
Jornalismo Colaborativo e o Caso do Quadro ‘Vc no JA’ do *Jornal do Almoço*¹

Ricardo Henrique Almeida DIAS²
Keltryn WENDLAND³
Centro Universitário Unifacvest, Lages, SC

Resumo

Temos por objetivo neste artigo analisar o caso do quadro ‘Vc no JA’ do Jornal do Almoço da RBS de Santa Catarina. O jornalismo colaborativo ou cidadão é uma das tendências do jornalismo atual, no qual permite que as pessoas participem das edições através do envio de fotos e vídeos de assuntos concernentes ao cotidiano das comunidades. Neste artigo analisamos cinco casos, nos quais as pessoas relataram problemas do bairro. Alguns problemas foram resolvidos e outros ainda esperam pela ação do poder público. Nos cinco casos pudemos notar como as pessoas participaram ativamente na denúncia dos problemas, sendo que ao jornalista coube o papel de mediador entre a população e os governantes.

Palavras-Chave: jornalismo colaborativo; telejornalismo; cidadania.

Introdução

Inúmeras pesquisas têm mostrado que as mudanças no jornalismo neste século estão sendo diversas e significativas, nas quais várias noções básicas da prática estão tendo que ser repensadas. Dentre essas mudanças está a crescente participação do público através da interatividade, processo facilitado pela popularização de dispositivos de gravação pelo público e pelas novas tecnologias de informação e comunicação que promovem a interatividade entre as pessoas e os produtores de mídias. As pessoas passaram a ter poder de mídia, situação até então restrita aos profissionais da comunicação. Stuart Allan considera o testemunho do cidadão dos acontecimentos como um serviço público, mostrando como ele pode ajudar a revigorar as responsabilidades do jornalismo dentro das culturas democráticas (DIAS, 2014).

A noção de “jornalismo cidadão”, que está atrelada a de “cidadão testemunhante”, pode ser caracterizada como um tipo de notícia em primeira pessoa em que os indivíduos adotam temporariamente o papel de um jornalista,

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Doutor em Educação pela FE/Unicamp (2015). Jornalista formado pelo curso de Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo pela UFMS (2006). Atualmente, é docente do curso de Comunicação Social do Centro Universitário Unifacvest – Lages-SC, Brasil. E-mail: rhad@mail.com.

³ Jornalista formada pelo curso de Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo pelo Instituto Superior e Centro Educacional Luterano Bom Jesus (2003). Atualmente, é docente do curso de Comunicação Social do Centro Universitário Unifacvest – Lages-SC, Brasil. E-mail: keltrynw@gmail.com.

a fim de participar da produção de notícias, muitas vezes espontaneamente durante um momento de crise, acidente, tragédia ou desastre quando acontecem com eles presentes na cena (p. 355).

Allan considera o terremoto seguido de tsunami acontecido no final do ano de 2004, no sul da Ásia, como um momento decisivo para que o jornalismo colaborativo, ou jornalismo cidadão, se tornasse um aspecto essencial na mídia.

A série de notáveis relatos em primeira pessoa, imagens gravadas em vídeo através de celulares, fotos de câmeras digitais, muitas das quais publicadas online em blogs e páginas pessoais, foram gerados por cidadãos nos locais atingidos pela tragédia e amplamente valorizados na cobertura jornalística. Uma manchete de jornal declara que o jornalismo cidadão era uma reviravolta surpreendente, se não uma revolução absoluta, sendo iniciada com a tecnologia de internet (p. 355).

