

1. Introdução

A convergência tecnológica, forte característica da contemporaneidade, midiaticizou as relações sociais. A internet alterou as práticas jornalísticas, acelerou o processo de produção das notícias, e impôs a essa prática uma dinâmica multidirecional, ou seja, atuação em redes sociais, produção de conteúdos com formatos específicos para *Twitter*, *Facebook*, celulares, *busmídias*, alinhando assim a produção comunicativa às possibilidades de convergências midiáticas.

A internet, por exemplo, figura como um dos novos canais de acesso à informação e veiculação de conteúdos, dada a sua repercussão social, e sua absorção pelo processo de produção de conteúdo jornalístico nos grandes veículos, trouxe a portunidades de pautar assuntos que antes não chegavam às redações dos sistemas tradicionais de comunicação.

Como resultado, tem-se a presença nas mídias tradicionais, do que alguns estudiosos denominam “vozes alternativas” da sociedade, que complexificam o campo discursivo jornalístico.

A participação popular é uma tendência contemporânea das diversas mídias, televisiva, impressa e digital. Em vista desse fenômeno, observa-se a proliferação de programas de auditório na grade de programação das emissoras de televisão.

A Rede Globo de Televisão, ou simplesmente *TV Globo*, que a exemplo das demais emissoras, alterou sua grade de programação, passou a dar maior espaço aos programas de auditório. Percebe-se que a oferta desse estilo de programa era inicialmente veiculada semanalmente, como por exemplo: *Esquenta*, *O Caldeirão do Hulk*, *Altas horas*.

Recentemente, o imperativo da participação popular nas mídias, fez com que o programa *Vídeo Show* também passasse por uma remodelagem, apresentado hoje no estilo de um programa de auditório.

Outro programa idealizado nesses parâmetros é *Encontro* com a apresentadora Fátima Bernardes, que no modelo Oprah Winfrey, se apresenta como “jornalismo voltado para o público feminino”. Nesse sentido, a *TV Globo*, investe na oferta de programas de auditório diários, com conteúdo jornalístico. O mais antigo neste modelo é o *Programa do Jô*.

No telejornalismo ocorreram mudanças no processo de produção da notícia. A participação popular se firmou a partir do envio de vídeos amadores como sugestão de pautas que posteriormente foram absorvidos pelo processo de produção das matérias, dando destaque às narrativas populares como apoio às coberturas jornalísticas de fatos e eventos ocorridos.

A internet alterou o modo de produção da notícia, ampliou a interação com o público, incluiu novos imperativos do mundo digital na rotina produtiva das redações, como o tempo (período de atualização dos sites e portais), a linguagem e o recorte das notícias (elaboração de hipertextos para atender ao “leia mais”). Como resultado da maior interação com o público, através dos meios digitais, o telejornalismo passou a dar espaço às narrativas do cidadão comum.

No desenvolvimento desta pesquisa pretende-se aprofundar os estudos sobre o fenômeno de “popularização midiática” a partir da análise do quadro *Parceiro do RJ*, veiculado pela TV Globo, na primeira edição do telejornal *RJTV*, às 12 horas. Busca-se entender os temas que sustentam a construção de “certa” cidadania veiculada pela emissora.

O quadro *Parceiro do RJ* foi implantado pela emissora no ano de 2011, com o objetivo de aumentar a cobertura jornalística da Região Metropolitana. Segundo entrevista com a coordenadora do projeto Vera Iris Paternostro, foram mapeadas oito áreas, que seguiram a divisão das Regiões Administrativas, da Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro conforme o quadro abaixo.

Tabela 1: Área de cobertura do Projeto *Parceiro do RJ*

ÁREAS DE COBERTURA DO QUADRO PARCEIRO DO RJ		
Área 1	Região Administrativa de Copacabana	Copacabana e Leme
Área 2	Região Administrativa da Tijuca	Tijuca, Alto da Boa Vista e Praça da Bandeira.
Área 3	Região Administrativa de Campo Grande	Campo Grande, Cosmos, Inhoaíba, Santíssimo e Senador Augusto Vasconcelos.
Área 4	Região Administrativa da Cidade de Deus	Cidade de Deus.
Área 5	Região Administrativa do Complexo do Alemão	Complexo do Alemão
Área 6	Município de Duque de Caxias	
Área 7	Município de Nova Iguaçu	
Área 8	Município de São Gonçalo	

Optou-se por apresentar o edital do Projeto *Parceiro do RJ*, para colocar sob reflexão a natureza da “parceria” que a emissora propõe aos jovens interessados em participar do Projeto.

