não foi uma transmissão pública, que só iria acontecer dois anos depois.

Antes, em julho de 1939, a televisão já havia sido vista em território brasileiro, na Exposição da Televisão, no Rio de Janeiro. No evento, autoridades e toda a população puderam acompanhar um pouco do que ainda estava por vir no Brasil. De acordo com Barbosa (2013), além de um estúdio de TV completo, aparelhos enfileirados eram expostos para aqueles que tiveram a oportunidade de passar pelo pavilhão. A exposição contou com ajuda do governo alemão que, àquela altura, já tinha o novo meio de comunicação, conforme destaca Barbosa (2013, p. 259):

Se o governo norte-americano saiu na frente, oferecendo recursos para a construção da primeira usina siderúrgica brasileira, a de Volta Redonda, em troca do apoio às suas intenções bélicas, o governo alemão ofereceu como contrapartida o espetáculo da Exposição da Televisão.

No dia 18 de setembro de 1950 entrava no ar a PRF-3 TV Difusora, mais tarde TV Tupi de São Paulo, o primeiro canal de televisão do Brasil e da América do Sul. O jornalista Assis Chateaubriand, durante uma viagem aos Estados Unidos, conheceu a televisão e trouxe a ideia para o país. A primeira cidade a receber o novo meio de comunicação seria, a então capital federal, Rio de Janeiro, mas a topografia do município não permitiu a instalação da torre.

A intenção, até como caminho obrigatório, era fazer da capital federal o ponto de partida para esse novo veículo de comunicação do país, mas a equipe de técnicos dos Estados Unidos especialmente contratada constatou que o Morro do Pão de Açúcar, em função da topografia da cidade, não era o local ideal para instalar os transmissores da primeira emissora de televisão da América Latina (RICCO; VANNUCCI, 2017a, p. 12).

A corrida para inaugurar a primeira estação de TV da América Latina fez com que Chateaubriand transferisse a ideia para São Paulo, onde foi contemplado pelo Governo Federal com a concessão do canal 3 VHF⁶. Todavia, os atrasos no Rio não permitiram que Chatô, como era conhecido, conseguisse o feito de ter a primeira emissora de televisão latino-americana, já que em 31 de agosto foi inaugurado o canal 4 da Cidade do México, a XHTV, atual FOROtv, do Grupo Televisa (RICCO; VANNUCCI, 2017a).

um-osciloscopio,7f4cd02625fd363b42dab1af60025d52t9j0rev7.html>. Acesso em: 14 de março de 2020.

⁶ VHF significa frequência muito alta. São radiofrequências utilizadas, principalmente, na transmissão de sinais de rádio AM e TV analógica.

Após a implementação da TV no Brasil, muitos artistas do rádio migraram para o novo veículo. “Muita gente do rádio – e nem poderia ser diferente – foi aproveitada pela televisão, desde os primeiros dias da sua implantação. Claro que com as devidas e necessárias exceções” (RICCO; VANNUCCI, 2017a, p. 18). Mas a televisão não chamou a atenção do público logo de cara devido ao alto valor do novo aparelho. Por isso, 200 televisores foram colocados estrategicamente em alguns pontos de São Paulo para chamar a atenção dos paulistanos, o que na ocasião, deu aos planos de Chatô, visibilidade.

Desde o início da TV no país, a informação está presente no DNA da “caixa de pandora”, fazendo do jornalismo, portanto, algo fundamental em se tratando do que a televisão se propunha. A TV Tupi de São Paulo foi a pioneira no telejornalismo. O “Imagens do Dia” estreava em 19 de setembro de 1950. O noticiário, que como o próprio nome já diz, trazia informações do dia a dia e apresentava imagens narradas pelo locutor Rui Rezende. Esta estratégia viria a ser chamada posteriormente de nota coberta⁷.

Nesse mesmo jornal, tempos depois do seu lançamento, Assis Chateaubriand entendeu que o melhor seria dividir os trabalhos. Deixou Rui Rezende como produtor responsável e escolheu Maurício Loureiro Gama para ser o apresentador. As poucas matérias externas eram feitas numa pequena câmera RCA (RICCO; VANNUCCI, 2017b, p. 8).

Após o “Imagens do Dia”, a TV Tupi de São Paulo exibiu outros telejornais, como o “Telenotícias Panair” e o “Edição Extra”. Em 1952, a TV Tupi do Rio de Janeiro estreou o jornalístico “Seu Repórter Esso”, versão televisiva do programa radiofônico de grande sucesso. O jornalístico era apresentado por Gontijo Teodoro e levava ao ar exatas 31 notícias por edição, seguindo o modelo de rádio, só que com imagens cobrindo partes da fala do âncora.

Esse foi, durante muitos anos, o principal telejornal da televisão brasileira, passando a ser exibido também nas cidades em que os Diários Associados montavam sua rede de televisão. Entre elas, São Paulo (TV Tupi), Belo Horizonte (TV Alterosa) e Espírito Santo (TV Vitória), todas com edições locais e equipes próprias (RICCO; VANNUCCI, 2017b, p. 9-10).

O “Repórter Esso” foi exibido pela TV Tupi entre 1953 e 1970. A frase “Aqui fala o seu Repórter Esso, testemunha ocular da história” realmente entrou para a história do telejornalismo brasileiro.

⁷ Nota coberta: texto narrado pelo âncora do telejornal enquanto são apresentadas imagens na tela (PANTERNOSTRO, 2006, p. 212).

[...] lançado em 17 de junho de 1953, em São Paulo, dirigido e apresentado por Kalil Filho. No ano seguinte, os cariocas ganhavam a sua versão, com Gontijo Teodoro. Os dois eram conhecidos locutores de rádio, mas já começavam a esboçar uma linguagem e uma narrativa televisiva, o texto era objetivo, o apresentador enquadrado em plano americano e tinha horário fixo para entrar no ar, às 20h (PATERNOSTRO, 2006, p. 37).

Com o passar dos anos, a televisão começou a se popularizar no país devido, potencialmente, ao preço do aparelho que se tornou mais acessível ao público, além das estações de TV que começaram a chegar em outras regiões do Brasil. Outro ponto que corroborou para a popularização foi o interesse das agências de publicidade e anunciantes. A televisão surgia como uma fórmula mágica para a venda de produtos – e todos os produtos. Os anunciantes, antes tímidos, passam então a comandar as produções e os programas começam a ter os nomes associados ao do patrocinador (Paternostro, 2006). Além disso, “em 1961 o primeiro *link* da TV ligou Brasília no Centro-Oeste, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e São Paulo, transmitindo a inauguração de Brasília” (LORÊDO, 2000, não paginado *apud* GARCIA, 2009, não paginado).

Em 1965, no Rio de Janeiro, surge a TV Globo, de propriedade do jornalista Roberto Marinho. A emissora carioca começou com programas populares e despontou como a segunda maior do mundo, atrás apenas da estadunidense *American Broadcasting Company* (ABC)⁸

A TV Globo começa com uma programação voltada para a linha popular (Chacrinha, Dercy Gonçalves, Raul Longras e, a partir de 1966 – quando compra a TV Paulista – Silvio Santos) e, associada ao grupo norte-americano *Time-Life*, parte para a implantação do esquema de *network*, comprando ou contratando emissoras pelo país (afiliadas) para expandir o seu sinal (PATERNOSTRO, 2006, p. 33).

O primeiro telejornal exibido pela TV Globo foi o “Ultra-Notícias”, em 1965. Nessa época, o *videotape* – equipamento utilizado para gravar imagens e exibi-las depois, sem a necessidade da transmissão ao vivo – já era utilizado pelas emissoras, proporcionando uma qualidade maior ao produto entregue aos telespectadores.

O jornalismo se adaptou a todos os veículos aos quais foi inserido e com a televisão não foi diferente. As notícias, que antes eram apenas lidas ou ouvidas,

⁸ Disponível em: <<https://rd1.com.br/globo-supera-cbs-e-se-torna-a-segunda-maior-emissora-do-mundo-record-e-a-28a/>>. Acesso em 20 de agosto de 2020.

agora eram vistas. A imagem, primeiro em preto e branco, fascinou o telespectador brasileiro, que a partir da TV podia assistir às principais notícias do dia.

O telejornalismo se diferencia do que é apresentado em outros meios, pois consegue atingir um público maior e mais amplo – a TV Globo, por exemplo, chega atualmente a 5478 dos 5570 municípios do Brasil⁹ – e pela agilidade ao transmitir as informações, além, claro, de contar com o auxílio das imagens para o entendimento do que é transmitido.

Num certo sentido, podemos dizer que o telejornal é uma colagem de depoimentos e fontes numa sequência sintagmática, mas essa colagem jamais chega a constituir um discurso suficientemente unitário, lógico ou organizado a ponto de poder ser considerado “legível” como alguma coisa “verdadeira” ou “falsa”. (MACHADO, 2000, p. 110).

Apesar de tudo, o telejornal é um produto comercial e sua duração varia conforme a audiência. Aferição esta que no Brasil é feita pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope).

No telejornalismo, a informação também pode ser apresentada de diferentes formas. Algumas delas são a nota simples, quando uma matéria não tem cobertura externa; nota coberta, feita através de imagens, enquanto o apresentador noticia os fatos; e a notícia, que exibe a informação de forma um pouco mais expandida com o apoio de entrevistas. Machado (2000, p. 110) diz que, “[...] em geral as abordagens de telejornais se restringem a tentar verificar o grau de exatidão ou de confiabilidade da informação veiculada.”

O primeiro telejornal a ser exibido ao vivo para todo o país foi o “Jornal Nacional”, da TV Globo, em 1º de setembro de 1969. Essa façanha só foi possível graças a Embratel. Paternostro (2006, p. 33) lembra que “a Embratel interliga o Brasil por meio de linhas básicas de micro-ondas – rotas – e adere ao consórcio internacional para utilização de satélites de telecomunicações – o Intelsat.”

O JN, como é popularmente conhecido, foi idealizado para ser um telejornal verdadeiramente nacional e que abrangesse todas as regiões do Brasil. Memória Globo (2019, p. 301) observa que “a pretensão era sintonizar todo o país em um único canal. Este conceito de rede era, na verdade, uma ambição à frente das possibilidades tecnológicas da época. O *JN*, assim, nasceu visionário.” O trabalho

⁹ Disponível em: <https://negocios8.redeglobo.com.br/Paginas/Brasil.aspx>. Acesso em 14 de março de 2020.

para que um telejornal tivesse cobertura nacional foi intenso e envolveu pessoas de todas as áreas.

O modelo de um jornal nacional baseava-se em um duplo conceito. Por um lado, ele deveria ser transmitido simultaneamente para todo o Brasil; de outro, tinha a missão de contar as peculiaridades de suas cinco regiões. Para isso era preciso ter um sinal que alcançasse a vastidão de um país ainda em desenvolvimento e, ao mesmo tempo, formas de acessar a variedade de histórias que representavam sua multiplicidade geográfica e cultural (Idem, 2019, p. 301).

Além do satélite, tal intensão só se concretizou, efetivamente, nos anos seguintes – e segue até hoje – graças ao sistema de afiliadas. A primeira delas foi a TV Triângulo de Uberlândia (hoje TV Integração Uberlândia), em 1971. Emissora que também foi a primeira do interior do Brasil¹⁰, desde 1964 pelo canal 8¹¹. Atualmente são 122 emissoras próprias e afiliadas em todos os estados e no Distrito Federal.

Em 1982, a Globo já com cinco emissoras próprias – Rio de Janeiro, São Paulo, Recife, Belo Horizonte e Brasília – e 36 afiliadas, introduziu o uso de satélite e investiu na montagem de antenas em diversos pontos do país. O novo meio era mais confiável e dava agilidade ao jornalismo, na medida em que possibilitava a divulgação de notícias de forma imediata e instantânea. A ideia de rede nacional finalmente se efetivava (MEMÓRIA GLOBO, 2019, p. 304).

E com as novas tecnologias, os apresentadores dos telejornais deixaram de ser apenas leitores de *teleprompter*¹² para serem âncoras dos produtos jornalísticos, que cada vez mais começaram a pedir um aprofundamento nas notícias. Se outrora Gontijo Teodoro apenas lia as notícias num papel, com poucos olhares para a câmera, no “Repórter Esso”, o “TJ Brasil”, da TVS (atual SBT), mudou isso.

O *Telejornal Brasil* introduz a figura do âncora no telejornalismo brasileiro que, embora consagrada nos modelos dos telejornais norte-americanos, ainda não existia por aqui. O jornalista Bóris Casoy, apresentador e editor-chefe do telejornal, comenta e opina sobre algumas reportagens. O *TJ Brasil* se contrapõe ao *Jornal Nacional*, que permanece na liderança da audiência (PATERNOSTRO, 2006, p. 35).

¹⁰ Há controvérsias. A TV Industrial, de Juiz de Fora (MG), atual TV Integração Juiz de Fora, de 1964, afirma também ter sido a primeira emissora de televisão no interior do país. A TV Bauru, de Bauru (SP), atual TV Tem Bauru, de 1959, também diz ter sido a primeira emissora de televisão no interior do país. Disponível em: <<https://tribunademinas.com.br/noticias/cultura/06-04-2019/tv-industrial-e-resgatada-apos-tombamento-do-predio.html>>. Acesso em 29 de abril de 2020.

¹¹ Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/mg/tvintegracao/noticia/2011/11/linha-do-tempo.html>. Acesso em 29 de abril de 2020.

¹² *Teleprompter* ou TP é o aparelho que reproduz o texto do *script* sobre a câmera, facilitando a leitura do apresentador (PATERNOSTRO, 2006, p. 222).

Além do jornalístico da emissora de Silvio Santos, os telejornais “Bom Dia São Paulo” (1977), “Bom Dia Brasil” (1983) – ambos da Globo – e “Aqui Agora” (1991), do SBT, são, da mesma forma, programas que marcaram a história do telejornalismo brasileiro e que introduziram a opinião e a informalidade no âmbito nacional através do âncora. Os matutinos locais da Rede Globo, os “Bom Dia Praça”, por exemplo, passaram a fazer o uso de uma ancoragem informal para chamar a atenção do público, deixando a linguagem mais clara para o telespectador, conforme destacam Garcia e Silva (2016, p. 287): “Diferentemente do jornal impresso, o telespectador não tem tempo para ouvir novamente e buscar uma explicação melhor sobre aquilo que acabou de ver na televisão. Por isso, é fundamental que o texto seja simples, como uma conversa informal com seu vizinho.”

Atualmente, o telejornalismo também está presente nas emissoras de TV por assinatura, como a GloboNews (desde 1996), BandNews (desde 2001) e CNN Brasil (desde março de 2020). Tais emissoras são consideradas *all news*, pois são dedicadas totalmente ao jornalismo. A Record News, em 2007, veio com a proposta de ser o primeiro canal de notícias da TV aberta, porém não ganhou fôlego para competir com sua principal concorrente, a GloboNews, chegando a exibir “telecultos” durante a programação¹³.

Em dezembro de 2007, o governo federal inaugurou o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T). Os testes e o decreto para implantação, no entanto, começaram bem antes. Os testes começaram em 1994 e, em 2003, o então presidente Luís Inácio Lula da Silva assinou o documento.

Entre as vantagens da TV digital, estão a melhor qualidade de imagem e som e a possibilidade de assistir TV por meio de celulares e outros aparelhos móveis. São Paulo, mais uma vez, foi a cidade escolhida. Poucos meses depois, o sistema digital começou a se espalhar pelo Brasil. A qualidade *HDTV*¹⁴ aproxima o telespectador da TV e, conseqüentemente, de seus produtos, como os telejornais.

¹³ Disponível em: <<https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/2019/07/record-news-troca-jogo-de-futebol-por-oracao-da-igreja-universal-e-irrita-internautas>>. Acesso em 29 de abril de 2020.

¹⁴ Sigla que em inglês significa *High Definition Television*. Em português, traduzido para televisão de alta definição.

Em entrevista a Flávio Ricco e José Armando Vannucci¹⁵, o âncora do “SBT Brasil”, Carlos Nascimento, diz que a televisão mudou muito com o sistema digital: “Hoje, temos telas enormes, e o sinal dentro delas é 100% ocupado no espaço físico. Quando era TV de tubo, basicamente só se via imagem no centro da tela. As beiradas, os cantos da TV antiga não tinham função nenhuma.”

2.2 As vozes do interior: as televisões locais

O interior do território brasileiro é formado por grandes cidades e por uma economia forte e atuante. Isso não seria diferente no âmbito da televisão, que está presente em importantes regiões do país, sendo em alguns locais uma das únicas formas de transmissão de informação.

O processo de interiorização da televisão demorou e só foi possível graças as afiliadas das grandes redes, presentes no Rio de Janeiro e em São Paulo. Oliveira Filho (2019, p. 60), aponta que “um dos motivos para o desenvolvimento tardio em regiões fora das áreas metropolitanas era a pouca quantidade de televisores entre a população interiorana.” De fato, a situação econômica interferiu nesse processo, como se observa até os dias atuais: regiões com um maior desenvolvimento possuem uma maior quantidade de geradoras¹⁶.

O desafio estava posto: conciliar a programação local com qualidade sustentando os altos custos que a empreitada acarreta. O telejornalismo se apresentou como o caminho para tal conquista e se reflete como a principal grade das programações regionais (BAZI, 2001; COUTINHO, 2005 *apud* MELO, 2009, não paginado).

Além da situação econômica, os equipamentos – ou a falta deles – também interferiram nas transmissões. Em Juiz de Fora, a TV Industrial tentava fazer um bom produto, mas problemas com equipamentos de áudio e de vídeo e os produtos do *switcher*¹⁷ levavam dificuldades aos técnicos e jornalistas (MUSSE, 2008, p. 6). A TV Industrial, após problemas financeiros, foi vendida para a Rede Globo, se tornando a TV Globo Juiz de Fora. A venda provocou diminuição drástica do conteúdo local, conforme explicam Coutinho e Fernandes (2007, p. 2): “Assim, em

¹⁵ Entrevista concedida aos jornalistas Flávio Ricco e José Armando Vannucci para o livro “Biografia da Televisão Brasileira” (RICCO; VANNUCCI, 2017b, p. 423).