Tal reviravolta no jornalismo e nos meios de comunicação atraiu a atenção de diversas pesquisas efetuadas por pesquisadores da comunicação e do jornalismo. Canavilhas e Rodrigues (2012) efetuaram uma análise de conteúdo dos textos publicados pelos leitores em seções específicas existentes em quatro diários portugueses. Os autores tiveram por objetivo verificar se existem elementos característicos da prática jornalística nos espaços denominados como “jornalismo cidadão”, quando os cidadãos podem exercer atividades jornalísticas. Já Lindemann (2007) pesquisou o jornalismo participativo na internet, procurando refletir sobre a dualidade existente entre o indivíduo com mais autonomia e liberdade de expressão e o papel modificado dos jornalistas. Essa dualidade vem gerando um impacto cultural e uma tensão quanto à permanência dos jornalistas e quanto às suas atribuições na sociedade. Cunha (2008) pesquisou os termos repórter cidadão e jornalismo colaborativo. Nesse cenário de coletividade na escrita, até mesmo o básico conceito de credibilidade está passando por um intenso debate. Ela teve por objetivo refletir sobre o cenário em que esses conceitos se relacionam e provocam uma mudança no comportamento das empresas de comunicação que, cada vez mais, abrem portas para a participação do público em espaços de narração antes ocupados apenas por jornalistas. Ela descreveu o contexto dessa nova tendência e retomou alguns momentos históricos da construção coletiva do conhecimento a partir da interação entre narrador e leitor.

Vizeu e Silva (2013) analisaram o telejornalismo e suas reconfigurações com ênfase na atuação do público enquanto coprodutor de notícias. Para os autores o telejornalismo vem, constantemente, ganhando novos contornos e as inovações

tecnológicas e a postura dos cidadãos, intermediados pela atuação dos jornalistas, têm destaque na elaboração das notícias. Eles acompanharam a rotina produtiva do *Jornal Meio-Dia*, um telejornal local de Pernambuco, analisando os critérios de noticiabilidade, produção e edição do material que chega às redações por meio do cidadão. Eles concluíram, a partir desse acompanhamento das atividades diárias de jornalistas de TV, que a forma como o cidadão participa da produção da notícia e vários aspectos do fazer jornalístico vêm sendo influenciados diante da participação do público.

Essas pesquisas demonstram como o cidadão cada vez mais possui espaço na discursividade que circula na produção de enunciados jornalísticos televisivos, sendo que essa participação altera a percepção de como os jornalistas notam os acontecimentos merecedores de ganhar um tratamento jornalístico. Esse fenômeno é mais sentido no jornalismo local e regional, principalmente nas afiliadas das grandes emissoras situadas no eixo Rio-São Paulo.

Jornalismo regional

O jornalismo regional, com espaço para a participação dos cidadãos, é muito presente nos jornais locais das afiliadas da Rede Globo, como a RBS de Santa Catarina, que recentemente foi vendida, mas que ainda está mantendo o selo RBS. Há 37 anos no ar, o *Jornal do Almoço* está passando por uma renovação com o objetivo de ampliar a pauta e espaço para reportagens de âmbito local e regional. Esse foco no local é uma das grandes vantagens desse tipo de jornalismo, já que é o que mais se aproxima da realidade e do cotidiano das pessoas. Por isso, foi objeto de estudo de muitas pesquisas. Bonin (2008) estudou duas semanas de programação para investigar o papel da RBS TV na configuração da identidade italiana no âmbito da recepção. Ele concluiu que a RBS participa da construção da identidade italiana, exercendo uma ação socializadora e de reforço desta identidade, ação esta que deve ser entendida em suas imbricações com os sentidos identitários configurados nos contextos da recepção.

Brittos e Andres (2008) pesquisaram o Grupo RBS no contexto das mudanças sociais, econômicas, tecnológicas e culturais. Já Cruz (2006) apresentou um estudo envolvendo o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST) e sua representação no *Jornal do Almoço* da RBS do Rio Grande do Sul. Esse autor entrevistou membros do MST tendo por objetivo levantar dados e posicionamentos sobre a forma pela qual o MST se vê no *Jornal do Almoço* e usou como referencial

teórico as mediações propostas por Jesús Martín-Barbero. Os resultados do autor são muito pertinentes, já que demonstram um paradoxo interessante. Por um lado, o *Jornal do Almoço* se apega a interesses particulares, transmitindo uma mensagem que defende os fazendeiros gaúchos, o judiciário, o governo estadual e legitima uma intervenção mais extremista da polícia. No outro oposto, ao noticiar os conflitos sociais, a mídia dá voz aos movimentos de resistência à ordem vigente. De acordo com o autor:

Demonstrando sintonia com a ideologia vigente, a RBS simplifica questões complexas. Sem contextualizar a questão da reforma agrária no Brasil, por exemplo, sugere uma defesa do Estado mínimo, sem espaço para movimentos sociais como o dos Sem-Terra, lançando mão, muitas vezes, de frases impactantes, espetaculares. O resultado disso? O enfraquecimento de determinados setores e, no caso específico desta investigação, do MST (p. 12).