O conteúdo do edital, como se pode observa, traz o cuidado por parte da emissora em expressar claramente as responsabilidades pertinentes aos “parceiros”, por meio de texto que evidencia as orientações jurídicas por ela assumidas a fim de se preservar das responsabilidades que lhes possam ser atribuídas. Além disso, o conteúdo do edital parece dar a emissora autonomia exagerada sobre a utilização da imagem dos jovens e de todo o material cuja produção será atribuída a eles. Dessa forma, ao ressaltar alguns termos presentes no edital, a pergunta que se faz é se “parceria” seria a melhor palavra para “definir” a proposta do projeto *Parceiro do RJ*. Seguem para efeito ilustrativo alguns termos presentes no conteúdo do edital: “concordância incondicional”; “exclusivo critério da Globo”; “total autonomia”; “isentando a Globo de qualquer responsabilidade”; “eximindo a *Globo*”.

Apresenta-se a seguir o edital do projeto *Parceiro do RJ* divulgado pela emissora em março de 2012.

A Globo Comunicação e Participações S.A. (“GLOBO”), promoverá, no período compreendido entre Novembro e Dezembro de 2012, a seleção de candidatos para participar da 2ª edição do projeto “Parceiro do RJ”, prazo este que poderá ser

prorrogado a exclusivo critério da GLOBO. O intuito desta iniciativa é estreitar laços com o público das localidades contempladas no rol do cadastro de inscrições, aproximando- os do jornalismo da GLOBO. Durante o Projeto, os participantes deverão contribuir com conteúdo sobre as localidades em que residem para os telejornais do Rio de Janeiro, sob a orientação e supervisão dos profissionais de Jornalismo da GLOBO.

Para participar da Seleção, os candidatos deverão aceitar e cumprir as Premissas do Programa constantes deste documento. A inscrição deverá ser efetuada tão somente pela Internet, através do site www.g1.com.br/rj, do dia 05 de Novembro de 2012 até às 23 horas e 59 minutos do dia 24 de Novembro de 2012 e desde que preencham todos os requisitos constantes no item 03 abaixo.

2.1. A GLOBO poderá, a qualquer momento, excluir do processo seletivo qualquer candidato que não atenda aos requisitos estabelecidos nas Premissas do Projeto elencadas no item 3 abaixo.

Somente serão aceitas inscrições de candidatos:

- (i) maiores de 18 anos completos até 07 de Janeiro de 2013;
- (ii) residentes de localidades contempladas no rol do cadastro de inscrições. Caso o candidato não seja morador da região cadastrada na ficha de inscrição poderá ser eliminado do processo seletivo ou até mesmo do programa Parceiro do RJ;
- (iii) com ensino médio completo em Instituições de Ensino brasileiras, devidamente reconhecidas pelo Ministério da Educação e Cultura;
- (iv) com disponibilidade de dedicação de até 04 (quatro) horas por dia;
- (v) no caso de candidato do sexo masculino, regularidade com o Serviço Militar.

3.1. Empregados da GLOBO não são elegíveis para o perfil requisitado neste Projeto.

O Processo de Seleção será composto das seguintes etapas:
1) Triagem de currículos (verificação da aderência dos candidatos aos requisitos destacados no item 3 desse documento);

2) Provas online (português, conhecimentos específicos e raciocínio lógico);

3) Dinâmica de grupo e redação;

4) Apresentação de vídeo produzido pelos candidatos, conforme orientação que receberão em outras etapas do processo seletivo;

5) Entrevistas individuais;

6) Exame médico admissional;

7) Contrato de Trabalho pelo prazo de duração do Projeto, estimado para 7 meses, com remuneração no valor mensal de R\$ 1.120,00 (hum mil cento e vinte reais) e benefícios, os quais serão divulgados posteriormente.