¹⁶ Geradora é o serviço de radiodifusão destinado à transmissão de sons e imagens, por ondas rádio-elétricas, com a particularidade de geração conteúdo local. A geradora se caracteriza pela inserção de programação produzida localmente. Fonte: TV Canção Nova. Disponível em: <https://tv.cancaonova.com/quick_faq/15-qual-diferenca-entre-geradora-e-retransmissora/>. Acesso em 29 de abril de 2020.

¹⁷ *Switcher* ou sala de controle é o local do comando da operação do telejornal ou programa ao vivo (PATERNOSTRO, 2006, p. 221).

1980, a emissora passa a integrar o grupo Roberto Marinho, e a retransmitir o sinal da Rede Globo. Na época, a população juizforana viu a programação local ser reduzida a minutos diários de telejornais.”

No interior do país, o jornalismo local, com um tom comunitário, sempre que possível, tentou dar voz e vez ao público, àqueles que sempre os acompanham. A título de exemplo, tem-se a “greve dos boias-frias” de 1984, na região de Ribeirão Preto, Norte de São Paulo.

A TV Ribeirão abriu câmeras e microfones para os boias-frias, empresários das indústrias de suco de laranja e sucroalcooleiros, fiscais e Ministro do Trabalho, que se deslocou para a região para mediar as negociações entre patrões e empregados. Todos foram ouvidos, todos tiveram voz (SAVENGAGO, 2012, p. 109).

Esse trecho representa o trabalho de uma afiliada, dando voz ao interior. Uma emissora regional que, a partir do momento que lá estava instalada, assumia o compromisso de usar seu jornalismo para buscar resolver os problemas de todos aqueles que os assistiam em sua área de cobertura (SAVENHAGO, 2012).

A partir da década de 1950, os anos foram marcados pela chegada de emissoras de televisão em diversas regiões do Brasil, trazendo uma proximidade com os telespectadores que, agora, viam suas cidades e se viam na televisão.

O local se torna um território audiovisual que é constituído, por meios dos recortes e reconstrução da realidade transmitida nos telejornais locais. Estes buscam estabelecer um território de pertencimento com o seu público. Neste território o telespectador se reconhece e convive com mensagem que constituiriam um repertório comum, capaz de “enlaçar” dada comunidade (COUTINHO; FERNANDES, 2007, p. 6).

As afiliadas despontaram e cada vez mais emissoras eram criadas. Diversas das estações de TV nascidas em 1950 estrearam independentes, com uma voz forte e atuante no âmbito local. Barbosa (2013) aponta que foram inauguradas 21 emissoras entre 1955 e 1961 em todas as regiões do Brasil.

Em 1955 começa a funcionar a TV Itacolomi de Belo Horizonte. Quatro anos depois é a vez da TV Piratini de Porto Alegre e TV Cultura de São Paulo. Em 1960 são inauguradas a TV Itapoan, de Salvador, a TV Brasília, a TV Rádio Clube de Recife, a TV Paraná, a TV Ceará, a TV Goiânia, a TV Mariano Procópio de Juiz de Fora, a TV Tupi-Difusora de São José do Rio Preto. E no ano seguinte, seria a vez da TV Vitória, TV Coroados, TV Borborema (Campina Grande/PB), TV Alterosa (Belo Horizonte/MG), TV Baré, TV Uberaba, TV Florianópolis, TV Aracaju, TV Campo Grande e TV Corumbá (Idem, 2013, p. 277).

Entretanto, um dos fatores que proporcionaram a chegada da televisão às cidades mais distantes das capitais e regiões metropolitanas, foi o *videotape* (VT), aparelho que tem como função a possibilidade de gravação de programas e outros

materiais externos, como as reportagens e entrevistas, mudando a forma de se fazer televisão.

O uso do VT possibilitou não somente novelas diárias como também a implantação de uma estratégia de programação horizontal. A veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana criou o hábito de assistir televisão rotineiramente, prendendo a atenção do telespectador e substituindo o tipo de programação em voga até então, de caráter vertical, com programas diferentes todos os dias (MATTOS, 2002, p.87 *apud* GARCIA, 2009, p. 5).

Além do VT, a transmissão via satélite, enfim, possibilitou a construção de redes de televisão. A própria TV Globo se tornou uma rede com o uso de um dos satélites da Embratel. A emissora fechou contrato de afiliação com televisões locais nas principais cidades do interior do país, como Campinas/SP (EPTV Campinas), Feira de Santana/BA (TV Subaé), Campina Grande/PB (TV Paraíba) e Santarém/PA (TV Tapajós), como forma de levar sua programação gerada em São Paulo e no Rio de Janeiro para todo o Brasil.

Outras emissoras também seguem o mesmo padrão. O SBT tem 114 emissoras entre próprias e afiliadas em todos os estados, com exceção de Sergipe, que recebe o sinal de São Paulo¹⁸. Compõem a RecordTV 121 emissoras nos 26 estados e no Distrito Federal¹⁹. A Rede Bandeirantes possui 74 afiliadas²⁰, seguida da RedeTV! com 40 emissoras²¹.

Atualmente, a regionalização ganha cada vez mais força entre os gerentes das emissoras e os telespectadores fora do eixo Rio-São Paulo, que se interessam cada vez mais pelo que acontece onde moram, conforme defende Mauro Lissoni, diretor de programação e conteúdo da Rede Massa, afiliada do SBT no Paraná, em entrevista a Flávio Ricco e José Armando Vannucci²²: “Quem está aqui no Paraná não quer saber do congestionamento na Marginal Pinheiros ou Tietê, mas daquilo que está acontecendo na cidade ou estado dele.”

Apesar da internet, com informações sendo consumidas a todo instante pelos usuários, cabe à televisão, principalmente aberta e local, levar informação e entretenimento aos lugares mais inóspitos, às pessoas mais humildes, sem acesso

¹⁸ Disponível em: <<https://www.sbt.com.br/institucional#quem-somos>>. Acesso em 29 de abril de 2020.

¹⁹ Disponível em: <<http://comercial.recordtv.com.br/atlas-de-cobertura/>>. Acesso em 29 de abril de 2020.

²⁰ Disponível em: <<https://comercial.band.com.br/atlas>>. Acesso em 29 de abril de 2020.

²¹ Disponível em: <<https://www.redetv.uol.com.br/institucional>>. Acesso em 29 de abril de 2020.

²² Entrevista concedida aos jornalistas Flávio Ricco e José Armando Vanucci para o livro “Biografia da Televisão Brasileira” (RICCO; VANNUCCI, 2017b, p. 362).

às novas tecnologias. Por isso, segue sendo, ainda, o meio de comunicação preferido do Brasil para se informar²³.

²³ Pesquisa Brasileira de Mídia 2016. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.ghtml>>. Acesso em 26 de abril de 2020.

3 REDE GLOBO: HÁ 55 ANOS NO AR

Esta parte do trabalho será dividida em três momentos: o primeiro apresentará a história da Rede Globo com a inauguração no Rio de Janeiro e a expansão do sinal pelo país, por meio do sistema de afiliadas; o segundo discorrerá acerca do principal produto jornalístico da emissora, o Jornal Nacional, onde serão apresentados os trâmites para a implantação do telejornal e um breve contexto sobre o “modo de fazer” e a história do JN; já o terceiro tratará do telejornalismo local da TV Globo e o padrão adotado pelas emissoras da rede.

3.1 “Do Rio para o Rio e para todo o Brasil”²⁴

Com a chegada da televisão no Brasil, através da TV Tupi de São Paulo, a família Marinho, que já era detentora da concessão dos canais da Rádio Globo e ainda sustentava o jornal diário O Globo, também quis se fazer presente no novo meio comunicativo que surgia no país. A concessão televisiva foi pedida ao governo de Gaspar Dutra, em 1951, mas não foi aceita de imediato. Ricco e Vannucci (2017a, p. 258) afirmam que “o pedido ficou engavetado por longos seis anos, porque Getúlio Vargas, que assumiu a Presidência em seguida, revogou a autorização, que só saiu definitivamente em 1957, já na gestão de Juscelino Kubitscheck”.

Oito anos após a autorização para operar pela Presidência da República, entrava no ar a TV Globo, canal 4 VHF, na cidade do Rio de Janeiro às 10h45 do dia 26 de abril de 1965 com o programa infantil “Uni Duni Tê.” A inauguração, segundo Paternostro (2006), só foi possível depois de um forte investimento avaliado em cerca de R\$ 6 milhões para que fosse erguida. O apoio financeiro veio de uma parceria com um grupo de comunicação estadunidense, o *Time-Life*, o que era proibido na ocasião, mas que não chegou a ser um impedimento, ao menos de maneira efetiva.

Apesar de não ter começado na liderança da audiência, a emissora carioca parece ter caído no gosto dos moradores após prestar um serviço de jornalismo comunitário durante uma forte chuva que atingiu a capital fluminense em 1966. A partir daí, manteve-se em primeiro lugar na audiência – do Rio. Além disso, a programação mais popular também foi uma forte aliada para esta aproximação com

²⁴ Slogan da Globo Rio em 2020.

o público. O que se deveu em parte pela inclusão de participações de artistas e comunicadores como Dercy Gonçalves, Chacrinha e Silvio Santos em seu elenco, conforme destaca Paternostro (2006). O monopólio de audiência da emissora carioca foi corroborado pelas dificuldades apresentadas pelas concorrentes. Paternostro (2006, p. 33) lembra que:

Em São Paulo, a Record e a Bandeirantes (criada em 1967), abaladas por incêndios, tiveram suas produções prejudicadas. A Record partiu, então, para uma programação baseada em filmes americanos. A Bandeirantes experimentou produções de música popular brasileira, de boa qualidade, mas de pouca audiência. [...] A Excelsior, ao completar dez anos, tem sua concessão cassada pelo governo.

Todavia, a direção da TV Globo não queria ficar restrita apenas à cidade do Rio de Janeiro, mas sim expandir o sinal da emissora para todo o país, formando uma rede de televisão²⁵. Para isso, nos anos seguintes, contou com o sistema de afiliadas, que consistiu em contratos com redes ou emissoras de TV espalhadas pelo Brasil como forma de que seu sinal chegasse às cinco grandes regiões brasileiras.

Assim, as grandes redes nacionais garantem o alcance nacional com a retransmissão de sua produção por suas emissoras afiliadas. Portanto, as emissoras regionais obedecem a contratos, onde devem ocupar com produção local ou regional espaços predeterminados (COUTINHO, 2009, p. 8, *apud* MELO, 2005).

Naquele momento a Globo se torna uma rede, no entanto, teve que, como contrapartida, ceder alguns espaços na programação para a inserção de programas e comerciais locais. Conforme diz Pereira (2013), a partir desse momento a Globo conseguiu, por meio de micro-ondas, transmitir sua programação para várias cidades ao mesmo tempo. Foi nesse período que surgiu a expressão: “Padrão Globo de Qualidade”

Greco (2013) traz que o “Padrão Globo de Qualidade” começou a ser implementado, ainda em 1965, por Walter Clark. Ricco e Vannucci (2017a) explicam que Clark chegou à TV Globo devendo satisfações apenas ao dono, Dr. Roberto Marinho, que lhe deu carta branca para executar mudanças na emissora. O “padrão” adotado se baseia em três pilares:

²⁵ A rede de televisão é composta pela cabeça de rede (onde fica a sede da emissora), por outras emissoras próprias (geralmente nas principais capitais) e pelas afiliadas (PATERNOSTRO, 2006, p. 196).

(1) a técnica na difusão da sua programação, caracterizada pela recepção do seu sinal e abrangência da cobertura, pela boa definição da imagem etc.; (2) ao caráter empresarial, constituído de forte infraestrutura, equipamentos de última geração, maiores salários e índices de audiência; e (3) ao seu profissionalismo técnico-estético, cuidado com cenários e figurinos, programação visual constantemente reformulada, além do uso de efeitos especiais, elenco fixo com atores renomados e investimento numa teledramaturgia nacional (FECHINE, 2006 *apud* GRECO, 2013, p. 24).

A reunião do sinal presente em boa parte do Brasil e de uma rede de emissoras afiliadas também foi decisiva para que a TV Globo se tornasse a Rede Globo. As primeiras emissoras a se filiarem à nova rede, foram a TV Gaúcha (RBS TV Porto Alegre), TV Triângulo (TV Integração Uberlândia), TV Guajará – PA (extinta em 1995), TV Coligadas (NSC TV Blumenau) e TV Verdes Mares - CE. Apenas com essas afiliadas e com as cinco emissoras próprias, a Globo conseguiu chegar a todas as grandes regiões do Brasil. O sistema de afiliadas obtido pela Globo (e adotado com algumas mudanças por outras emissoras) é controlado com horários destinados exclusivamente à programação local, diferente de países como os Estados Unidos. No país norte-americano, é utilizado o sistema de *syndication*²⁶ pelas afiliadas das grandes redes de TV aberta, conforme explica Oliveira Filho (2018, p.10):

As emissoras locais e regionais têm mais liberdade para decidirem o que vão exibir na grade de programação. Através de um modelo denominado *Syndication* os canais locais e regionais são livres para negociar diretamente com as produtoras a compra de programas, como *talkshows*, informativos e séries ficcionais.

Segundo o site globo.com, na página da programação, a emissora carioca disponibiliza os seguintes horários²⁷ para a veiculação local: de segunda a sexta das 06h às 08h30 e após o “Jornal da Globo”²⁸; de segunda à sábado de 12h às 13h²⁹ e 19h10 às 19h40; aos sábados das 08h às 09h e 14h às 15h10; e aos domingos de 07h25 às 07h50. Nesses horários, pelos quatro cantos do país são exibidos telejornais, programas jornalísticos, esportivos e de entretenimento.

²⁶ *Syndication* é prática na qual o mesmo programa pode ser exibido em várias emissoras do país. Fonte: TV História. Disponível em: <<http://www.tvhistoria.com.br/NoticiasTexto.aspx?idNoticia=3011>>. Acesso em 11 de abril de 2020.

²⁷ Hora de Brasília. Disponível em: <<https://redeglobo.globo.com/programacao>>. Acesso em 11 de abril de 2020.

²⁸ Apenas nas afiliadas de Mogi das Cruzes, Itapetininga, Taubaté, Uberaba e Mossoró. Fonte: Programação Globo.

²⁹ Emissoras afiliadas em 17 estados iniciam o telejornal às 11h45. Fonte: Programação Globo.

Atualmente, são 122 emissoras afiliadas à Globo em todos os estados e no Distrito Federal³⁰. São elas: RBS TV, NSC TV, RPC, TV Tem, TV Fronteira, TV Diário, TV Tribuna, TV Vanguarda, EPTV, TV Integração, InterTV, TV Rio Sul, TV Gazeta ES, Rede Bahia, TV Sergipe, TV Gazeta AL, TV Asa Branca, TV Grande Rio, TV Paraíba, TV Cabo Branco, TV Verdes Mares, Rede Clube, TV Mirante, TV Liberal, TV Tapajós, Rede Amazônica, TV Anhanguera, TV Centro América, TV Morena, Globo Brasília, Globo Recife, Globo Rio, Globo Minas e Globo São Paulo.

Com um sistema de afiliadas solidificado, a Globo aposta cada vez mais no jornalismo como forma de manutenção da audiência. De segunda a sexta, são cinco telejornais exibidos ao vivo³¹ em rede nacional.

O jornalismo ao vivo começa às 4h com o “Hora Um”, segue com o “Bom Dia Brasil” às 8h30, o “Jornal Hoje” às 13h25, o “Jornal Nacional” às 20h30 e finaliza com o “Jornal da Globo” no início da madrugada. Os telejornais apresentam, cada um, linguagem própria e conexão com as emissoras do grupo, afiliadas e escritórios internacionais.

3.2 No ar: Jornal Nacional

Quando se pensa em Globo, logo se associa às novelas. É verdade, a emissora é uma grande produtora e exportadora do gênero e o sucesso sempre foi de bons números, como em “Roque Santeiro”, onde, segundo Ricco e Vannucci (2017a), de cada 10 TVs ligadas, 8 estavam sintonizados na Rede Globo no horário da novela.

Entretanto, o jornalismo sempre foi um ponto forte da “Vênus Platinada” e com a ambição de ser uma rede de televisão, a emissora viu a oportunidade nascer através do sistema de afiliadas para poder transmitir uma programação nacional do Rio para todo o país. “A implantação das redes regionais de televisão faz parte de uma estrutura mercadológica da Globo de ampliação de mercado” (ORTIZ *apud* VIZEU, 1995, p. 7).

Esta ampliação ganharia força e fôlego em 1º de setembro de 1969, quando nasce o Jornal Nacional, apresentado por Hilton Gomes e Cid Moreira.

³⁰ Disponível em: <<https://negocios8.redeglobo.com.br/Paginas/Brasil.aspx>>. Acesso em 11 de abril de 2020.

³¹ Exceto Acre, que acompanha ao vivo apenas os telejornais “Bom Dia Brasil” e “Jornal Nacional.” Disponível em: <<https://redeglobo.globo.com/redeamazonica/>>. Acesso em: 26 de abril de 2020.

A TV Globo lançou o primeiro programa em rede nacional: às 19h56 do dia 1º de setembro de 1969 entrou no ar o *Jornal Nacional*, feito no Rio e retransmitido ao vivo, via Embratel, para as emissoras da rede, mostrando imagens de várias cidades brasileiras que haviam sido geradas para a sede no Rio de Janeiro pelo satélite (PATERNOSTRO, 2006, p. 33).

Antes das redes de micro-ondas e do satélite da Embratel, os telejornais e outros programas, principalmente as telenovelas e os musicais, viajavam em fitas por ônibus ou aviões pelo Brasil, o que acarretava atrasos e chegavam ao telespectador com um certo *delay*³². E o *Jornal Nacional* veio para mudar essa situação com o apoio da tecnologia. “E não havia laboratório melhor pra você fazer uma experiência de rede do que um telejornal em rede”, conta Armando Nogueira, ex-diretor de jornalismo e esportes da Rede Globo, em entrevista ao site Memória Globo³³.

Vizeu (1995) relembra que naquele 1º de setembro, a primeira imagem que ia ao ar, em simultâneo para todo o país, era a de uma reportagem sobre o então Ministro da Fazenda e o “não funcionamento” de diversas atividades financeiras no Brasil.

O “boa noite” dos âncoras passou a ser uma marca registrada do telejornal. Além disso, outra marca foi a alcance do produto jornalístico, nunca antes visto, e que se tornou líder de audiência. Entre os dias 16 e 20 de março de 2020, foram 34,2 pontos no Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), a maior audiência daquela semana na TV brasileira³⁴.