Já Silva (2013) teve por objetivo investigar como integrantes da classe média, categoria econômica e social que mais cresceu nos últimos anos no Brasil, veem o *Jornal do Almoço* da RBS TV e o que querem assistir nesse programa. O autor aplicou questionários socioeconômicos junto a telespectadores do programa, além de acompanhar o programa por uma semana junto aos informantes e participar no cotidiano dos mesmos. Através de uma pesquisa em profundidade foi possível compreender como integrantes da classe média percebem e também o que desejam ver ao meio-dia na TV, especificamente no *Jornal do Almoço* da RBS TV. O autor concluiu que a classe média gosta de notícias e quer estar sempre bem informada sobre tudo o que acontece.

Para Tarouco (2012) embora a informação seja a tônica do telejornalismo, a promoção permeia sua construção nos mais variados níveis, fruto de lógicas comerciais que orientam o planejamento de telejornais na produção de efeitos de sentido. Assim, a autora investigou as estratégias discursivas que proporcionam a articulação entre informação e promoção inseridas nas narrativas de telejornais, estudando edições especiais de aniversário do telejornal *Jornal do Almoço*. A autora comprovou que nas edições de aniversário as equipes contam com mais liberdade na enunciação do programa com vistas à maior aproximação com o público da sua região.

Golembiewski (2007) teve por objetivo estudar o papel social do *Jornal Nacional*, da Rede Globo e o *RBS Notícias*, do grupo RBS, voltado aos catarinenses. Ele selecionou quatro reportagens de cada programa, que envolvesse temas cotidianos de caráter social. Usando como referencial teórico da pesquisa as ideias de Michel Maffesoli sobre a comunicação, empatia, imaginário, cultura e pós-modernidade, o

autor concluiu que os telejornais promovem a “ligação social” e o “estar junto” nas comunidades em que estão inseridos.

Specht (2008) visou pesquisar a história do jornalista gaúcho Paulo Santana, um profissional que atua desde os anos 70 em três mídias gaúchas: jornal *Zero Hora*, *Rádio Gaúcha* e *RBS TV Porto Alegre*, que integram a Rede Brasil Sul de Comunicação (RBS), maior e mais poderoso monopólio de mídia da região sul e um dos mais significativos do país. A autora escolheu pesquisar o jornalista pelo fato dele possuir uma proposta de jornalismo de estilo diferenciado, próximo de um pós-modernismo criativo diretamente ligado ao vivido e ao cotidiano. Após a pesquisa, a autora concluiu que o sucesso de Santana se explica, ao menos em parte, pelo jeito único e peculiar de ser e de expor-se como sujeito midiático, que constrói, por seu fazer e por seus modos de aparecer, uma identidade ligada ao credível, ao honesto, ao autêntico e ao sensível. Essa pesquisa demonstra a capacidade do jornalismo regional na aproximação de um profissional e um público ávido por se ver representado na mídia, situação mais difícil de acontecer no jornalismo em nível nacional.

Mielniczuk e Hennemann (2008) descreveram o jornalismo digital dentro do grupo RBS, principalmente a partir dos aspectos administrativos e de rotinas de produção. Essa descrição envolveu os produtos jornalísticos disponibilizados na internet e se valeu das seis características do jornalismo digital: interatividade, hipertextualidade, multimídia, personalização, memória e atualização contínua. O jornalismo digital, e sua característica convergente, pode ser um ótimo meio de promoção do jornalismo cidadão, já que matérias telejornalísticas podem ser veiculadas nos portais de notícia na internet.