4.1. Todas as etapas do Processo de Seleção serão eliminatórias.

4.2. Toda a comunicação das etapas do Processo de Seleção será realizada via e-

mail. Por isso, é de extrema importância que o candidato cadastre corretamente esse item na ficha de inscrição e que verifique diariamente a sua conta de e-mail.

4.3. Os candidatos aprovados para a etapa de dinâmica de grupo deverão produzir e apresentar um vídeo para fins de avaliação, conforme etapa 4 do Processo seletivo. Em razão do disposto neste item, o candidato declara, sob as penas da lei, que (i) é o único e exclusivo titular de todos os direitos autorais patrimoniais sobre o Vídeo que será entregue a Globo no momento oportuno, bem como (ii) deverá obter todas as autorizações necessárias à fixação e utilização das imagens e sons das pessoas/terceiros que venham a participar dos referidos Vídeos isentando, desde já, a GLOBO de toda e qualquer responsabilidade por eventual reclamação de terceiros, assumindo, por conseguinte, todos os ônus daí decorrentes.

Caso os Selecionados venham a ter algum impedimento, de qualquer natureza, que os impossibilitem de assinar o contrato de trabalho com a GLOBO e, conseqüentemente de participar do Projeto, a contratação passará imediatamente para o próximo colocado e assim sucessivamente.

Nesta hipótese, fica a GLOBO desde já eximida de eventuais reclamações de qualquer natureza, bem como de indenizações ou compensações pela impossibilidade da contratação.

É de inteira responsabilidade dos candidatos eventuais despesas decorrentes da participação no processo seletivo.

No ato da inscrição no processo de seleção do Projeto Parceiro do RJ, os candidatos autorizam gratuitamente à GLOBO, a utilizar a sua imagem e voz para produção de matéria promocional em qualquer tipo de mídia, inclusive impressa, seja para fins de divulgação do Projeto ou para a composição de qualquer produto ligado ao mesmo.

O banco de dados gerado em função das inscrições será de inteira propriedade da GLOBO, que poderá utilizá-lo sem qualquer ônus, para fins lícitos, da forma que melhor lhe aprouver.

As normas do Projeto poderão ser alteradas pela GLOBO quando necessárias, ficando garantida a sua divulgação de forma eficaz a critério, também, da GLOBO.

A GLOBO terá total autonomia na escolha dos candidatos, sendo certo que os critérios usados para selecionar ou não um candidato são incontestáveis.

A GLOBO poderá cancelar o processo de seleção para o Projeto Parceiro do RJ a qualquer tempo, a exclusivo critério da GLOBO, sem que seja devido pela GLOBO aos candidatos inscritos, qualquer indenização ou compensação pelo cancelamento do referido processo seletivo.

O candidato garante que as informações prestadas em sua ficha de inscrição são verdadeiras e estão de acordo com a presente norma, assumindo inteira responsabilidade pelas mesmas. Ficando claro que na hipótese de a GLOBO perceber a falsidade de qualquer das declarações dadas pelo candidato, o mesmo poderá ser excluído do processo de seleção ou até mesmo do Projeto

Parceiro do RJ caso já tenha sido selecionado, a qualquer tempo, sem que lhe seja devida qualquer explicação ou indenização.

Os casos omissos não previstos nesta norma serão analisados e decididos pela GLOBO.

A inscrição e participação nesta Seleção implicarão na concordância total e incondicional do candidato com todos os itens desta norma (site: g1.com/rio-de-janeiro/noticia/parceiro-rj).

Trata-se de um acordo comercial elaborado com os pertinentes cuidados referentes a futuros problemas que esta “parceria” possa apresentar.

Em contrapartida, percebe-se na matéria divulgada no site da *TV Globo* sobre o anúncio das novas duplas referente à segunda edição do Projeto, a diferença de “tom” que ocorre na prática, na construção da relação de “coleguismo” entre os profissionais da emissora e os jovens “parceiros”, como se verifica na matéria a seguir. A pertinência na sua apresentação está na riqueza das considerações de jornalistas da emissora sobre a atividade dos jovens, que pode se entendida como parte d ambientação dos “parceiros” e no rito de “entrega de diploma” aos selecionados.