Desde então, diversas coberturas foram feitas pelo *Jornal Nacional*, como os ataques ao World Trade Center, nos EUA, em 2001; as rebeliões em presídios paulistas, comandados pelas facções criminosas, em 2006; as enchentes na Região Serrana Fluminense, em 2011; e a pandemia de COVID-19, em 2020. William Bonner, editor-executivo e apresentador do JN, explica quais os assuntos se destacam no telejornal:

³² Delay, do francês *delayer*, significa atraso temporal. Disponível em: <<https://definicao.net/delay/>>. Acesso em 29 de agosto de 2020.

³³ Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-nacional/>>. Acesso em 31 de março de 2020.

³⁴ Dados do Kantar Ibope Media. Cada ponto corresponde a 70.317 indivíduos no PNT (Painel Nacional de Televisão), que afere a audiência de 15 regiões do país. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/dados-de-audiencia-nas-15-pracas-regulares-com-base-no-ranking-consolidado-16-03-a-22032020/>>. Acesso em 31 de março de 2020.

Os assuntos obrigatórios em uma edição do *JN* são os que têm importância absoluta. Aqueles que se impõem no cardápio de notícias, mesmo que o mundo venha a desabar na próxima meia-hora. Nessa condição, entram grandes catástrofes, mortes de expoentes de alguma área de atividade humana, notícias que você não terá a menor dúvida de que são realmente dignas de nota (MEMÓRIA GLOBO, 2019, p. 50).

Em 2019, o principal telejornal do país completou 50 anos no ar e como forma de comemoração exibiu cinco minidocumentários de 15 minutos no formato de mosaico de diversas reportagens do Jornal Nacional nessas cinco décadas. Foram apresentados os seguintes temas: “Relações com o outro”, “O Trabalho”, “Educação & Conhecimento”, “Saúde” e “Cidades”. Além disso, aos sábados, entre os meses de agosto e novembro, âncoras dos telejornais locais das afiliadas da Globo em todos os estados e no DF, apresentaram o Jornal Nacional no Rio de Janeiro.

Com um número de apresentadores ímpar, foi necessário ampliar a participação de jornalistas. Para isso, convidou-se o mais antigo apresentador de um telejornal local da Rede Globo, o jornalista Mário Motta, âncora do “Jornal do Almoço” na NSC TV de Santa Catarina, para fechar a composição da última dupla comemorativa na bancada do JN. Esta foi considerada uma forma de homenagear profissionais da Rede Globo no Brasil inteiro, que produzem, diariamente, material para o Jornal Nacional³⁵.

O JN foi o primeiro conteúdo a interligar a produção de todas as afiliadas ao que era produzido na sede, mas não significa que a emissora deixaria de considerar as produções locais, ao contrário. O local continuou tendo espaço na programação da Globo.

3.3 Praça TV: as notícias com os sotaques do Brasil

A própria Rede Globo, pensando no jornalismo local aliado à prestação de serviço, estreou em 1977 seu primeiro telejornal matutino, o “Bom Dia São Paulo”, que logo pela manhã apresentava as primeiras notícias do dia em São Paulo e Região Metropolitana. Além disso, foi a primeira vez que um telejornal da emissora utilizou uma unidade portátil de jornalismo para a transmissão ao vivo de repórteres nas ruas. O formato teve êxito e se expandiu. Em pouco tempo, as praças e emissoras afiliadas da Rede Globo implementaram o “Bom Dia Praça”, regionalizando o conteúdo, e o transmitindo no mesmo horário matutino. “A

³⁵ Jornal Nacional 50 Anos. Disponível em: < <https://g1.globo.com/jornal-nacional/50-anos/>>. Acesso em 01 de abril de 2020.

característica comunitária desse telejornal permanece até hoje” (PATERNOSTRO, 2006, p. 38).

Segundo o Memória Globo³⁶, atualmente, o “Bom Dia Praça” possui diversos formatos em todo os estados e no Distrito Federal com duas horas e meia de duração (06h às 08h30). O telejornal matutino foca no telespectador que está saindo de casa logo cedo, exibindo informações ao vivo sobre o tempo, o trânsito e tudo aquilo que pode afetar a rotina da cidade. As afiliadas no interior de São Paulo, Minas Gerais, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, ainda transmitem uma parte regional no “Bom Dia”, com foco em cada região. O mesmo padrão já foi adotado no Maranhão, Bahia e Rio de Janeiro, mas atualmente, o jornal segue em rede estadual nessas regiões.

Figura 1: Logo do telejornal “Bom Dia Rio” (2018) – Globo Rio



Fonte: Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Bom_Dia_Rio>. Acesso em 10 de julho de 2020.

À noite, o Jornal Nacional foi o primeiro espaço dado ao jornalismo local das emissoras afiliadas daquela época no horário nobre.

Em determinado ponto do noticiário, sem que o telespectador percebesse, desfazia-se a rede e cada estado entrava com o seu noticiário local. O tempo para desenvolver as matérias, porém, era escasso, o que implicava em um rigor excessivo em relação ao noticiário. A cobertura acabava se restringindo a notícias curtas de 30 segundos sobre problemas de água, esgoto e calçamento (MEMÓRIA GLOBO, 2020)³⁷.

No entanto, a direção da TV Globo percebeu que o jornalismo local necessitava de mais tempo e de uma identidade própria. Foi criado, então, em 02 de

³⁶ Bom Dia Praça. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/bom-dia-rio/>>. Acesso em 10 de julho de 2020.

³⁷ Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional.htm>>. Acesso em: 01 de abril de 2020.

abril de 1979 o “Jornal das Sete”. O telejornal apresentava as principais notícias de cada estado de segunda a sábado às 18h50³⁸.

Porém, a RBS TV, afiliada no Rio Grande do Sul, desde 1972 produz o Jornal do Almoço (JA), o tendo como o principal produto da emissora gaúcha. O programa era exibido de 11h30 às 13h30, mesmo em uma época sem espaço regional na grade.

Além de destacar as principais notícias do dia, é um telejornal de entretenimento e cultura. Apresenta entrevistas e comentaristas de política, economia, geral e esporte. Em diferentes dias da semana são apresentados diversos quadros. Alguns são veiculados para todo o estado, mas as emissoras do interior também produzem quadros específicos nos blocos locais (HINERASKY, 2003, p. 182).

Em 1º de janeiro de 1983 o “Jornal das Sete” foi extinto pela TV Globo e o jornalismo local ganhou um novo espaço. No dia 03 de janeiro do mesmo ano às 19h48 pelo horário de Brasília, estreava o “Praça TV”. As emissoras de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte e Recife lançaram simultaneamente os seus telejornais regionais: SPTV, RJTV, DFTV, MGTV e NETV, respectivamente. Segundo o Memória Globo³⁹, “a proposta era conferir maior identidade ao noticiário regional, até então incorporado aos principais telejornais da emissora.”

Figura 2: Logo do telejornal “MGTV” (1983) – Globo Minas.



Fonte: Disponível em: <<https://rede-globo-logopedia-2.fandom.com/wiki/MGTV>>. Acesso em 10 de julho de 2020.

³⁸ Jornal das Sete. Disponível em: < <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-das-sete/>>. Acesso em 10 de julho de 2020.

³⁹ RJTV. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/rjtv/estreia/>>. Acesso em 01 de setembro de 2020.

Atualmente, o “Praça TV” é exibido pelas emissoras próprias e afiliadas em todas as unidades da federação em dois horários: ao meio-dia (ou 11h45 em algumas praças) e às 19h10, pela hora de Brasília. O nome do formato faz alusão à sigla do estado + TV.

Os telejornais locais da Globo seguem uma linha editorial com foco na comunidade e prestação de serviço. Segundo o Memória Globo⁴⁰, um dos primeiros passos para um jornalismo comunitário foi dado pelo SPTV, em 1999, passando a ser implementado no RJTV, da Globo Rio, em 2000. Além disso, a regionalização do “Praça” faz com que o jornalismo local chegue a diversos pontos do país. A região de Juiz de Fora, por exemplo, exibe o jornal local pela afiliada Globo na cidade desde 03 de janeiro de 1983⁴¹. Os únicos estados do país que, através de suas afiliadas Globo, não têm uma descentralização do telejornalismo local para o interior, são Acre, Alagoas, Amapá, Piauí, Rio Grande do Norte, Roraima, Sergipe e Tocantins.

Ao longo dos anos, os telejornais locais foram mudando e se adaptando às novas tecnologias, principalmente à *internet*. Hoje não se assiste mais TV apenas no aparelho da sala ou do quarto, mas, sim, pelo *tablet*, computador ou celular. No ônibus, no trabalho ou no metrô. Ao vivo ou depois, na íntegra, *on demand*⁴².

Desde 2017, gradativamente, a Globo mudou o grafismo e o modelo dos telejornais locais. Agora, mais dinâmicos e interativos, os “praças” são apresentados, na maioria das vezes, em pé e com uma participação maior do público pelas redes sociais. Além disso, a sigla TV passou a ser deixada de lado, sendo substituída pelos números 1 para a edição do meio-dia e 2 para a edição noturna, assim chamados de “Praça 1” e “Praça 2”. Em São Paulo, por exemplo, as edições do SPTV passaram a ser denominadas SP1 e SP2.

O plano é também fazer uma integração com outros produtos da emissora, de modo que haja a atuação de repórteres do portal e a interferência dos que trabalham com conteúdo de esporte. Esse conjunto de ações faz parte de uma tendência dos telejornais adentrarem no processo de convergência

⁴⁰ SPTV. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/sptv/anos-1990/>>. Acesso em 11 de julho de 2020.

⁴¹ 30 anos do MGTV - 03/01/2013 - TV Integração Juiz de Fora. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=lj9EOUUMYrs>>. Acesso em 11 de julho de 2020.

⁴² *On demand* é a disponibilidade de assistir aos programas que você mais gosta na hora que você quiser. Possível graças à tecnologia a cabo e um servidor local, que faz o streaming (transmite os programas sem precisar baixá-los ou armazená-los) das imagens. Disponível em: <<https://www.zoom.com.br/tv/deumzoom/o-que-e-tv-on-demand>>. Acesso em 10 de julho de 2020.

da nova ecologia midiática. Nos últimos anos, já sob influência da inserção de novas tecnologias, os telejornais vinham mudando a narrativa, a atuação na apresentação e renovando sua linguagem, com jornalistas que rearranjam seus modos de enunciação, movimentam-se no estúdio, dirigem-se aos telespectadores, compartilham experiências pessoais, convocam participação, fazem uso de telões e de equipamentos eletrônicos, interagem com vários repórteres simultaneamente (BELÉM; CIRNE, 2017, p. 1-2).

A Globo São Paulo foi a primeira a adotar esse “novo visual”, em 8 de maio de 2017. A partir de então, todas as emissoras da rede que exibem telejornais locais foram se adaptando. A última afiliada a integrar o novo padrão foi a TV Mirante São Luís, no Maranhão, em 12 de agosto de 2019⁴³.

Figura 3: Logo do telejornal “SP1” (2017) – Globo São Paulo



Fonte: Geek Publicitário/TV Globo. Disponível em: <<https://geekpublicitario.com.br/20017/novo-logo-bom-dia-sp-sptv/>>. Acesso em 10 de julho de 2020.

Com o fim da Copa do Mundo de 2018, a Globo lançou um novo telejornal local, o “Bom Dia Sábado”, que como o próprio nome já diz, é exibido aos sábados pelas emissoras afiliadas entre 8h e 9h⁴⁴. O “BDS”, como é chamado, foi lançado primeiramente na TV Bahia, em Salvador. Logo o formato se expandiu e as afiliadas de Curitiba (RPC), Aracaju (TV Sergipe), Manaus, Rio Branco, Macapá, Porto Velho, Boa Vista (Rede Amazônica), Teresina (Rede Clube) e Goiânia (TV Anhanguera) estrearam suas versões locais do jornalístico⁴⁵. As edições locais exibidas pelas emissoras da InterTV no RN, em MG e no RJ foram extintas em 2020.

Figura 4: Logo do telejornal “Bom Dia Sábado – Sergipe” (2018) – TV Sergipe

⁴³ Bom Dia Mirante (12/08/19). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=U6--fS0_2Fg>. Acesso em 11 de julho de 2020.

⁴⁴ Por conta da pandemia de COVID-19, o horário para a programação local aos sábados pela manhã passou a ser de 06:50 às 07:20.

⁴⁵ Bom Dia Sábado – Cabo Frio, RJ. Disponível em: <https://negocios8.redeglobo.com.br/programas/paginas/bomdiasabado_intervt_rj.aspx>. Acesso em 10 de julho de 2020.



Fonte: TV Sergipe. Disponível em: <<https://redeglobo.globo.com/se/tvsergipe/noticia/tv-sergipe-estreia-o-bom-dia-sabado-no-proximo-dia-25.ghtml>>. Acesso em 10 de julho de 2020.

Os telejornais locais da Rede Globo, portanto, seguem apresentando as principais notícias do dia, com foco no jornalismo comunitário e entregando, do “bom dia” ao “boa noite”, o que é considerado importante para o telespectador.

4 “VOCÊ É A NOSSA HISTÓRIA”⁴⁶: TV RIO SUL, 30 ANOS NO AR

Esta parte da pesquisa traz em destaque a história da TV Rio Sul, afiliada da TV Globo no Sul do Estado do Rio, com sede em Resende, seus programas e seu jornalismo local através de duas edições diárias: o RJ1 e o RJ2.

4.1 A TV Globo no Sul Fluminense

A TV Rio Sul foi inaugurada em 1º de dezembro de 1990. Antes disso, o sinal do canal 4 VHF da Globo Rio chegava até à cidade de Itatiaia, última do estado seguindo a Via Dutra. A emissora foi fundada para ser a afiliada Globo que cobrisse a região Sul do Estado do Rio de Janeiro, que compreende municípios da Costa Verde, Sul e Centro-Sul Fluminense. Localizada em Resende, a TV Rio Sul pertence ao ex-árbitro de futebol Arnaldo Cezar Coelho. Em entrevista à própria emissora em 2020, o superintendente contou que já tinha a vontade de ter uma televisão pra chamar de sua⁴⁷.

Eu fui descobrir que o canal 4 do Rio de Janeiro vinha até Itatiaia e o que o telespectador de Itatiaia [...] teria de interesse? Teria interesse nas notícias da região. Os comerciais eram do Rio de Janeiro. Eles nunca iam fazer compras num supermercado no Rio de Janeiro. O mais importante para mim era mostrar para a região o potencial da região, as belezas da região. Consegui equipamentos emprestados e montei a afiliada da Globo com equipamentos todos emprestados. Não tinha nada. Não tinha sede, não tinha nada. Alugamos um último andar de um prédio no Centro de Resende. A empresa foi crescendo, crescendo e hoje é o que é (*sic*) (COELHO, 2020).

Figura 5: Sede da TV Rio Sul, em Resende (2017).

⁴⁶ Slogan da emissora em comemoração aos 30 anos, em 2020.

⁴⁷ COELHO, Arnaldo Cezar. Entrevista concedida à TV Rio Sul no dia 24 de janeiro de 2020. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/8263615/>>. Acesso em 23 de março de 2020.



Fonte: TV Rio Sul. Disponível em: <<https://redeglobo.globo.com/rj/tvriosul/Quem-Somos/noticia/acompanhe-a-trajetoria-da-tv-rio-sul.ghtml>>. Acesso em 03 de outubro de 2020.

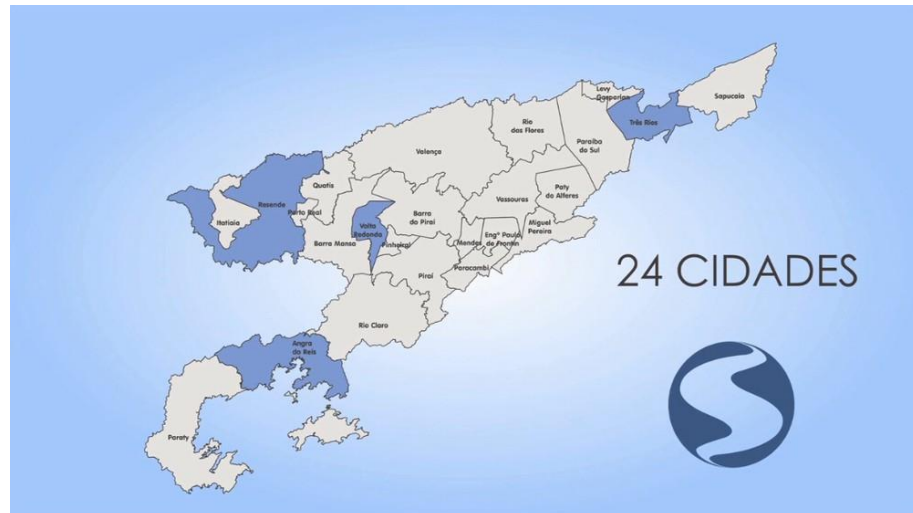
Segundo o site oficial da emissora, em 1995, a cidade mais populosa do Sul Fluminense, Volta Redonda, recebeu uma sucursal⁴⁸ com um foco maior no setor comercial, mas que também conta com uma redação de jornalismo e um estúdio para participações no RJ1 (TV RIO SUL, 2017). Entretanto, a chegada da emissora na cidade não foi totalmente tranquila. Segundo Memória Globo (2020a):

A chegada da emissora foi recebida com aflição pelo grupo político local, que, por medo do teor das reportagens, cortou o sinal de televisão na cidade. Teresa [Garcia – gerente de jornalismo na época] foi para a rua investigar o problema e descobriu, por meio de um funcionário da torre de transmissão, que o secretário de Comunicação mandara desligar as chaves de energia. Após denunciar o boicote na TV, a equipe recebeu ameaças.

Devido à cobertura de 24 municípios, as equipes de reportagem também foram espalhadas por outras cidades: Angra dos Reis, desde 2000, e Três Rios, desde 2009. Os dois escritórios têm como objetivo fazer a presença da TV Rio Sul em todas as cidades da região.

Figura 6: Área de cobertura da TV Rio Sul (2017).

⁴⁸ Uma sucursal retransmite a programação de uma emissora, mas também gera conteúdo local.