Lisboa Filho et al. (2013) tiveram por objetivo discutir como as notícias selecionadas para contar os 50 anos da *RBS TV* do Rio Grande do Sul, no programa *Globo Repórter*, construíram significados sobre a identidade gaúcha, que se estende tanto para si enquanto emissora quanto para identificar seu público. Já Machado (2011) teve por objetivo analisar a convergência midiática como recurso estratégico na busca por estruturação, manifestação e expansão dos textos televisuais.

Silva e Fonseca (2011) buscaram compreender a participação do jornalismo na formação de valores que geram estereótipos e desigualdades sociais investigando pistas sobre como estes se constituíram ou se transformaram. As autoras acompanharam durante 11 semanas todas as etapas da produção de notícias de um dos programas

jornalísticos da *RBS TV*, emissora pertencente ao Grupo RBS, maior conglomerado de comunicação do Sul do Brasil. Analisando o cotidiano dos jornalistas, com a atenção para as relações entre eles e para as rotinas produtivas, concluiu-se que a normatividade heterogênea foi um padrão normativo que orientou seus valores pessoais e profissionais nas tomadas de decisão, o que resultou em discursos noticiosos marcados por valores sociais hegemônicos que reforçam hierarquias e desigualdades a partir de alguns marcadores sociais.

Klein (2008) buscou compreender a midiaticização dos indígenas caingangues nos produtos do telejornalismo da *Rede Brasil Sul de Televisão*, pertencente ao Grupo RBS. O autor partiu do conceito de midiaticização nos processos midiáticos e de dispositivo multidimensional para compreender o processo de midiaticização dos caingangues nos dois principais telejornais da rede. Usando como referencial teórico e metodológico a observação participante de oito reportagens, o autor concluiu que a instituição midiática tematiza diferentes espaços produtivos do telejornalismo em rede e os indígenas influenciam esse espaço protagonizando através das imagens, pela sua diferença étnico-cultural e pela sua capacidade de sintonizar com os valores notícia.

A exposição dessas pesquisas comprova a grande relevância que o telejornalismo local e regional possui no contexto da era da convergência midiática, na qual a produção de material informativo cresce exponencialmente no ciberespaço. O telejornalismo regional se constitui assim em um campo no qual as pessoas podem ter acesso aos acontecimentos que afetam o seu cotidiano, podendo participar desse espaço enviando materiais em áudio e vídeo gravados em *smartphones* e câmeras digitais de fácil acesso e manuseio para as redações. Assim, o telejornalismo regional se torna cada vez mais um campo privilegiado para o desenvolvimento de pesquisas que busquem compreender as profundas alterações na produção de toda a cadeia da informação dentro de uma organização jornalística televisiva. Desse modo, a presente pesquisa tem por objetivo investigar o quadro *‘Vc no JA’* do *Jornal do Almoço*, que é exibido em Santa Catarina, pela afiliada catarinense da Rede Globo. Foram selecionadas para este artigo cinco participações, nas quais analisamos qual foi o conteúdo e a natureza da interação.

O *‘Vc no JA’*

O quadro *‘Vc no JA’* é uma parte do programa dedicada a participação das pessoas. Em todas as cinco redações, localizadas em Florianópolis, Joinville, Blumenau,

Criciúma e Chapecó, as pessoas podem entrar em contato com a redação através de um telefone celular, podendo enviar vídeos e fotos através da plataforma WhatsApp. A audiência também pode interagir através da hashtag #NovoJA. No convite feito pelos apresentadores, na edição do programa de 22 de março de 2017, já podemos identificar como se dará essa interação:

Cada vez mais queremos que você participe do nosso programa. (...) O número que vai aparecer aí é para vocês mandarem fotos, vídeos sobre o que está acontecendo na tua cidade, na sua região, de bom ou de ruim. (...) Nós vamos escolher alguns desses vídeos para mostrar no nosso novo quadro, o 'Vc no JA', que além de mostrar situações do seu bairro, situações que possam estar incomodando, a gente vai em busca da resposta e da solução. Com quem for responsável por ela.