Em azul, as cidades com equipes de reportagem. Fonte: TV Rio Sul. <<https://redeglobo.globo.com/rj/tvriosul/Quem-Somos/noticia/acompanhe-a-trajetoria-da-tv-rio-sul.ghtml>>. Acesso em 03 de outubro de 2020.

Em entrevista, a gerente de jornalismo da TV Rio Sul, Ana Paula Pereira Garcia, que está na emissora há 24 anos, relembra que o primeiro telejornal produzido localmente foi o RJ2 ainda na década de 1990. “A gente cobria o *fade*⁴⁹ do Rio. Devia ser uns dez minutos (*sic*).” Ana Paula diz, inclusive, que quando foi contratada pela emissora como estagiária, em 1996, a afiliada tinha um bloco local para as notícias regionais durante o RJ1, que era transmitido em rede estadual pelo Rio de Janeiro. Esse espaço tinha cerca de cinco a seis minutos de duração (GARCIA, 2020).

No entanto, o RJ2 não foi o primeiro programa local da TV Rio Sul. Antes dele, ia ao ar um boletim de notícias ao longo da programação. Segundo Garcia (2020), “o horário era fixo. A Globo abria um espaço pra gente no meio de um determinado intervalo, normalmente à tarde e [falava] ‘vocês vão ter entre 14h16 e 14h18, dois minutos, pra entrar com uma notícia’ (*sic*).”

Os espaços locais foram aumentando e com o tempo a programação da TV Rio Sul foi se consolidando. Ainda na década de 1990 entrava no ar o “Rio Sul Comunidade”, boletim de notícias com foco nos problemas dos bairros das cidades da região (GARCIA, 2020). Na mesma época, a emissora exibiu o “Rio Sul Debate” apresentado pela jornalista Teresa Garcia, hoje chefe da Editoria Rio para telejornais locais da Globo Rio. O programa, segundo Garcia (2020), “falava sobre vários

⁴⁹ Neste caso, *fade* significa o espaço dado pela cabeça de rede à programação local.

assuntos de interesse regional e trazia pessoas pra debater sobre aquele tema (*sic*).”

Após focar no telejornalismo, a direção da TV Rio Sul começou a olhar para outros programas. Assim, nasceu o “Rio Sul Revista”, com o objetivo de trazer um jornalismo com mais leveza e curiosidades sobre o Sul do Estado do Rio de Janeiro. Hoje, nomeado apenas como “Revista”, é apresentado por Teresa Freitas e vai ao ar aos sábados às 14h (TV RIO SUL, 2017).

Ao longo dos anos, a TV Rio Sul seguiu apostando em programas de entretenimento. Atualmente na grade, produzido semanalmente, está o “Plugue”, com uma linguagem voltada para o público jovem. Ainda na emissora, mas exibidos por temporadas, o telespectador pode acompanhar o “Sala de Visita”, de entrevistas, “RioSul.doc”, com documentários sobre temas associados ao Sul Fluminense, o “Alto-Falante”, musical, “Sabores Daqui”, de gastronomia, “Empreender”, com foco na economia, e “Bora Lá”, de turismo⁵⁰.

Na internet, a emissora de Resende começou em 2001, com o Rio Sul Net. Segundo a mesma, o portal da região contava com diversos serviços para o usuário, além, claro, das notícias do Sul Fluminense (TV RIO SUL, 2017). Em 2013, o Rio Sul Net foi descontinuado, dando lugar às páginas do G1 e do Ge.globo Sul do Rio e Costa Verde, seguindo um padrão entre as afiliadas da TV Globo. “A TV Rio Sul atuava através do portal Rio Sul Net, mas, com a implantação do Projeto Rede Globo de Internet, a afiliada passou a produzir conteúdo exclusivamente para o G1, Globo Esporte.com e Home de Programação” (TV RIO SUL, 2017).

A redação dos sites da emissora é integrada com a televisão, o que proporciona uma apuração mais rápida dos conteúdos mesmo que tenha uma angulação diferente em cada veículo. Para Garcia (2020), “somos todos uma única emissora, trabalhando com o mesmo material e produzindo a mesma coisa, que é informação. [...] Ela tem que ser simples, tem que ser democrática, tem que ser objetiva e muito rápida (*sic*).” E ainda brinca: “A Globo lançou há um tempo o ‘Somos todos uma só Globo.’ Aqui somos todos uma só Rio Sul (*sic*)” (Idem, 2020).

Em entrevista, o editor-chefe do RJ1, Carlos Jefferson da Silva Teixeira, desde setembro de 2019 à frente do telejornal, diz que a pandemia de COVID-19

⁵⁰ Disponível em: <www.tvriosul.com.br>. Acesso em 28 de setembro de 2020.

evidenciou ainda mais essa integração entre TV e internet: “Essa parte de coronavírus, uma parte trabalhosa de apurar: 24 cidades, vários boletins... o G1 ajuda a gente bastante nessa apuração junto às prefeituras todos os dias. [...] As notas de polícia, factuais, estradas, eles que apuram mais (*sic*)” (TEIXEIRA, 2020).

Atualmente, com a grade de programação diversificada entre programas locais e nacionais (esses, produzidos pela TV Globo), a TV Rio Sul alcança mais de 1 milhão de pessoas em 24 municípios.

4.2 RJTV: o telejornal com a cara do Rio

O RJTV, jornal local da Globo para as afiliadas no Rio de Janeiro, estreou em 03 de janeiro de 1983. A primeira edição, apresentada por Berto Filho, foi ao ar antes do Jornal Nacional ao vivo para todo o estado do Rio. O telejornal era dividido em três blocos que, juntos, somavam cerca de 10 minutos. Ainda em 1983, o RJTV ganhou uma versão diurna e a noturna passou a começar às 19h45 (MEMÓRIA GLOBO, 2020b).

Ainda exibido em rede estadual a partir do Rio de Janeiro, segundo Memória Globo (2020b), o RJTV teve uma terceira edição exibida entre 1983 e 1989 após o “Jornal da Globo.” Entre 1984 e 1987, esteve no ar uma versão dominical do telejornal local, depois do “Fantástico.”

Atualmente, o telejornal é exibido em duas edições de segunda a sábado no estado. A Globo Rio produz o RJ1 (ao meio-dia) e o RJ2 (às 19h10) para 18 municípios da Região Metropolitana. A TV Rio Sul exibe suas versões locais do RJ1 e do RJ2 para 24 cidades do Sul Fluminense. As emissoras da InterTV (Serra+Mar, em Nova Friburgo; Planície, em Campos dos Goytacazes; e Alto Litoral, em Cabo Frio) produzem uma única edição do RJ1 para as demais 50 cidades do interior a partir de Cabo Frio. A InterTV Planície exibe uma versão local do RJ2 para quatro cidades do Norte Fluminense. Os outros 46 municípios assistem o RJ2 produzido pela InterTV Alto Litoral.

No Sul do Estado, área de cobertura da TV Rio Sul, atualmente, a condução da edição do meio-dia é de Fernanda Monteiro, Michele Martins e Rose Gomes. O RJ1 conta com foco comunitário e entrega ao telespectador as principais notícias da manhã. “O RJ1 é o principal canal de comunicação entre a comunidade e os órgãos públicos. Traz uma abordagem leve sobre o cotidiano da região, apresentando

matérias e entrevistas de relevância social” (TV RIO SUL, 2020). Ainda segundo a TV Rio Sul (2020), a primeira edição do “RJ” alcança 224 mil telespectadores e tem como público a classe C (53%), pessoas do sexo feminino (57%) e com mais de 60 anos (38%). Os dados são do Kantar Media Workstation - Volta Redonda - entre 09 e 15 de abril de 2019.

O editor-chefe do RJ1 comenta que o que é produzido pela equipe, é pensado em quem assiste ao jornal.

Eu acho que o nosso jornal tem que refletir a população. A TV aberta hoje no Brasil, ela é basicamente assistida por classes mais desfavorecidas, classe C, classe D. É a dona de casa, é o idoso. [...] A minha briga aqui na TV, a minha percepção, é de que a gente tem que tentar falar para essas pessoas o tempo inteiro. Eu não gosto de ter um jornal deslocado da nossa realidade (*sic*) (TEIXEIRA, 2020).

Além disso, segundo a gerente de jornalismo, Ana Paula Garcia, o RJ1 produz conteúdos de prestação de serviço por conta da classe social de quem assiste ao telejornal, levando especialistas e médicos, por exemplo, para entrevistas com o intuito de auxiliar a população de alguma forma (GARCIA, 2020).

O RJ1 apresenta também quadros como “Alô Consumidor”, “RJ Rural”, “Diversão e Arte”, “Paulinho da Escola” e “Zé do Bairro.” Os dois últimos, com foco no jornalismo comunitário. O “Paulinho da Escola”, desde 2012, mostra bons exemplos e busca solução para os problemas nas escolas da região Sul Fluminense. Já o “Zé do Bairro”, está desde 2009 no RJ1. O “inspetor das comunidades”, como é conhecido, percorre os municípios com o objetivo de auxiliar na resolução de problemas que afetam os bairros das cidades da região, fazendo uma “ponte” entre a população e o poder público. O quadro segue o modelo do “Calendário” adotado em cidades como Rio de Janeiro, Recife, Belém, Brasília e Belo Horizonte.

Já o RJ2 é ancorado por Diego Gavazzi e tem em média 30 minutos. Destaca-se no telejornal o que de mais importante aconteceu durante o dia na região e em todo o Estado do Rio. Ambas as edições trazem também reportagens especiais sobre assuntos do cotidiano fluminense.

Se no final da década de 1990 o RJ1 tinha apenas cinco minutos, hoje a situação é diferente. Em 2012, com a estreia do programa “Encontro”, o telejornal

ganhou mais tempo de duração (12h – 12h50). Em 2019, mais uma mudança e mais tempo no ar: uma hora.

Por uma vez, de forma excepcional, o telejornal local ficou por um período estendido no ar. Segundo Garcia (2020), durante a greve dos caminhoneiros de 2018. Em uma cobertura extensa sobre a situação, foram três horas de notícias. No interior, apesar do grande tempo dedicado para um jornal local, o editor-chefe diz que a maior dificuldade não é o tempo, mas o conteúdo.

Dificuldade é você conseguir entregar o tempo que nos pedem, que atualmente é de quase uma hora, mas não somente isso. É você entregar com conteúdo, você entregar com relevância, você entregar na proporção correta, você entregar com uma consciência de classe, quase que uma consciência social (*sic*) (TEIXEIRA, 2020).

Entre os meses de março e agosto de 2020, durante a pandemia de COVID-19, o “Globo Esporte”, que ocupa 25 minutos da programação, foi suspenso⁵¹ e com isso, a TV Globo estendeu o espaço dos telejornais locais. Assim, o RJ1 passou a ser exibido de 12h às 13h25. Para Garcia (2020), “A pandemia mostrou pra gente que até a matéria produzida pode ser feita virtualmente (*sic*).”

O RJ1 conta com cinco editoras auxiliares, sendo duas as apresentadoras do jornal, além de sete equipes oficiais de reportagem, mas todos no jornalismo da TV Rio Sul podem ir para a frente das câmeras.

Quando eu falo sete equipes, são as sete equipes formais, mas eu não conto só com elas. Hoje, todo mundo que tá aqui dentro, toda a minha equipe, eu considero um repórter pronto para ir pra rua. Ainda que não seja o repórter convencional, que vai fazer passagem, mas tem que ir pra rua e tem que me trazer alguma coisa (*sic*) (GARCIA, 2020).

Durante a montagem do espelho do jornal, o editor-chefe conta que prefere diluir as matérias de maior impacto ao longo da edição. Em 03 de setembro de 2020, por exemplo, ele colocou um assunto de destaque em cada bloco. No primeiro, foi falado sobre uma série de acidentes na região. No segundo, o assunto foi a pandemia do coronavírus. No último, os destaques foram as questões estaduais envolvendo o governador afastado do estado e o prefeito do Rio, além da saída para o feriado de 7 de setembro. “Não tem isso de ‘VT forte.’ Você pode abrir o jornal com aquilo que as pessoas estão falando na rua (*sic*)” (TEIXEIRA, 2020).

⁵¹ Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2020/03/globo-tira-encontro-com-fatima-globo-esporte-e-se-joga-do-ar-para-ampliar-cobertura-do-coronavirus.shtml>. Acesso em 24 de março de 2020.

Com a TV Rio Sul completando 30 anos em 1º de dezembro de 2020, Garcia (2020) afirma que “quer continuar fazendo televisão para governados e não para governantes (*sic*)” e que o maior desafio do jornalismo seguirá sendo a busca pela verdade.

5 O PÚBLICO E O JORNALISMO

Este capítulo tratará da participação do público no jornalismo, a princípio com o jornalismo colaborativo. Apresentará os conceitos de *gatekeeping* e valores-notícia para, posteriormente, traçar um breve retrato do segmento no Brasil, na era digital e na TV Rio Sul, objeto de estudo deste trabalho.

5.1 Jornalismo Participativo: definições e trajetória

É sabido que no jornalismo, para que haja uma pauta e que a mesma seja levada à reunião e enfim seja produzida, reportada e publicada/exibida, ela precisa aparecer a partir de alguma sugestão, seja levada pelos produtores, repórteres e editores ou mesmo do público. Quanto à notícia, para que ela deixe de ser apenas comunicação e passe a ser, verdadeiramente, informação, Filho (2000) explica que tem de haver um trabalho do jornalista. Quando a origem do fato parte da comunicação (seja como for), o profissional apenas a reproduz. Brambila (2006, p.

68) *apud* Madureira (2010, p. 14) traz uma possível origem da expressão “jornalismo cidadão.”

Em paralelo à popularização dos blogs, outra forma de expressão do (antigo) público começou a emergir na Internet – o jornalismo colaborativo, também chamado de jornalismo cidadão ou “open source”, em referência ao tipo de software do código-fonte aberto, desenvolvido por uma comunidade de programadores que trocam informações pela Web.

No entanto, é necessário se atentar para as diferenças entre o “jornalismo cidadão” e o “jornalismo colaborativo” ou participativo. No jornalismo cidadão, segundo Burns (2005, p. 23) *apud* Corrêa e Madureira (2010, p. 167):

O movimento vê especialmente os jornais e seus sites como instrumentais no desenvolvimento de uma nova forma de 'bens comuns', onde as soluções para os problemas existentes são encontradas por meio de debates construtivos orquestrados e conduzidos por editores e jornalistas em suas páginas⁵².

Já o jornalismo participativo, ainda segundo Corrêa e Madureira (2010), está ligado ao processo de *gatekeeping* e *gatewatching*, selecionando os conteúdos mais relevantes, mas ainda como uma função do profissional jornalista.

Allan (2009) *apud* Mesquita (2010, p. 6), apresenta um dos prováveis significados dessa vertente do jornalismo como “os esforços podem utilmente procurar seguir aquelas ocasiões quando o termo figura em deliberações sobre o status do “amador” em relação com aquela do “profissional”.

Ainda de acordo com Mesquita (2010), uma das possíveis origens do termo pode ter sido durante a tsunami que atingiu parte do Sul da Ásia, em 2004.

A quantidade notável de filmagem de vídeo amador, fotos instantâneas de celular – muitas das quais foram postadas em blogs e páginas pessoais – sendo feitas por cidadãos comuns que estavam no momento (turistas, em muitos casos) foi largamente reconhecido como uma contribuição única para a cobertura do jornalismo de massa (ALLAN, 2009, p. 18 *apud* MESQUITA, 2010, p. 7).

Moretzsohn (2007) *apud* Pinheiro (2009, p. 9) no entanto, apresenta uma outra visão do “jornalismo colaborativo”, que os *blogs*, entre o final dos anos 1990 e o início dos anos 2000 foram um dos precursores dessa participação do público. Para ela:

⁵² Tradução minha. Trecho original: “The movement sees especially newspapers and their Websites as instrumental in developing a new form of 'civic commons' where solutions to existing problems are found through constructive debates that are orchestrated and led by editors and journalists on their pages.”

O jornalismo colaborativo é definido com o ato do cidadão de desempenhar um papel ativo no processo de coleta de informações com o objetivo de garantir a notícia independente, confiável e precisa. A checagem da veracidade das informações, uma atividade que assegura a credibilidade, é realizada de forma freqüente uma vez que a comunidade virtual está empenhada na busca pela verdade (MORETZSOHN, 2007 *apud* PINHERO, 2009, p. 9).

Alguns autores, entretanto, diferenciam “jornalismo participativo” de “jornalismo colaborativo.” Foschini e Tadei (2006) *apud* Sillva (2013) dissertam que a participação diz respeito ao ato de um comentário em um artigo ou texto em *blog*. Já a colaboração está ligada a uma ação mais efetiva por parte do público, que lança mão de vídeos, fotos e outros meios para formar um conteúdo final único.

A partir de então, o público passou a contribuir com conteúdos noticiosos para os jornais, em suas diferentes mídias, sendo considerados coprodutores.

Dentro das possibilidades de produção, o jornalismo também ganha a interferência, nem sempre negativa, dos novos produtores, ou melhor, coprodutores de informação. Seja pelo envio de fotos ou imagens de um fato que vão agregar à notícia, esses coprodutores buscam se identificar com conteúdos a partir da presença de uma realidade mais próxima deles nos jornais, mesmo que sua identidade não seja revelada (FILHO; FERREIRA, 2016, p. 106).

A participação do público por vezes é confundida com o “jornalismo público.” Segundo Abreu (2003), essa especialidade jornalística foi criada nos Estados Unidos dando voz à população, fazendo com que políticos fossem confrontados com problemas locais. No jornalismo colaborativo há uma parcela de conteúdos comunitários, porém não tem um único foco.

A utilidade pública impõe ao jornalista uma maior aproximação com o público, uma participação intensa na vida da comunidade, um maior engajamento. Essa atitude estaria em contradição com as exigências do profissionalismo reivindicado pelos próprios jornalistas, que defendem valores não partidários, não ideológicos, e uma atuação distante dos acontecimentos no exercício da profissão (ABREU, 2003, p. 30).

Como exemplos mundiais, tem-se o *CNN i-Report*. A plataforma tinha foco na colaboração noticiosa do telespectador da CNN, emissora de Atlanta, nos Estados Unidos (SANTOS, 2015). O inglês *The Guardian* visou nos leitores para uma participação mais efetiva. “Desde o final de fevereiro de 2012, o jornalismo colaborativo passou a receber tratamento especial no diário inglês. No dia 29 daquele mês, foi lançada uma campanha especial com o objetivo de reforçar a prática do chamado *open journalism*” (SILVA, 2013, p. 45).

Madureira (2010) destaca que o jornalismo participativo passa a ter importância não apenas para os jornalistas que estão na redação dos jornais, mas, também para o público, que agora pode contribuir.

Ainda segundo Madureira (2010, p. 20), “o fenômeno da colaboração online no jornalismo teve sua origem nos Estados Unidos e na Ásia entre o final dos anos 1990 e continuaram a se desenvolver durante a década seguinte.”

5.1.1 A participação e a teoria do *gatekeeper*

Com o jornalismo participativo, criou-se a sensação que absolutamente tudo aquilo que era enviado pelo público seria completamente aproveitado e viraria componente da notícia. Todavia, a teoria do *gatekeeper* de Kurt Lewin, em 1947, e estudada em 1950 por David Manning White mostra que “as zonas-filtro são controladas ou por sistemas objetivos de regras ou por *gatekeepers*: nesse caso [o do jornalismo], um indivíduo ou um grupo tem “o poder de decidir se deixa passar ou interrompe a informação” (LEWIN, 1947, p. 145 *apud* WOLF, 2012, p. 184). Os *gates* seriam portões e o *gatekeeper* faria a figura do “porteiro”, que seleciona aquilo que será entregue ao público, função atribuída hoje a um editor de conteúdo, que seleciona o que é mais importante para o jornal do dia, o próximo telejornal ou programa de rádio (WOLF, 2012).

A sensação de aproveitamento completo da participação do público, aqui acima mencionada, é requerida e tem por intenção maior estimular o fluxo e a relação público/emissora, mas por motivos até mesmo óbvios, não haveria espaço para a exibição de tudo o que se recebe, ou mesmo tempo, para que o conteúdo possa ser verificado e considerado autêntico, relevante e indispensável a ponto de ganhar seus segundos de exibição. Daí os critérios de noticiabilidade são retomados e garantem a postura do *gatekeeper*.

Ainda de acordo com Wolf (2012, p. 185), White utilizou da pesquisa de Lewin para realizar um estudo acerca do fluxo de notícias.

O estudo de caso – a observação de como age “Mr. Gates”, um jornalista com 25 anos de experiência numa cidade de 100.000 habitantes em Midwest e tem como tarefa selecionar, da grande quantidade de comunicações de agências que chega todo dia, as notícias a serem publicadas no jornal [...] A pesquisa de White mostra que “das 1.333 explicações de recusa de uma notícia, quase 800 a atribuíram à falta de espaço, e cerca de 300 citavam a sobreposição com histórias já selecionadas ou a falta de interesse jornalístico ou de qualidade de escrita.

Os estudos sobre *gatekeeping* abordam a seleção e o fluxo das notícias, desta forma, atualmente, estando também ligado à participação do público, uma vez que tudo que chega de fora das redações dos jornais, rádios e das TVs, pela internet a partir da população, deve ser checado com ainda mais atenção.

Desta forma, a partir da colaboração do público, cabe à equipe de produção de jornalismo uma checagem ainda mais minuciosa dos fatos, uma vez que o cidadão não atende aos critérios jornalísticos, mesmo que “produzindo” conteúdos.

5.1.2 O conceito de valores-notícia

Como já apresentado, tudo o que chega à redação dos jornais, emissoras de televisão ou de rádio, necessita ser filtrado antes de ser encaminhado ao público, entretanto, com quais critérios o jornalista trabalha para definir o que será publicado ou não? Isso pode ser explicado a partir do conceito de “valores-notícia.”

Para compreender esse conceito, primeiro, deve-se apresentar a teoria do *newsmaking*. Essa teoria do jornalismo, se baseia, segundo Wolf (2012, p. 193-194) na “cultura profissional dos jornalistas; a organização do trabalho e dos processos de produção”, sendo assim, indo de acordo com a produção da notícia, que segue alguns outros critérios, os de noticiabilidade. Traquina (2008, p. 63) os definem como “o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é suscetível de se tornar notícia.” Tais critérios são utilizados para saber quais fatos devem ou não serem noticiados. Segundo Peucer (2004, p. 21) *apud* Giacomelli (2008, p. 27), “[...] como esses fatos são quase infinitos, cabe estabelecer uma seleção de modo que seja dado preferência [...] àqueles que merecem ser recordados ou conhecidos.” Alguns que podem ser citados como exemplos são, originalidade, proximidade geográfica e celebridades.

Bourdieu (1997, p. 12) *apud* Traquina (2008, p. 77) [grifo do autor] introduz que “os jornalistas têm os seus óculos particulares através dos quais veem certas coisas e não outras, e veem de uma certa maneira as coisas que veem. Operam uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado.” Os valores-notícia, dessa forma, podem ser considerados como “referências que podem ser utilizadas para facilitar a elaboração complexa e rápida dos noticiários” (GOLDING-ELLIOTT, 1979, p. 114 *apud* WOLF, 2012, p. 203).

Segundo Wolf (2012, p. 207) [grifo do autor], os valores-notícia originam-se de alguns conceitos:

- a. os caracteres substantivos das notícias; o seu *conteúdo*;
- b. a disponibilidade do material e os critérios relativos ao *produto* informativo;
- c. o *público*;
- d. a *concorrência*.

Wolf (1987) *apud* Traquina (2008, p. 78), divide os valores-notícia em dois subgrupos: o primeiro, de acordo com critérios substantivos que “dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos da sua importância ou interesse como notícia” e o segundo, como critérios contextuais, que “dizem respeito ao contexto de produção da notícia.”

De acordo com Traquina (2008), os valores-notícia são: morte, notoriedade, proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, inesperado, conflito (ou controvérsia), infração, escândalo (subgrupo I), equilíbrio, visualidade, concorrência, disponibilidade, dia noticioso, simplificação, amplificação, relevância, personalização e dramatização (subgrupo II). No entanto, essas categorizações variam de pesquisador para pesquisador e de empresa para empresa. Erbolato (1991) *apud* Bisol (2020), por exemplo, elenca alguns outros, como: humor, oportunidade e originalidade.

Os conceitos de valores-notícia se caracterizam importantes na participação do público na televisão, pois há, a partir do filtro realizado por um produtor, o *gatekeeper* do programa, uma escolha do que vai ao ar de acordo com tais critérios. Além disso, toda a produção da notícia, seja ela com colaboração direta do telespectador ou não, é norteadada pelos valores-notícia.

5.2 A participação à moda Brasil

Desde que o jornalismo se configurou como atividade, precisa, mesmo que de forma indireta, da participação do público, mesmo porque é a partir dele – o leitor, ouvinte ou telespectador – que chegam as sugestões de pautas e, claro, os personagens para as matérias. No entanto, de forma mais direta só veio a ocorrer a partir de cartas, telefonemas e, até mesmo, do contato com as equipes de jornalismo na rua, caso do telejornal RJ1, da Globo Rio. Segundo o site Memória Globo⁵³, o jornalístico local da capital fluminense ganhou, no final da década de 1990, uma

⁵³ RJTV. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/rjtv/anos-1990/>>. Acesso em: 31 de julho de 2020.

linha editorial mais comunitária. Em dois anos, a participação do público se tornou mais efetiva.

Abreu (2003) destaca que o *boom* do jornalismo participativo no Brasil foi em 1990, em jornais paulistas, cariocas e a nível nacional. A participação daquele que era prioritariamente um receptor das notícias passou a ser mais concreta, ganhando espaços em jornais, como no site Globo Online, em 2006. Pinheiro (2009) ressalta que, em pouco tempo, a página já tinha 80 *blogs* e que a interatividade ganhou mais força.

Na parte de qualificação, aumentou do número de blogs, que serve como uma forma de termômetro de informações. Através desses sites pessoais, o internauta expõe sua opinião sobre determinado assunto, alimentando o fluxo de informações com dados novos. [...] Já no item interatividade, foi criada a área de comentário de notícia onde vários leitores podem expressar sua opinião sobre a matéria apresentada e a implantação do jornalismo participativo, através da editoria Eu-repórter, lugar onde o leitor pode enviar textos, fotos, áudios e vídeos sobre os mais diversos assuntos que ele julga como sendo relevantes para sua comunidade ou por colaborar com algum fato que ele tenha testemunhado (IDEM, 2009, p. 11).

Em 2006, segundo Corrêa e Madureira (2010), portais na internet de grandes jornais começaram a chamar o leitor para colaborar com as pautas jornalísticas, enviando texto, foto ou vídeo. “Alguns exemplos são o VC Repórter, do Terra; o VC no G1, da Globo.com e o Minha Notícia, do iG” (Idem, 2010, p. 159).

Desde 2005, o jornal O Estado de S. Paulo conta com a participação de seus leitores por meio da plataforma “Foto Repórter.” Até 2012, a colaboração também podia ser vista no jornal A Tarde, do mesmo grupo, que encerrou suas atividades em 31 de outubro daquele ano. Ainda no meio da década de 2000, os jornais O Globo, com o “Eu Repórter” e os pernambucanos Diário de Pernambuco e Jornal do Commercio (JC) apresentaram a possibilidade de participação a seus leitores. O JC, pertencente ao Sistema Jornal do Commercio de Comunicação, permite ao público que colabore com todos os veículos do grupo, que lança mão, além do jornal impresso, de rádio, televisão e *web* (MESQUITA, 2010).

A partir da *internet*, a televisão passou a também contar com uma interação com o público. O espaço “VC no G1” do Grupo Globo, já citado anteriormente, é usado até hoje não só pelo site (g1.com.br), mas também pela TV.

Figura 7: *Print* da página “VC no G1 TV Rio Sul” (2020).

VC no G1 TV Rio Sul

Participe do VC no G1 TV Rio Sul, enviando fotos e vídeos

TÍTULO *

MENSAGEM

MÍDIA

IMAGENS (max: 5)
0

VÍDEOS (max: 1)
0

Adicionar

PAÍS *

Brasil

ESTADO *

Selecione um estado

CIDADE *

Selecione uma cidade

Fonte: G1 Sul do Rio e Costa Verde. Disponível em: <<http://formulario-colaborativo.globo.com/campaign/148>>. Acesso em 16 de agosto de 2020.

As redes sociais também surgem como uma grande aliada na colaboração por parte do telespectador, principalmente junto aos telejornais, quase sempre exibidos ao vivo.

Se, nos primórdios da televisão, a ideia de copresença ou de participação associada às transmissões “ao vivo” tinha o sentido de testemunhar ou de observar os acontecimentos do mundo em tempo real de dentro do espaço doméstico e, na fase seguinte do desenvolvimento da televisão, o sentido de participação estava associado à promessa de intervenção dos telespectadores no andamento do programa, primeiramente por telefone e posteriormente por mensagens de SMS e votações pela Internet; mais recentemente o sentido de participação nas transmissões “ao vivo” constrói-se pela visibilidade que as redes sociais conferem aos relatos pessoais, aos comentários e às apropriações do conteúdo televisivo pelos telespectadores e pela possibilidade de incorporação desse material nos programas (ALMEIDA, 2020, p. 205-206).

Em entrevista à jornalista Melissa Ribeiro⁵⁴, a editora-chefe e apresentadora do MG1 Juiz de Fora, da TV Integração, afiliada Globo, Érica Salazar, destaca a importância da colaboração do público: “Eu acho a participação do telespectador hoje sensacional. Eu sou de uma época em que a gente fazia telejornal pra nós, jornalistas. Hoje, a notícia ‘vem de lá’, do telespectador, pra nossa redação (*sic*).”

⁵⁴ Live - TV Social e Telejornalismo: o telespectador de notícias nas redes sociais (com Érica Salazar). Entrevista concedida à jornalista Melissa Ribeiro em 04 de agosto de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=msFV6NFp0yl&t=2257s>>. Acesso em 16 de agosto de 2020.

Ainda para ela, “o telespectador que participa ‘tá’ ali ligado, ‘tá’ querendo informação (*sic*).”

Nos telejornais, como já falado, a participação que veio até mesmo do contato entre as pessoas e as equipes nas ruas, hoje pode ser realizada pela *internet* direto das redes sociais.

Os telejornais preferiram enxergar a Internet como trunfo, uma maneira diferente (e eficaz) de enviar e receber suas produções, assim o que, antes, era encerrado, por exemplo, com o tradicional “boa noite”, pode – agora – reverberar em ambientes tecnodigitais, circulando por diferentes dispositivos (BELÉM; CIRNE, 2017, p. 6).

A colaboração do público alcançou seu lugar no jornalismo brasileiro uma vez que as empresas dão espaços para essa interação, tentando atrair aquele leitor, ouvinte ou telespectador para mais perto. Por meio da *internet*, há a possibilidade de envio de fotos, vídeos e textos sobre qualquer assunto.

5.3 Mais perto do público: a participação na TV Rio Sul

Em setembro de 2015 a TV Rio Sul passou a utilizar o aplicativo de mensagens *WhatsApp* como ferramenta de auxílio no jornalismo da emissora. A TV destacou a possibilidade de envio de fotos, vídeos, mensagens de texto e de áudio dos telespectadores. Foram quatro minutos e 17 segundos destinados a mostrar a importância da novidade e ensinando como o público poderia participar numa reportagem do RJ1⁵⁵, no dia do lançamento. A participação poderia ser feita nos três telejornais da TV Rio Sul, o extinto bloco local do Bom Dia Rio, o RJ1 e o RJ2.

Desde então, ambas as edições do RJTV passaram a contar com conteúdo enviado pelos telespectadores das 24 cidades da área de cobertura. Além do jornalismo, essa forma de interação também está presente nos programas de entretenimento e nos portais da emissora na internet.

Porém, antes da *internet*, segundo Garcia (2020), a participação do telespectador só acontecia via telefone fixo, porém não havia o hábito de uma sugestão constante de pautas, até porque a própria linha editorial da TV Rio Sul e da Rede Globo não falavam sobre a prática.

⁵⁵ RJ1 – TV Rio Sul. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rj/sul-do-rio-costa-verde/noticia/2015/09/tv-rio-sul-lanca-numero-no-whatsapp-e-viber-para-receber-colaboracoes.html>>. Acesso em 23 de março de 2020.

Ainda para Garcia (2020), o surgimento desse tipo de interação na TV Rio Sul começou com as pautas comunitárias e quando a Globo começou a fazer o uso do *WhatsApp*, apesar de ficarem entusiasmados com a novidade, os jornalistas da afiliada de Resende ainda não sabiam como proceder. “A partir do momento em que se popularizou essa rede [social] e as pessoas tinham isso no celular, elas mandavam e mandavam especificamente pra gente. Não tinha um número institucional (*sic*)” (Idem, 2020) [grifo meu].

O editor-chefe do RJ1 destacou a importância do aplicativo de mensagens para a TV Rio Sul: “O WhatsApp é importantíssimo, uma questão vital. A gente não trabalha sem o WhatsApp mais (*sic*)” (TEIXEIRA, 2020). A Figura 8 mostra por quais meios o telespectador pode colaborar.

Figura 8: *Print* da página G1 TV Rio Sul (2020).



Fonte: G1 Sul do Rio e Costa Verde. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/sul-do-rio-costa-verde/>>. Acesso em 16 de agosto de 2020.

Segundo Teixeira (2020), um produtor fica responsável pela triagem dos conteúdos do *WhatsApp* pela manhã para o RJ1 e um outro à tarde para o RJ2, para que tudo que seja bem apurado antes de ir ao ar, uma vez que chega de tudo por este canal: “Vem sugestão de pauta, vem o factual que vai abrir o jornal, vem pedido de emprego, vem pedido de cesta básica, [...] aparece de tudo ali (*sic*).”

O editor-chefe comenta ainda que o aplicativo funciona como um “termômetro” para a audiência do jornal, pois o que é relevante na região Sul do Rio chega no *WhatsApp* da TV Rio Sul e reverbera em muitas participações. Mas não

apenas pelo *app*⁵⁶, o telefone fixo da emissora também é muito utilizado mesmo não sendo sempre divulgado no RJ1, além de alguns telespectadores que vão até à sede da TV, em Resende, para sugerir pautas pessoalmente (TEIXEIRA, 2020).

Segundo Teixeira (2020), são cerca de 2 mil mensagens que chegam diariamente no *WhatsApp* da TV Rio Sul. Considerando um mês com 30 dias e desconsiderando os domingos, dias em que o RJTV não vai ao ar, isso dá uma média de aproximadamente 56 mil mensagens mensais. Obviamente, nem todo o conteúdo que chega na emissora vai ao ar.

Das milhares de mensagens diárias, Teixeira (2020) elencou os assuntos mais abordados pelos telespectadores nessa colaboração, em ordem: comunidade, trânsito e violência.

[Em se tratando de] problemas de bairro, chega muita coisa: vazamento de esgoto, vazamento d'água, buraco, cano rompido. Chega muita coisa também de estrada, acidente... e chega muita coisa de factua de violência. Não chega muita imagem, mas chega informação (*sic*) (TEIXEIRA, 2020) [grifo meu].

A Figura 9 exemplifica o que foi dito pelo editor-chefe do RJ1. Ela apresenta uma foto feita pelo público que mostra um acidente em um cruzamento na cidade de Resende. Se não fosse a imagem feita por um telespectador, possivelmente a emissora daria apenas uma nota seca acerca do assunto, uma vez que não teria registros da hora do acontecimento.

Figura 9: Participação no RJ1 – TV Rio Sul (2020).

⁵⁶ Sigla, em inglês, para aplicativo.



Fonte: Globoplay/TV Rio Sul. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/8828477/programa/>>. Acesso em 09 de setembro de 2020.

De acordo com Teixeira (2020), 20% a 30% do telejornal é composto por material enviado ou sugerido pelo telespectador em “dias normais.” Nos dias com mais conteúdos factuais, com muitos assuntos acontecendo ao mesmo tempo, a percentagem ultrapassa os 50% de todo o conteúdo veiculado no telejornal.