Nessa fala já podemos notar o caráter comunitário dessa interação, o que reforça os resultados sobre as pesquisas em jornalismo regional que apontaram para a característica comunitária e cidadã desse tipo de jornalismo. Nas cinco participações podemos verificar essa característica, como no caso do buraco no meio da calçada na Grande Florianópolis (edição de 24 de março de 2017), a falta de pavimentação e saneamento no Morro Estêvão (edição de 29 de março de 2017), os animais soltos em uma pista na Grande Florianópolis (edição de 4 de abril de 2017), a borracharia que tem mais de 100 pneus abandonados ao ar livre em Araranguá (edição de 11 de abril de 2017) e a situação das ruas do bairro Pontal, na Grande Florianópolis (edição de 13 de abril de 2017). Os vídeos têm em média um minuto e 28 segundos e mostram fotos e vídeos enviados pelas pessoas, o que caracteriza o quadro como jornalismo colaborativo. A redação também procurou os responsáveis pelos problemas como anunciado.

No caso do buraco no meio da calçada, há um vídeo mostrando o problema, sendo que o jornalista deixou claro que buracos do tipo são comuns na cidade, o que teve por objetivo associar um problema local a uma questão municipal maior. Há imagens de ferimentos de uma das vítimas que caiu no buraco. Após a exibição das imagens, o apresentador disse que a redação entrou em contato com a prefeitura, que alegou que um morador abriu o buraco para fazer uma ligação clandestina na rede pluvial. Logo após a ligação da redação, uma equipe da prefeitura compareceu ao local, sendo exibida uma foto do funcionário fechando o buraco. Esse caso é um exemplo de solução para um problema do bairro através da participação de um morador no jornal

local, o que demonstra a pertinência do jornalismo colaborativo para a resolução de problemas cotidianos da cidade.

Já no problema da falta de pavimentação e saneamento no Morro Estêvão, em Criciúma, o caso não teve solução. São mostradas imagens das três principais ruas do bairro que continuam sem asfalto e alagam quando chove. Além disso, os 300 moradores continuam sem esgoto. De acordo com a Secretaria de Infraestrutura, não estão previstas obras para pavimentar ruas da cidade. Esse caso é parecido com a situação das ruas no bairro Pontal na Grande Florianópolis, na qual há buracos em uma precária pavimentação, além das grandes poças de água quando chove. Outro problema do bairro Pontal é a falta de saneamento. A redação entrou em contato com a Secretaria de Serviços Públicos que alegou estar trabalhando em outra localidade da cidade e que o nivelamento das ruas seria realizada na semana seguinte. Sobre o saneamento, a prefeitura informou que já há um projeto em tramitação com previsão para a resolução dos problemas de saneamento ainda este ano. O apresentador termina a nota dizendo: “a gente permanece de olho nesse caso”. Isso ressalta o caráter comunitário e fiscalizador dos poderes públicos que é característico do jornalismo local.

O problema dos animais soltos na Grande Florianópolis se trata de uma questão séria. É mostrada uma foto de um motociclista morto após a colisão com um dos animais e o protesto dos moradores para a solução do problema. Ouvida pela redação, a prefeitura alegou que esse é um caso em que a responsabilidade é dos donos dos animais e não da prefeitura. A prefeitura só pode ajudar no problema quando as pessoas denunciam e, após isso, ela aciona um programa que cuida dos animais. O apresentador informou qual telefone as pessoas devem ligar caso vejam algum animal na via pública.

Já o caso da borracharia não depende totalmente do poder público e sim de uma empresa privada. O apresentador lembrou que o acúmulo de pneus favorece a procriação do mosquito *Aedes Aegypti* e são mostradas imagens da pilha de pneus que pode ser vista a partir do antigo traçado da BR-101, em Araranguá. A redação entrou em contato com o Setor de Controle da Dengue que afirmou que o local está sendo monitorado e notificou o dono da borracharia a normalizar o local em até 30 dias.