No entanto, nem todo o conteúdo apresentado no telejornal é considerado factual, ou seja, não é acontecimento daquele dia, daquele momento. Uma parte das participações dos telespectadores pode ser considerada não-factual e o RJ1 abre espaço para isso. Segundo Teixeira (2020), o telejornal apresenta notícias de acidentes e homicídios, por exemplo, mas também abre uma janela para assuntos mais leves, como forma de se aproximar do público. E as pessoas sempre participam:

A gente até brinca aqui: ‘Cuidado com o que vão chamar porque o povo manda.’ É só pedir pra mandar que aparece foto, aparece vídeo, aparece áudio, aparece gente ligando pelo WhatsApp, fazendo chamada de áudio, chamada de vídeo. O povo participa muito (*sic*) (TEIXEIRA, 2020).

A gerente de jornalismo pondera, entretanto, que apesar do telespectador atuar como um primeiro apurador da notícia, uma vez que é ele quem está no local na hora do ocorrido, isso não dispensa o olhar do jornalista.

Ah, agora todo mundo é repórter, é jornalista? Não! Isso é bem claro. Uma coisa é você me mandar todo esse material que você viu. Tratamento, a condução, a forma como você vai usar aquilo e entregar para outras pessoas que não compartilharam dessa experiência toda, isso só o profissional sabe fazer (*sic*) (GARCIA, 2020).

Teixeira (2020) explica que o RJ1 não deve depender apenas da participação do telespectador, mas que a comunicação deve ser mútua entre a televisão e o público: “Elas [as pessoas] têm que se sentirem representadas de alguma forma (*sic*)” [grifo meu].

Na TV Rio Sul, essas participações funcionam apenas em determinadas partes dos telejornais, mas não em um quadro ou momento específico dos noticiários, no entanto, segundo Teixeira (2020), há o desejo de que haja uma maior interação entre o público e a TV, seja pelo *WhatsApp*, no qual os telespectadores poderão tirar dúvidas e o texto da cabeça do VT⁵⁷ apresentaria que essa é uma parte sugerida pelo público, ou *hashtags*⁵⁸ nas redes sociais como já acontece, por exemplo, em São Paulo (*#SP1*), Belém (*#VCnoJL1*) e Salvador (*#TamoJuntoBMD*) num telão *touch screen*.

A minha ideia é justamente essa. As pessoas comentando o jornal. De repente, eu separo dois minutos no final do jornal ou mesmo no meio do jornal, para a Dona Maria, que viu aquela matéria sobre a mulher que conseguiu implantar os embriões do marido mesmo morto e ela achou bacana e ela tinha vontade de fazer isso também, aí ela comenta, outra [pessoa] também comenta e elas [apresentadoras] vão passando (*sic*) (TEIXEIRA, 2020) [grifo meu].

Segundo o jornalista, essa ideia parte do princípio que há uma participação ao vivo do público, mesmo que ainda não vá ao ar em tempo real.

As pessoas comentam muito o jornal. Tem muito comentário, mensagens aleatórias, soltas, como ‘gostei dessa reportagem’ [...]. A gente é muito policiado, o povo tá sempre prestando atenção em tudo, absolutamente em tudo. Então eu percebo que, além das sugestões, além dos factuais, o povo comenta muito o jornal (*sic*) (TEIXEIRA, 2020).

Além dos quadros “Zé do Bairro”, “Paulinho da Escola” e os momentos de entrevista, Teixeira (2020), aponta que há um fluxo considerável de participações do público no “Diversão & Arte”, momento de dicas de entretenimento do programa apresentado por Isabel Sodré, e numa parte mais nova do RJ1, um momento com a jornalista Ana Paula Garcia às sextas-feiras com mensagens de paz e otimismo durante a pandemia de COVID-19.

⁵⁷ Cabeça é o *lead* da TV. Sempre lida pelo apresentador e dá o gancho da matéria, o VT. (PATERNOSTRO, 2006, p. 196).

⁵⁸ *Hashtag* é um composto de palavras-chave, ou de uma única palavra, que é precedido pelo símbolo cerquilha (#). *Tags* significam etiquetas e referem-se a palavras relevantes, que associadas ao símbolo # se tornam *hashtags* que são amplamente utilizadas nas redes sociais, em especial no *Twitter*, onde a adesão delas as tornaram tão populares. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/produtos/O-que-e-hashtag/>>. Acesso em: 09 de setembro de 2020.

Quanto à qualidade das imagens recebidas pela produção de jornalismo, Teixeira (2020) avalia que o que é recebido, geralmente, está favorável para ir ao ar: “O povo vai aprendendo. [...] Dificilmente a gente recebe foto com o celular em pé (*sic*).” Além disso, o “não” nunca é dado ao telespectador, em nenhuma circunstância. Mesmo quando a pauta não rende um conteúdo que possa entrar no cronograma do telejornal, os jornalistas responsáveis auxiliam aquele morador que vê a televisão como uma forma de resolver alguns problemas. Dessa forma, um telespectador e uma colaboração em potencial não serão deixados de lado. Garcia (2020) completa afirmando que “onde não tem notícia, coloca pelo menos no ‘mapa tempo’ para todo mundo se sentir representado (*sic*).”

Sem falar em números, o editor-chefe do RJ1 avalia que a colaboração do público cresceu desde que a TV Rio Sul lançou seu número de *WhatsApp*, em setembro de 2015.

Cresceu porque as pessoas perceberam que o que a gente pedia e eles mandavam, era exibido ou aquilo que elas mandavam espontaneamente, a gente colocava no ar. Então assim, você alimenta e você motiva as pessoas a mandarem cada vez mais. [...] As pessoas criam esse vínculo de confiança: ‘Deixa eu contar pra TV Rio Sul primeiro’ (*sic*) (TEIXEIRA, 2020).

Por fim, quando Teixeira diz que o uso do aplicativo de mensagens passou a ser vital, o jornalista conclui que esse tipo de colaboração no jornalismo veio pra ficar.

Eu espero que a gente possa aprofundar porque é um caminho sem volta e que bom que é um caminho sem volta porque se a gente não fizer jornal para a nossa população, pra quem assiste, pra quem ‘dá moral’ pra gente, pra quem fortalece a gente todos os dias, a gente não vai encontrar o nosso real propósito. Então eu espero cada vez mais poder incluir as pessoas no jornal (*sic*) (TEIXEIRA, 2020).

Já Ana Paula Garcia, afirma que com o *WhatsApp*, a TV passou a ser feita pelo telespectador. “Nós fazíamos a televisão para o público. Hoje, o público faz a televisão para nós (*sic*)” (GARCIA, 2020).

Garcia (2020) diz ainda que as primeiras informações serão de quem está no local na hora do ocorrido, fazendo parte dessa apuração. De acordo com ela, “[o público] é a primeira e a grande fonte (*sic*)” [grifo meu].

Principalmente nos telejornais locais, a participação do público pelas redes sociais hoje se faz essencial, seja para comentar os jornais como forma de preencher o tempo ou não, ou para realmente sugerir e auxiliar em pautas jornalísticas. Fato é que o *WhatsApp* ou as redes sociais (*Facebook*, *Instagram* ou

Twitter) chegaram e ocuparam seus lugares no jornalismo. Quanto mais informação correta, com qualidade e credibilidade, quem ganha, sempre, é o telespectador.

6 A PARTICIPAÇÃO DO TELESPECTADOR NO RJ1 – TV RIO SUL

Nesta penúltima parte da pesquisa serão apresentadas a metodologia utilizada e a análise das edições do RJ1 – TV Rio Sul. Em seguida apresentam-se as considerações finais.

6.1 Metodologia utilizada na análise

Essa pesquisa utilizou-se de uma análise de 36 edições do telejornal RJ1 – TV Rio Sul, disponíveis na plataforma Globoplay, divididas por cada ano a partir da implantação do uso do aplicativo *WhatsApp* na emissora, em setembro de 2015. Portanto, foram analisados seis programas de cada ano (2016-2020), uma semana (a primeira do mês) completa de dias em que o telejornal local vai ao ar – segunda-feira a sábado. O mês estabelecido para esse processo foi março, levantado de maneira aleatória, a fim de que não se privilegiasse algum que, especialmente, tivesse maior participação observada.

Toda a participação do público exibida no RJ1 durante os dias analisados foi considerada, levando em conta desde as participações mais ilustrativas até as que pudessem gerar conteúdo noticioso. Não coube à pesquisa qualificar as participações. A pesquisa se ateve a enumerá-las, pois considera-se que para tal abre-se a oportunidade a outros estudos. As participações consideradas foram informações (essas passadas ao público por meio da fala de apresentadoras e repórteres), fotos/vídeos ilustrativos (que apenas serviram para ilustrar a fala dos jornalistas ou entrevistados) e fotos/vídeos informativos (aquelas utilizados para apresentar o fato noticiado) Pretendeu-se constatar se esse tipo de colaboração alavancou o envolvimento do público com a produção do telejornal. Desta forma, estes dados serviram para a constatação, ou não, de que a exibição da participação do público cresceu na segunda metade desta década. As informações foram exibidas em formato de quadros e gráficos onde constam: o tempo de exibição, o produto resultante (nota, nota coberta, VT, *stand-up*, etc.), a editoria relacionada à colaboração, a cidade de onde chegou a participação, além do meio pelo qual aconteceu a interação do público para com a TV (*e-mail*, carta, aplicativo de mensagem, etc.).

Ao longo desta parte da pesquisa, o leitor encontrará alguns termos específicos utilizados no telejornalismo. Visando facilitar a compreensão e para que

não haja dúvidas ao longo da leitura, tais expressões serão apresentadas e explicadas abaixo, segundo Paternostro (2006):

VT: pode indicar o equipamento *videotape*, mas neste caso, significa o local onde está o material (notícia) editada.

Suíte: a sequência que se dá em determinado assunto mais “quente”, dessa forma atualizando a notícia com novas informações e lembrando o caso.

Stand-up: utilizado quando o repórter traz informações diretamente do local do fato/notícia por meio de uma gravação. Até mesmo pelo nome do gênero (*stand-up*), normalmente o profissional está em pé. Pode ser usado em boletins ao longo da programação ou no próprio espaço do telejornal.

NC – Nota Coberta: é o texto lido por quem apresenta o telejornal. A fala do profissional, é “coberta” por imagens.

NT – Nota, Nota Seca ou Nota Pelada: é o texto lido por quem apresenta o telejornal, mas sem imagens ilustrando a fala do profissional.

Vivo ou ao vivo: é a transmissão feita diretamente do local do ocorrido em tempo real, no estúdio ou fora.

A análise teve como proposta maior verificar a proporção de participações dos telespectadores no quesito de coprodução noticiosa a partir da adoção do *WhatsApp* pelo emissora TV Rio Sul. O *lócus* de pesquisa foi um dos telejornais desta afiliada Globo. No caso, o RJ1, exibido ao meio dia.

Também se verificou quais conteúdos a partir do telespectador podem ser considerados factuais e não-factuais, esses, como uma possível forma de preencher o tempo total do telejornal local. Foram levantados ainda, quais as editorias que mais têm presença no RJ1 de acordo com a colaboração do público.

Visto isso, a seguir será apresentado o levantamento feito e a análise das edições do RJ1.

6.2 Análise do RJ1 em 2016

No ano de 2016 foram analisadas as edições entre os dias 07 e 12 de março. Neste período, o telejornal local tinha 50 minutos de duração (12h-12h50) e era apresentado por Priscila Tanganelli, em Resende, e Kenia Pinheiro, em Volta

Redonda (sucursal da emissora). A edição de sábado foi apresentada por Aline Franco. Os dados da análise do respectivo ano foram apresentados no seguinte quadro.

Quadro 1: Levantamento de dados – 2016.

Dias	Produto	Tempo	Editoria	Cidade	Origem
07/03	NC (1 vídeo)	Total: 5'45" Part ⁵⁹ : 13"	Violência	A. dos Reis	WhatsApp
08/03	VT	Total: 2'46" Part: 13"	Trânsito	V. Redonda	WhatsApp
	VT	3'05"	Comunidade	Barra Mansa	-
09/03	Entrevista – pergunta (1)	Total: 5'10" Part: 1'25"	Saúde	Barra Mansa	WhatsApp
	VT	4'31"	Comunidade	Valença	-
10/03	VT	3'05"	Comunidade	Resende	WhatsApp
	Entrevista – fotos (2)	Total: 4'47" Part: 1'31"	Serviço	Itatiaia	WhatsApp
11/03	Vivo (1 foto)	2'21"	Comunidade	Barra Mansa	WhatsApp
12/03	VT	1'50"	Comunidade	V. Redonda	Outro meio
	VT	2'15"	Trânsito	V. Redonda	WhatsApp
Total	10 momentos	20'29"			

Fonte: elaborado pelo autor a partir da análise realizada pela plataforma Globoplay.

Durante a análise da primeira semana, observou-se que as participações dos telespectadores aconteciam de maneira eventual, com exceção dos quadros “Paulinho da Escola” e “Zé do Bairro”, categorizados como espaços comunitários e que, desde suas estreias na programação, contam com a colaboração do público.

Em março de 2016, a interação por meio do *WhatsApp* estava completando seis meses e o RJ1 ainda era um telejornal que trabalhava mais com VT do que com entradas ao vivo. Conteúdos esses que, por vezes, passaram dos dois minutos de duração, como, por exemplo, um, no dia 9, que fala sobre uma reclamação de pais de alunos de uma escola de Valença. Foram quatro minutos e 31 segundos dedicados ao assunto. O quadro “Zé do Bairro”, no dia 8, que apresentou problemas de moradores de um bairro de Barra Mansa, ficou três minutos e 13 segundos no ar.

Cabe ressaltar ainda que a editoria de comunidade foi a que mais apresentou destaque quando o assunto foi colaboração do telespectador. A atual gerente de

⁵⁹ Abreviação usada para participação. No caso, do público. Quando assim utilizada, tem como intenção apresentar que apenas essa parte do todo teve uso da colaboração do público. Em outros momentos, quando não há a abreviação, significa que a participação tomou todo o espaço.

jornalismo destaca que pela classe social que assiste o RJ1, há a necessidade de se fazer do jornal um espaço para serviço público (GARCIA, 2020).

O início da colaboração do telespectador no RJ1 se deu da mesma forma como aconteceu no começo da década de 2000 com a chegada desse tipo de interatividade no Brasil. Conforme Corrêa e Madureira (2016) destacam que o público era sempre chamado a participar com fotos e vídeos para os portais na *internet*, tais como Terra e iG. Foi dessa forma que a TV Rio Sul começou a atrair o telespectador. Segundo Garcia (2020), o começo desse processo foi difícil, pois as pessoas não tinham o costume. Isso só mudou quando elas começaram a ver as participações no ar.

Ao todo, no período analisado em 2016, a participação do público resultou em seis VT's, uma NC, um Vivo e duas colaborações em entrevistas, a partir de dois vídeos, três fotos e uma pergunta durante entrevista em estúdio. A colaboração do público a partir do WhatsApp somou nesta semana analisada em mais de 20 minutos. A Figura 10 apresenta uma das participações do período analisado. As imagens foram utilizadas durante a fala da apresentadora antes de entrar um VT que mostrou a situação de uma rua de Resende com diversos buracos.

Figura 10: Participação do telespectador – RJ1 (2016).



Fonte: TV Rio Sul/Globoplay. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/4873652/>>. Acesso em: 10 de outubro de 2020.

No quadro, quando se citam as entrevistas, são as participações do telespectador por meio de fotos, vídeos e/ou perguntas para os profissionais que são entrevistados no estúdio do telejornal. Em alguns casos, observa-se que a produção do RJ1 dá mais espaço aos questionamentos do público do que às perguntas já pré-programadas.

6.3 Análise do RJ1 em 2017

Em 2017, foram analisadas as edições entre os dias 06 e 11 de março do RJ1. Neste período, o telejornal local foi apresentado por Elisa Veiga e Kenia Pinheiro. Aline Franco conduziu a edição de sábado. O quadro a seguir apresenta os dados.

Quadro 2: Levantamento de dados – 2017.

Dias	Produto	Tempo	Editória	Cidade	Origem
06/03	Entrevista – pergunta (1)	Total: 9'47" Part: 1'25"	Serviço	Resende	WhatsApp
	NC (1 foto)	Tota: 1'40" Part: 31"	Clima/Tempo	Rio Claro	WhatsApp
	VT	2'49"	Comunidade	B. do Piraí	WhatsApp
07/03	NC (1 foto e 1 vídeo)	42"	Cidade	A. dos Reis	-
	NC (1 foto)	Total: 1'21" Part: 27"	Clima/Tempo	Rio Claro	WhatsApp
	VT	3'48"	Comunidade	B. do Piraí	-
08/03	NC (2 fotos)	Total: 1'16" Part: 30"	Clima/Tempo	A. dos Reis e Valença	WhatsApp
	VT	3'04"	Comunidade	Três Rios	-
	Entrevista – pergunta (3)	7'10"	Saúde	V. Redonda e A. dos Reis	WhatsApp
09/03	VT	3'06"	Clima/Tempo	Itatiaia	WhatsApp
	NC	Total: 58" Part: 16"	Clima/Tempo	Itatiaia	WhatsApp
	VT	2'14"	Comunidade	V. Redonda	WhatsApp
10/03	NC (4 fotos)	Total: 1'42" Part: 52"	Clima/Tempo	R. Claro, B. do Piraí, Resende e Valença	WhatsApp
	Entrevista – pergunta (8)	21'53"	Política	Barra do Piraí	WhatsApp
11/03	VT	3'52"	Trânsito	Resende	WhatsApp
	NC (2 fotos)	Total: 55" Part: 12"	Clima/Tempo	V. Redonda e Com. Levy Gasparian	WhatsApp
	VT	Total: 3'28" Part: 32"	Clima/Tempo	Itatiaia	WhatsApp
Total	17 momentos	53'23"			

Fonte: elaborado pelo autor a partir da análise realizada pela plataforma Globoplay.

Em comparação com 2016, o tempo destinado à participação do público mais que dobrou, saindo de 20 e chegando a 53 minutos no ar. Além disso, a colaboração esteve presente em 17 momentos ao longo da semana, contra 10 do ano analisado anteriormente.

Em 2017 o destaque nas editorias ficou para a previsão do tempo que, a partir desse ano, possibilitou a interação com o telespectador. Em um novo cenário e com um apresentador próprio, o espaço para as informações do clima ficou maior. No dia 10 de março, por exemplo, foram exibidas quatro imagens enviadas via *WhatsApp*, totalizando 52 segundos de participação dentro do quadro. A Figura 11 exemplifica de que forma essa colaboração do telespectador ia ao ar no ano de 2017. Na imagem exibida do telão em *chroma-key*⁶⁰, observa-se uma foto do dia amanhecendo no município de Rio Claro. Acima da imagem, mostra-se o nome de quem enviou e a temperatura máxima no dia para a localidade. No geral, as colaborações na previsão tempo, são feitas dessa forma.

Figura 11: Participação do público na Previsão do Tempo (2017).



Fonte: TV Rio Sul/Globoplay. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/5703021/programa/>>. Acesso em 15 de novembro de 2020.

A previsão do tempo nesta época era uma parte gravada previamente antes do RJ1 ir ao ar e, apesar de contar com a colaboração do público, passa a “falsa

⁶⁰ Fundo em tecido verde ou azul utilizado, na televisão, para criar fundos virtuais.

sensação” de que é ao vivo, como um “mandou, passou na TV.” Almeida (2020), explica que o conteúdo da transmissão ao vivo traz uma autenticidade, porém:

Contudo a real colaboração dos telespectadores no produto final exibido é, no fim das contas, limitada e moldada a partir dos próprios interesses da emissora, permanecendo, em última análise, apenas como uma promessa frustrada (Idem, 2020, p. 207).

Observou-se ainda que a colaboração do público não fica restrita às imagens expostas na tela, mas, também, VT's. No dia 06, por exemplo, uma equipe de reportagem foi deslocada até Barra do Piraí para acompanhar um problema de moradores sobre lama acumulada na rua. A produção do RJ1 só soube da situação a partir de vídeos enviados para o *WhatsApp* da TV Rio Sul.

A partir de 2017 percebeu-se que as entrevistas em estúdio passaram a ter uma maior interação com o telespectador. O público era convidado ainda mais a participar com perguntas sobre determinados assuntos. Coincidência ou não, neste ano a TV Rio Sul começou um processo de entrevistas com os prefeitos da região no aniversário de cada cidade. No dia 10 de março, a título de exemplo, foram feitas oito perguntas para o prefeito de Barra do Piraí, todas enviadas pelos telespectadores.

6.4 Análise do RJ1 em 2018

Ainda no ar de meio-dia às 12h50, neste período o RJ1 era apresentado por Fernanda Monteiro, em Resende, e Aline Franco, em Volta Redonda. Fernanda apresentou também o jornal no sábado. Em 2018, foram analisadas as edições entre os dias 05 e 10 de março, apresentadas no quadro a seguir.

Quadro 3: Levantamento de dados – 2018.

Dias	Produto	Tempo	Editoria	Cidade	Origem
05/03	NC (5 fotos)	Total: 1'55" Part: 47"	Clima/Tempo	Resende	WhatsApp
06/03	VT	2'23"	Clima/Tempo	Resende	WhatsApp
	VT	1'32"	Comunidade	V. Redonda	-
	VT	3'42"	Comunidade	Paracambi	-
07/03	VT	3'49"	Comunidade	Itatiaia	-
08/03	NC (2 fotos)	Total: 2'36" Part: 45"	Clima/Tempo	Barra do Piraí	WhatsApp
09/03	Entrevista – pergunta (7)	11'12"	Política	B. do Piraí	WhatsApp
	VT (2 vídeos)	Total: 12'26" Part: 1'00"	Entretenimento	Vassouras e V. Redonda	WhatsApp
10/03	VT	Total: 3'11" Part: 14"	Clima/Tempo	Resende	WhatsApp
Total	9 momentos	25'24"			

Fonte: elaborado pelo autor a partir da análise realizada pela plataforma Globoplay.

Em 2018, durante a semana analisada, a participação do telespectador totalizou aproximadamente 25 minutos, menos da metade dos 53 de 2017. Porém, neste período, o RJ1 utilizou de VT's maiores e entradas ao vivo com informações sobre um forte temporal que interditou o principal acesso entre a região de Visconde de Mauá, em Resende. Além de turístico, o distrito resendense tem seis mil moradores, que ficaram isolados com os deslizamentos de terra. A TV Rio Sul utilizou do valor-notícia de “relevância” durante essa cobertura, que de acordo com Traquina (2008, p. 80) “determina que a noticiabilidade tem a ver com a capacidade do acontecimento incidir ou ter impacto sobre a vida das pessoas, sobre o país, sobre a nação.” Afinal, a situação impactou diretamente na vida de milhares de moradores da Região das Agulhas Negras⁶¹.

Neste mesmo período, a participação do telespectador passou a ser introduzida no quadro “Diversão & Arte”, exibido às sextas-feiras e que traz dicas de eventos culturais na região Sul Fluminense. A parte denominada “Dica da Galera” foi um espaço criado com a intenção de que houvesse uma maior interação e que o público tivesse a oportunidade de sugerir suas próprias dicas de cultura. Na edição de 09 de março, dos 12 minutos e 26 segundos do “Diversão & Arte”, um minuto foi

⁶¹ Região que compreende os municípios de Itatiaia, Quatis, Resende e Porto Real. Recebe esse nome por estar próxima ao Pico das Agulhas Negras, na divisa do Rio de Janeiro com Minas Gerais.

colaborativo com vídeos de duas cidades: Vassouras e Volta Redonda. Essa configuração de participação em um quadro com dicas culturais pode ser considerado o valor-notícia humor, pois, de acordo com Erbolato (1991) *apud* Bisol (2020), apresenta o critério de entretenimento.

6.5 Análise do RJ1 em 2019

Em 2019, foram analisadas as edições de 04 a 09 de março. Neste período, o RJ1 era apresentado pelas jornalistas Fernanda Monteiro e Michele Martins, em Resende, e Kenia Pinheiro, em Volta Redonda. Aline Franco conduziu a edição de sábado.

A Figura 11 é um *print*⁶² do telejornal que mostra o momento em que a jornalista Fernanda Monteiro convida o telespectador a participar do RJ1. No canto esquerdo inferior, o GC⁶³ mostra o número do *WhatsApp* da TV Rio Sul.

Figura 12: Caracteres de participação do telespectador – TV Rio Sul (2019).



Fonte: TV Rio Sul/Globoplay. Disponível: <<https://globoplay.globo.com/v/7434359/>>. Acesso em 26 de setembro de 2020.

⁶² *Print* é uma captura de tela.

⁶³ GC é o equipamento utilizado para gerar os caracteres (as tarjas) de um programa (daí a sigla GC). Nos bastidores da televisão, dá-se informalmente o nome de GC aos caracteres que aparecem na tela.

O Quadro 4 mostra os dados levantados durante a análise no período do ano de 2019.

Quadro 4: Análise do RJ1 – 2019.

Dias	Produto	Tempo	Editoria	Cidade	Origem
04/03	VT/NC (9 fotos)	2'34"	Entretenimento	Resende, V. Redonda, A. dos Reis, P. do Sul, Vassouras, P. Alferes, Valença, Mendes e B. do Piraí	WhatsApp
05/03 - feriado	VT/NC (25 fotos)	4'58"	Entretenimento	B. Mansa, Paracambi, Resende, V. Redonda, B. do Piraí, M. Pereira, Pinheiral, A. dos Reis, Valença, Mendes, T. Rios, Quatis e Itatiaia.	WhatsApp
06/03	Vivo (1 foto e 1 vídeo)	Total: 7'12" Part: 30"	Trânsito	Vassouras	WhatsApp
	VT/NC (9 fotos)	1'49"	Entretenimento	Resende, Valença, B. Mansa, V. Redonda, R. Flores, Valença e A. dos Reis	WhatsApp
07/03	VT	3'46"	Comunidade	B. do Piraí	-
	Entrevista – pergunta (7)	9'14"	Serviço	Resende, Quatis, T. Rios, B. Mansa e V. Redonda	WhatsApp
08/03	VT	1'10"	Violência	-	-
09/03	-	-	-	-	-
Total	7 momentos	24'01"			

Fonte: elaborado pelo autor a partir da análise realizada pela plataforma Globoplay.

Ocasionalmente neste ano o Carnaval foi no início de março. Por este motivo, as três primeiras edições da semana analisada tiveram partes relacionadas ao feriado. De toda forma, essa análise se faz necessária para observar como a TV Rio

Sul e, especialmente a produção do RJ1, preenche o tempo do telejornal durante um feriado como esse, neste caso, com muita participação do telespectador. Além disso, observou-se que a colaboração foi ainda maior que nos anos anteriores, mas por conta de conteúdos não-factuais, quando cidades que não aparecem diariamente no noticiário do telejornal, tiveram vez, potencialmente por conta de assuntos carnavalescos.

No dia 05 de março, feriado, foram 25 imagens enviadas por telespectadores que foram exibidas no RJ1, cerca de cinco minutos destinados a apresentar apenas este tipo de conteúdo. Essa situação pode ser explicada por um valor-notícia, o “dia noticioso”. Segundo Traquina (2008, p. 90), “cada dia jornalístico é um novo dia. Há dias ricos em acontecimentos com valor-notícia e outros dias pobres em acontecimentos com valor-notícia.” Ainda de acordo com Traquina (2008), nessas ocasiões “empobrecidas de assuntos”, as pautas pré-programadas são aquelas que vão tomar conta do noticiário. No caso do dia 05, as fotos de moradores do Sul Fluminense no Carnaval tiveram espaços ampliados, o que explica o critério trazido pelo autor.

O editor-chefe do telejornal, Carlos Jefferson, durante a entrevista realizada para esta pesquisa, apontou que a região Sul do Estado do Rio é deficitária em conteúdos factuais. Para ele, “é bem verdade que faltam factuais. A gente não tem uma gama extensa de coisas acontecendo assim sempre. Justamente por isso, a gente tem que se programar (*sic*)” (TEIXEIRA, 2020).

Apesar do tempo de 24 minutos dedicados à participação do telespectador, bem próximo dos anos de 2016 e 2018, a quantidade de fotos recebidas pelo *WhatsApp*, foi significativamente maior: 44 imagens contra sete em 2018, onze em 2017 e apenas três em 2016.

A edição de sexta-feira, 8 de março, Dia Internacional da Mulher, foi dedicada ao tema. A produção do RJ1 destinou o espaço do telejornal para exibir informações sobre o combate da violência contra a mulher no Sul do Estado do Rio. Um vídeo de um minuto mostrou o depoimento de uma mulher que contou as agressões sofridas pelo marido. No sábado, dia 09, o destaque da edição foi a estreia do quadro “É Esporte.” Foram 30 minutos (12h19-12h49) dedicados à estreia, que contou com a participação do superintendente da TV Rio Sul, Arnaldo Cezar Coelho. Sendo assim,

os 19 minutos restantes foram dedicados às notícias regionais. Segundo o que está disponível na plataforma Globoplay, não houve participação do público neste dia.

6.6 Análise do RJ1 em 2020

No último ano analisado, foram consideradas as edições exibidas entre os dias 02 e 07 de março de 2020. Já com uma hora de duração (12h-13h), o telejornal local era – e ainda é – apresentado por Fernanda Monteiro e Michele Martins, em Resende, e Rose Gomes, em Volta Redonda. Michele apresentou o RJ1 no sábado. A seguir, tem-se o levantamento de dados do período analisado em 2020.

Quadro 5: Levantamento de dados – 2020.

Dias	Produto	Tempo	Editoria	Cidade	Origem
02/03	NC (4 fotos e 1 vídeo)	2'44"	Clima/Tempo	V. Redonda, Valença e B. do Pirai	WhatsApp
	Vivo (1 vídeo)	Total: 4'02"	Clima/Tempo	Angra dos Reis	WhatsApp
	Stand-up (2 fotos)	49"	Clima/Tempo	Barra do Pirai	WhatsApp
	Entrevista – pergunta (4)	8'51"	Serviço	Resende e Barra Mansa	WhatsApp
03/03	Vivo (1 vídeo)	Total: 2'46"	Clima/Tempo	Angra dos Reis	WhatsApp
	NC (1 foto)	Total: 2'33" Part: 32"	Clima/Tempo	Resende	WhatsApp
	VT	5'03"	Comunidade	Itatiaia	WhatsApp
	Entrevista – pergunta (3)	9'05"	Saúde	B. Pirai, A. dos Reis e Arcoverde-PE	WhatsApp
04/03	VT	3'17"	Trânsito	L. Gasparian e R. das Flores	WhatsApp
	Entrevista – pergunta (4)	9'28"	Saúde	Pirai, Pinheiral, V. Redonda e B. Mansa	WhatsApp
	VT	3'01"	Comunidade	A. dos Reis	WhatsApp
05/03	VT	4'08"	Comunidade	B. do Pirai	-
	NT	47"	Cidade	A. dos Reis	WhatsApp
	NC (1 vídeo)	Total: 2'47" Part: 47"	Clima/Tempo	Angra dos Reis	WhatsApp
	Entrevista – pergunta (2)	8'49"	Serviço	Sapucaia e P. do Alferes	WhatsApp
06/03	VT, vivo e entrevista	5'50"	Comunidade	Angra dos Reis	-
	Vivo (1 vídeo)	1'48"	Soft News	Angra dos Reis	WhatsApp
07/03	Vivo (1	1'25"	Cidade	Angra dos	WhatsApp

	vídeo)			Reis	
Total:	18 momentos	73'12"			

Fonte: elaborado pelo autor a partir da análise realizada pela plataforma Globoplay.

Observou-se que 2020 foi o ano com o maior espaço dado às participações do telespectador durante os períodos selecionados e com relação aos anos anteriores analisados. Foram 18 momentos que contaram com a participação do público, com destaque para a editoria de comunidade. Percebeu-se, ainda, que o telejornal ganhou mais entradas ao vivo dos repórteres. Explicado pelo editor-chefe do RJ1.

O que eu sinto que mudou nesse meio tempo: a questão dos vivos. A gente faz muito mais vivo do que a gente fazia antigamente. [...] A gente cobre mais factuais, a gente tá reforçando mais essa parte de polícia de não deixar de dar o que acontece, sempre seguindo aquelas regras [...] de você não expor ninguém. É uma realidade nova a cada dia (*sic*) (TEIXEIRA, 2020).

Na semana analisada em 2020, mesmo com a cobertura do avanço da pandemia de COVID-19, foram mais de 73 minutos dedicados às notícias que tiveram, de alguma forma, a colaboração do público. No mesmo período analisado em 2016, seis meses após o início do uso do *WhatsApp*, foram pouco mais de 20 minutos de conteúdo colaborativo. Ou seja, o tempo do telejornal local que vem de conteúdos via participação, mais que triplicou.

Considera-se, ainda, outro valor-notícia para tamanhas participações do telespectador: a “disponibilidade.” Traquina (2008) afirma que esse critério é estabelecido quando não se é possível cobrir com jornalistas todos os espaços destinados. A TV Rio Sul cobre 24 municípios com uma sede, uma sucursal e dois escritórios estrategicamente localizados, mas de acordo com os dados levantados durante a análise, as cidades de Volta Redonda (14 vezes), Resende (13 vezes) e Angra dos Reis (15 vezes) são as que mais aparecem no RJ1. As demais localidades pouco aparecem diariamente. São vistas com mais frequência durante conteúdos de entretenimento – Carnaval e Diversão & Arte. A emissora, que conta com sete equipes de reportagem não consegue cobrir todos os principais fatos ao mesmo tempo devido às distâncias entre os municípios.

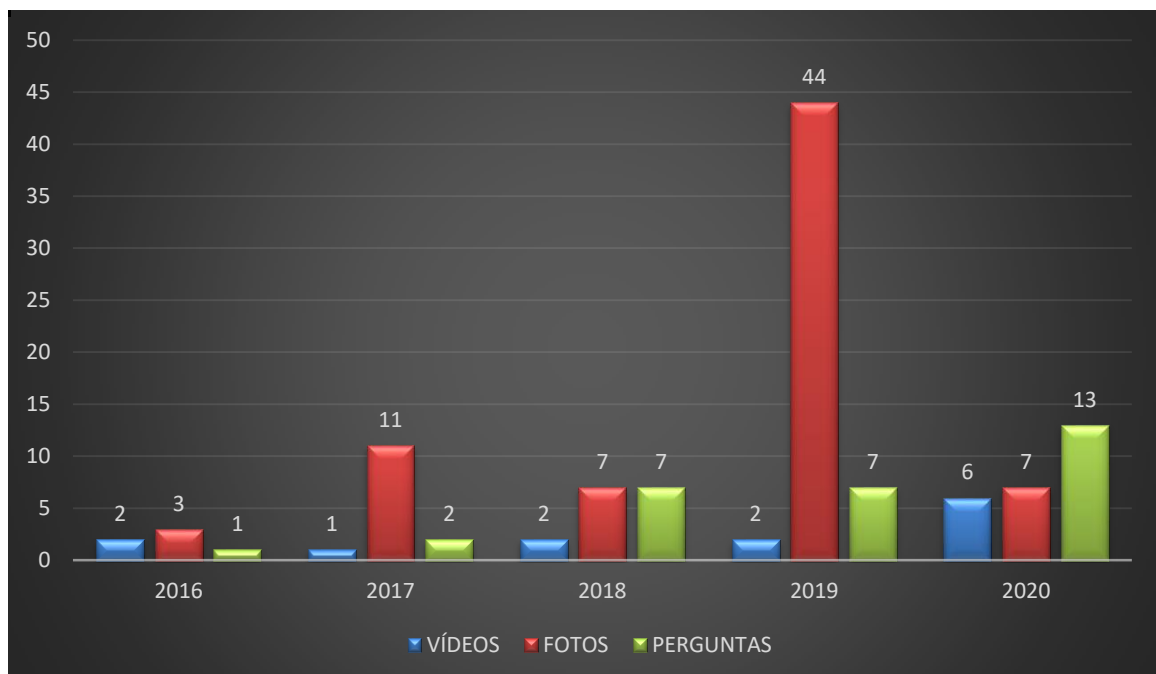
No dia 02, por exemplo, em uma entrada ao vivo de Angra dos Reis, a participação do público se fez essencial para ilustrar com fotos e vídeos o tempo de

fala da repórter Maria Mariana enquanto a mesma falava sobre os estragos causados por uma forte chuva na cidade.

6.7 Análise geral do RJ1

Os gráficos a seguir têm como objetivo facilitar a compreensão quanto às subdivisões das participações do telespectador no RJ1. O primeiro apresenta a quantidade de fotos, vídeos e perguntas realizadas durante entrevistas que partiram do público. O segundo gráfico elenca de quais formas essas participações foram ao ar.

Gráfico 1: Material enviado pelo telespectador.