Considerações finais

Os cinco casos demonstram alguns aspectos do jornalismo colaborativo praticado pelo *Jornal do Almoço* através do quadro ‘*Vc no JA*’. Nele podemos notar

como problemas cotidianos que acontecem nos bairros são relatados pelos cidadãos que participam enviando suas fotos e vídeos para a redação. Por parte dos jornalistas, estes assumem o papel de mediador entre a população e o poder público, cobrando das autoridades pela solução dos problemas, sendo que em alguns deles há uma solução rápida e em outros não, já que dependem de ações e projetos de longo prazo, como a pavimentação das ruas. Nesse caso, o jornalista informa qual é o andamento do projeto e cobra das autoridades quando há atrasos ou descaso.

O jornalismo colaborativo é um aspecto do discurso jornalístico no qual há a colaboração da audiência, o que faz com que as pessoas tenham um papel ativo no processo de comunicação dos veículos da imprensa. No caso do telejornalismo, esse tipo de jornalismo pode ser um aspecto valioso para a manutenção da audiência que atualmente está imersa em um oceano de informações provindas das novas tecnologias de informação e comunicação. Nesses tempos de grandes mudanças na mídia, o fato do público se ver representado pelo telejornal aumentará a audiência e, assim, viabilizará a manutenção do próprio veículo de comunicação.

Referências

- BONIN, Jiani Adriana. Mídia televisiva regional e identidade étnica: a RBS e as configurações da identidade italiana na recepção. **Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos**, v. 9, n. 2, 2008.
- BRITTOS, V.; ANDRES, M. Estratégias e desafios da RBS no cenário digital. **Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos**, v. 10, n. 1, 2008.
- CANAVILHAS, João e RODRIGUES, Catarina. O cidadão como produtor de informação: estudo de caso na imprensa online portuguesa. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 9, n. 2, 2012.
- CRUZ, Fábio Souza da. A cultura da mídia no Rio Grande do Sul/Brasil: o caso MST e Jornal do Almoço. **Intexto**, v. 2, n. 15, 2006.
- CUNHA, Magda. Em cenário tecnológico a audiência também publica. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 4, n. 2, 2008.
- DIAS, Ricardo Henrique Almeida. Testemunho de cidadãos e a prática jornalística em situações de crise. **Intercom – RBCC**, São Paulo, v. 37, n. 2, 2014.
- GOLEMBIEWSKI, Carlos. **Comunicação e pós-modernidade no Jornal Nacional e RBS Notícias: uma abordagem compreensiva**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2007.
- KLEIN, Otávio José Klein. **A midiaticização do telejornalismo em rede: as reportagens da Rede Brasil Sul de Televisão sobre os indígenas caingangues no Rio Grande do Sul**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Unisinos, 2008.
- LINDEMANN, Cristiane. A dualidade do webjornalismo participativo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 4, n. 2, 2008.

LISBOA FILHO, Flavi Ferreira; MACHADO, Alisson; TOMAZETTI, Tainan Pauli; TERNUS, Carline. Meio século de RBS TV: a construção de uma identidade gaúcha para si e seu público. **Ciberlegenda**, v. 2, 2013.

MIELNICZUK, L.P.; HENNEMANN, G.H. As características do jornalismo digital nos webjornais do Grupo RBS. In: **Anais do 29º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Brasília**. São Paulo: Intercom, 2006.

SILVA, Anderson Luís de Vargas. **Afinal, o que a classe média quer ver no Jornal do Almoço? Um estudo de recepção junto a telespectadores gaúchos**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2013

SILVA, Marcia Veiga da e FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. A contribuição do jornalismo para a reprodução de desigualdades: um estudo etnográfico sobre a produção de notícias. **Verso e Reverso**, v. 25, n. 60, 2011.

SPECHT, Patrícia Pivoto. **Mídia, emoção e cultura gaúcha: a construção da imagem do jornalista Paulo Santana no Rio Grande do Sul**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2008.

TAROUCO, Cristiano. **O movimento promocional no telejornalismo: estratégias discursivas da RBS TV no Jornal do Almoço**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Midiática) – UFSM, 2012.

VIZEU, Alfredo e SILVA, Juliana Ângela da. Coprodução de notícias na TV: jornalismo de apuração ou de disseminação? **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 10, n. 2, 2013.