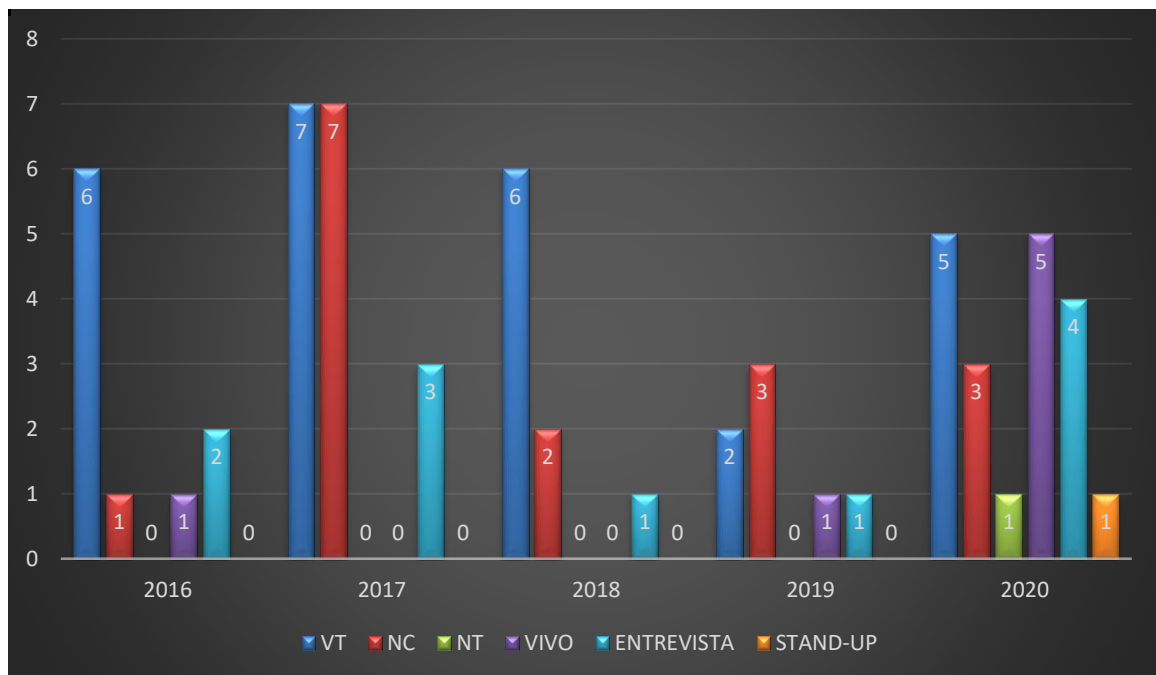
Fonte: elaborado pelo autor a partir da análise via Globoplay.

O número de participações nesse sentido (vídeos, fotos e perguntas em entrevistas), exposto pelo gráfico acima, cresceu entre 2016 e 2020, com exceção do ano de 2018, quando a TV Rio Sul dedicou parte do espaço do RJ1 para a cobertura de um temporal em Resende. Além disso, o significativo número de fotos em 2019 é consequência da relação entre os 50 minutos disponíveis para o telejornal local na época e a falta de conteúdos factuais no feriado de Carnaval, sendo assim, deixando a participação do público ocupar um tempo maior no jornal.

Já o Gráfico 2, apresenta um número próximo de VT's ao longo dos períodos analisados, mas um aumento na quantidade de entradas ao vivo e entrevistas em

estúdio. Teixeira (2020) constata que houve um crescente de participações ao vivo desde que assumiu o comando do RJ1, em setembro de 2019. Além disso, as colaborações em entrevistas com profissionais dos mais diversos ramos, que pulou de duas em 2016 para quatro em 2020, pode ter relação com o tempo do telejornal, que desde 30 de setembro de 2019 passou a ter 60 minutos de duração.

Gráfico 2: Resultado da participação.



Fonte: elaborado pelo autor a partir da análise via Globoplay.

A produção do RJ1, segundo Ana Paula Garcia, não foca em apenas passar a informação, mas saber mais detalhes sobre as histórias e trazer um material ainda mais robusto para os telejornais. “Quem recebeu aquela imagem às 9 da manhã, espera para ver no RJ o que de fato aconteceu, se aconteceu e como foi (*sic*)” (GARCIA, 2020).

Ao longo dos anos analisados, percebeu-se, ainda, que a participação do telespectador, em sua maioria, se dá a partir de conteúdos não-factuais. Dos 61 momentos em que a colaboração do público apareceu ao longo dos cinco anos analisados, 35 foram pautas “frias”, que se relacionam com outro valor-notícia segundo Erbolato (1991) *apud* Bisol (2020): a oportunidade, que são matérias “frias” que podem ser utilizadas depois e não no mesmo dia em que são feitas, como as “quentes”.

Teixeira (2020) elencou durante a entrevista que as participações dos telespectadores que mais chegam à redação estão relacionadas às editorias de comunidade, trânsito e violência. Porém, durante a análise, observa-se que as editorias de clima/tempo, comunidade e pautas relacionadas a serviço foram as que mais tiveram a colaboração do público. Veja no Gráfico 3:

Gráfico 3: Participação por editoria.



Fonte: elaborada pelo autor a partir da análise via Globoplay.

A quantidade pequena de assuntos relacionados à violência através de colaboração do telespectador pode ser explicada por dois motivos. Segundo o editor-chefe do RJ1, dependendo do que chega à redação da TV Rio Sul, não vai ao ar ou para preservar a integridade de quem enviou o produto; ou porque a linha editorial do telejornal local é voltada para assuntos comunitários e não tem viés policial (TEIXEIRA, 2020).

Vale destacar que os números apresentados acima são apenas daqueles espaços que contaram com a participação do público. Os momentos sem colaboração do telespectador, não foram contabilizados.

Conforme destaca Filho e Ferreira (2016), as empresas jornalísticas ganharam, a partir do público, uma espécie de coprodutores que auxiliam na

produção das notícias. Essa afirmação fica clara quando se apresenta o mecanismo de como funciona esse fluxo da colaboração do telespectador na TV Rio Sul. Em ambas as entrevistas com os profissionais da emissora, o editor-chefe do telejornal e a gerente de jornalismo, o sentido principal é que, com todos os fatores, como distância e equipes de reportagem, o telespectador (e o *WhatsApp*) virou essencial não só na audiência, mas no processo de produção do telejornalismo. Teixeira (2020) afirma ainda que “a nossa concorrência atualmente não é Record, não é SBT, não é Band, são as redes sociais” e diz que, por isso, o RJ1 também é feito para o público da *internet*, que assiste o jornal fora da grade de programação, no sistema *on demand*.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa foi realizada tendo duas hipóteses. A primeira de que o telespectador, além de contribuir com a produção do telejornal de maneira tradicional, como fonte ou como indicador de assuntos de pauta, também se faz presente como uma espécie de colaborador na apuração, de repórter colaborativo que, estando na hora e local do fato, consegue capturar o momento por vídeo ou foto. Este material passa a ser conteúdo componente do material noticioso, o que vem ao encontro de uma realidade colocada: a redução nos quadros funcionais das emissoras que inviabiliza uma cobertura totalmente presencial dos fatos. Hipótese confirmada.

Como apresentado ao longo do texto, o telespectador que envia o conteúdo para a redação da TV Rio Sul serve como a fonte primária daquele ocorrido, mesmo que ele esteja apenas como um observador. Isso acontece porque, visualizando o mapa de cobertura da emissora, as equipes de reportagem estão localizadas em quatro cidades e, dependendo de onde ocorre o fato, o deslocamento da equipe pode demorar horas. Dessa forma, quem está no local na hora do acontecimento, é quem vai contribuir com fotos, vídeos e até mesmo uma apuração prévia dos fatos. Isso acontece não só a nível regional, mas também com grandes eventos internacionais. O uso do *WhatsApp* e de outras redes sociais possibilitou a rapidez desse fluxo de informação.

O telejornal não vai deixar de apresentar o fato. Ao contrário, o que antes poderia somente gerar uma nota seca por falta de imagem, por exemplo, com a colaboração do telespectador poderá ganhar mais espaço. Vale ressaltar que o fato de o telespectador não ter o compromisso requerido de um profissional do

jornalismo, demanda da equipe de produção tão ou mais cuidado com a apuração do material recebido, uma vez que a checagem terá de ser rigorosa e contar com mais fontes na intenção de dar credibilidade e profundidade à informação.

A outra hipótese associada a esse trabalho foi confirmada, mas em partes. Considerava-se que a participação do telespectador ganhou mais espaço no telejornal, além de partes destinadas exclusivamente à colaboração do público. Evidentemente o telespectador ganhou mais tempo no RJ1, comprovado pela análise, no entanto, essa janela maior pode ser consequência do aumento também do tamanho do telejornal local. Além de tudo, os quadros que necessitam diretamente da participação do telespectador para existirem são os mesmos que ocorriam antes do uso do *WhatsApp*, como o “Zé do Bairro.” Além dos quadros comunitários, já mencionados, o RJ1 ainda não possui um espaço exclusivo para a colaboração sendo esta a qualquer editoria. O que se constata é que as colaborações são diluídas de maneira aleatória e por demanda recebida ao longo da edição.

O telespectador vê no RJ1 uma oportunidade de contribuir com o jornalismo e se ver na televisão, o que acaba sendo um dos objetivos de a produção do jornal local insistir para que o público colabore. Assim, a audiência é estimulada, uma vez que as pessoas ficam esperando suas participações aparecerem no “RJ.”

Vê-se ainda que o uso do *WhatsApp* se tornou preponderante na construção do RJ1 e que a TV Rio Sul a partir da cabeça de rede, TV Globo, pretende continuar fazendo uso destas novas tecnologias como forma de aproximar-se ainda mais do telespectador. Desta maneira, garante-se um fluxo maior de conteúdo e informação com custos mais baixos.

Esta pesquisa se fez importante para entender como vem ocorrendo a produção de notícias no RJ1 – TV Rio Sul, a partir da participação do telespectador, mas esse trabalho não se esgota aqui. O envolvimento do público se coloca como uma vertente de estudo para o jornalismo que está ainda muito embrionária em termos de possibilidade face ao fato de carregar consequências que estão ligadas não só as perspectivas sociais, mas também tecnológicas.

8 REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves de. **Jornalismo Cidadão**. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2185>>. Acesso em 20 de julho de 2020.

ALMEIDA, Melissa Ribeiro de. **TV Social: o telespectador como protagonista na televisão em múltiplas telas**. Curitiba: Appris, 2020.

BARBOSA, Marialva. **História da Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2013.

BELÉM, Vitor Curvelo Fontes; CIRENE, Livia. **Do SPTV ao SP1: Impressões sobre as mudanças na apresentação do telejornal local**. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2017. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-3100-1.pdf>>. Acesso em 09 de novembro de 2019.

BISOL, Laísa Veroneze. **Crítica da Mídia**. Soluções Educacionais Integradas, 2020.

COELHO, Arnaldo. Arnaldo Cezar Coelho: entrevista [janeiro de 2020]. Resende, 2020. Entrevista concedida à TV Rio Sul no telejornal RJ1 – TV Rio Sul. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/8263615/>>. Acesso em 23 de março de 2020.

CORRÊA, Elizabeth Saad; MADUREIRA, Francisco. **Jornalista cidadão ou fonte de informação: estudo exploratório do papel do público no jornalismo participativo dos grandes portais brasileiros**. 2010. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/07/pdf/correa-jornalista.pdf>>. Acesso em 16 de agosto de 2020.

COUTINHO, Iluska; FERNANDES, Livia. **Telejornalismo local e identidade: O Jornal da Alterosa e a construção de um lugar de referência.** In: XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste. Juiz de Fora, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2007/resumos/R0498-1.pdf>>. Acesso em: 07 de abril de 2020.

FILHO, Ciro Marcondes. **A Saga dos Cães Perdidos.** São Paulo: Hacker Editores. 2000.

FILHO, Francisco Machado; FERREIRA, Mayra Fernanda. **Jornalismo colaborativo: A comunidade na prática jornalística na televisão.** In: CASADEI, EB., org. A extensão universitária em comunicação para a formação da cidadania. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2016. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/zhy4d/pdf/casadei-9788579837463-08.pdf>>. Acesso em: 20 de julho de 2020.

GARCIA, Ana Paula. Ana Paula Pereira Garcia: entrevista [outubro de 2020]. Entrevistador: Rhenzo José Nogueira. Volta Redonda, 2020. Entrevista concedida à monografia “Televisão no interior e a participação do público: uma análise do RJ1 – TV Rio Sul” do curso de Jornalismo do UniFOA.

GARCIA, Edson Roberto Borges; SILVA, Luis Roberto da. **A retextualização da oralidade no telejornal bom dia São Paulo.** Fortaleza. 2016. Disponível em: <<https://periodicos.unifor.br/rh/article/view/6012/4969>>. Acesso em 27 de abril de 2020.

GARCIA, Santiago Naliato. **A nossa telinha: a TV brasileira e seu desenvolvimento, do preto e branco ao digital, a partir de políticas públicas e comerciais.** Unesp. 2009. Disponível em: <<https://celacom.fclar.unesp.br/pdfs/80.pdf>>. Acesso em 14 de março de 2020.

GIACOMELLI, Ivan Luiz. **Critérios de noticiabilidade e fotojornalismo.** In: Discursos Fotográficos. Londrina. Universidade Estadual de Londrina. 2008. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1924/1657>>. Acesso em 15 de novembro de 2020.

GLOBO, Memória. **JN: 50 anos de telejornalismo.** Rio de Janeiro: Globo Livros, 2019.

GRECO, Clarice. **Qualidade na TV.** São Paulo: Atlas. 2013.

HINERASKY, Daniela Aline. **O Pampa virou cidade? Um estudo sobre a inserção regional na TV aberta gaúcha.** Rio de Janeiro. 2003. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2188/1327>>. Acesso em 10 de julho de 2020.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério.** São Paulo: Editora Senac São Paulo. 2000.

MADUREIRA, Francisco Bennati. **Cidadão-fonte ou cidadão-repórter? O engajamento do público no jornalismo colaborativo dos grandes portais brasileiros.** Dissertação (mestrado) – Universidade de São Paulo, 2010. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-08112010-115607/publico/3122210.pdf>>. Acesso em 15 de março de 2020.

MELO, Carolina Abbadia. **O espetáculo do Jornal Nacional como guia orientador dos telejornais regionais.** Goiânia, 2009. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/76/o/jornal_nacional.pdf>. Acesso em 09 de novembro de 2019.

MEMÓRIA GLOBO. **Teresa Garcia.** 2020a. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/perfil/teresa-garcia/perfil-completo/>>. Acesso em 03 de outubro de 2020.

MEMÓRIA GLOBO. **RJTV.** 2020b. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/rjtv/>>. Acesso em 03 de outubro de 2020.

MESQUITA, Giovana Borges. **Jornalismo participativo e as novas relações entre imprensa e audiência na produção de notícias.** In: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Campina Grande, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1078-1.pdf>>. Acesso em: 20 de julho de 2020.

MUSSE, Christina Ferraz. **Telejornalismo e imaginário urbano: a cidade na TV.** UFRGS. 2008. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Telejornalismo%20e%20imaginario%20urbano.pdf>>. Acesso em 14 de março de 2020.

OLIVEIRA FILHO, José Tarcísio. **O Telejornalismo Local e Regional em Diferentes Contextos: Uma Análise Sobre Portugal, Espanha e Estados Unidos.** In: V Encontro Sudeste da História da Mídia, 2018. Disponível em:

SANTOS, Eliane Davila. **O jornalismo participativo: reflexões acerca das práticas comunicacionais e de representação jornalística a partir do *i-Report* da CNN.** 2015. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/26255/14139>>. Acesso em: 20 de julho de 2020.

SAVENHAGO, Igor (Org.). **Jornalismo Regional: Estratégias de sobrevivência em meio às transformações da imprensa.** Jundiá: Paco, 2012.

SILVA, Marcello Henrique Santos Corrêa. **O que é jornalismo colaborativo? Um estudo de caso: *The Guardian* 2013.** Monografia – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/1168/1/MSilva.pdf>>. Acesso em: 20 de julho de 2020.

TEIXEIRA, Carlos. Carlos Jefferson da Silva Teixeira: entrevista [setembro, 2020]. Entrevistador: Rhenzo José Nogueira. Volta Redonda, 2020. Entrevista concedida à monografia “Televisão no interior e a participação do público: uma análise do RJ1 – TV Rio Sul” do curso de Jornalismo do UniFOA.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional.** V2. Florianópolis: Insular, 2008. TV RIO SUL. **RJ1.** 2020. Disponível em: <https://www.comercialonline.tv.br/Imagens/Programas/Programas_1_Patrocinio_20_200714180506.pdf>. Acesso em: 03 de outubro de 2020.

TV RIO SUL. **Quem somos?** 2017. Disponível em: <<https://redeglobo.globo.com/rj/tvriosul/Quem-Somos/noticia/acompanhe-a-trajetoria-da-tv-rio-sul.ghtml>>. Acesso em 03 de outubro de 2020.

VIZEU, Alfredo; LEITE, Flora. **Decidindo o que é notícia - 20 anos depois.** 2018.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia. Os bastidores da notícia.** Editora Record, 1998. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-decidindo-noticia-tese.pdf>>. Acesso em 12 de fevereiro de 2020.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

9 APÊNDICE

Abaixo, você encontrará dois *QR Codes* para acessar e ouvir as entrevistas com a gerente de jornalismo da TV Rio Sul, Ana Paula Pereira Garcia, e com o editor-chefe do telejornal RJ1, Carlos Jefferson da Silva Teixeira. Os bate-papos foram gravados nos meses de setembro e outubro de 2020 e quaisquer mudanças pós-entrevistas não foram consideradas. Além disso, é importante destacar que em decorrência da pandemia de COVID-19, as entrevistas foram realizadas pela *internet*, seguindo as recomendações de distanciamento social da Organização Mundial de Saúde (OMS), Ministério da Saúde do Brasil e Secretaria de Saúde do Estado do Rio de Janeiro.

Figura 13: Acesso para a entrevista com Carlos Jefferson da Silva Teixeira.



Fonte: elaborado pelo autor.

Figura 14: Acesso para a entrevista com Ana Paula Pereira Garcia.



Fonte: elaborado pelo autor.