Figura 1: Jovens selecionados para segunda edição do projeto *Parceiro do RJ*. Disponível em: g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/. Acesso em: 04 fev 2013.

04/02/2013 16h06 - Atualizado em 30/10/2013 13h02

Novas duplas de Parceiro do RJ são anunciadas

Os 16 jovens foram selecionados entre três mil candidatos. Eles receberam diplomas das mãos de jornalistas.

Os 16 jovens que vão compor as novas duplas de Parceiro do RJ foram apresentados ao vivo durante a primeira edição do RJTV, nesta segunda-feira (4). Foi uma surpresa e uma emoção para os jovens, que, até aquele momento, não sabiam que tinham sido os escolhidos dentre três mil inscritos.

Eles estavam reunidos achando que ainda iriam participar da última fase da seleção, quando a apresentadora **Ana Paula Araújo** anunciou que eles tinham sido os escolhidos para a segunda edição do projeto Parceiro do RJ, que abrange as áreas de Santa Cruz, São João de Meriti, Duque de Caxias, Madureira, Maracanã, Rocinha e Vidigal, Niterói e Complexo do Alemão.

Foram dois meses de entrevistas e provas em que 50 finalistas foram selecionados. Profissionais da Central Globo de Jornalismo (CGJ) analisaram os vídeos produzidos pelos candidatos até chegarem aos 16 eleitos. Ao vivo, os jovens receberam um diploma das mãos de jornalistas.

Márcio Gomes, apresentador da segunda edição do RJTV, anunciou a dupla de Santa Cruz: Alessandro Werneck e Leonardo “Mano” Brasil. Ele desejou boa sorte aos rapazes e disse que **quer conhecer mais sobre Santa Cruz**.

Edimilson Ávila apresentou a dupla de São João de Meriti: Denise de Moura Roque e David Soares, disse aos jovens que **a parceria tem que ser com a comunidade, mostrando problemas e soluções**.

Vandrei Pereira anunciou os representantes de Duque de Caxias: Jorge Soares dos Santos e Jéssica Araújo de Sá. **"Espero que representem bem esse grande município"**, disse ele aos novos parceiros.

A dupla de Madureira recebeu os diplomas das mãos de **Bette Lucchese**. A Guilherme Camilo e Frances Ferreira Costa de Pinho ela desejou boa sorte e deu uma dica: **"Nesse trabalho vocês têm que ter um olhar doce e crítico"**.

Silvana Ramiro deu os diplomas para Leonardo de Oliveira e Luís Gustavo, **a dupla do Maracanã**. Silvana, que já morou no bairro, lembrou aos jovens a **responsabilidade que terão, já que a área vai receber grandes eventos**.

Mariana Gross apresentou a dupla da Rocinha e Vidigal: Leandro Lima e Aline Marina. Ela desejou sucesso e disse que **tem o maior carinho pelas duas comunidades**.

Fabio Júdice pediu à dupla Jonathan Costa dos Anjos e Júlia Rodrigues, que representa Niterói, **ousadia, criatividade e compromisso com a cidade**.

Ana Paula Araújo anunciou a dupla do **Complexo do Alemão**, para ela, **uma área emblemática** do Rio, "que representa tanto para a nossa cidade". A Daiene Beatriz e Michael Brum ela desejou muita sorte.

'Oxigênio'

Durante a seleção, todos realizaram provas de conhecimentos gerais, raciocínio lógico e português. Em seguida, participaram de dinâmicas de grupo e produção de vídeo.

"O parceiro é um oxigênio nessa visão da redação. Então, **ele tem que ter, acima de tudo, um olhar para comunidade**, para contar à macrocomunidade o que a microcomunidade sente e o que é importante para ela", comentou o jornalista **Heraldo Pereira**, um dos que participou da seleção que chegou aos 16 parceiros.

"**O que faz o repórter é a paixão pelo seu povo, pelo seu lugar, pelo seu país.** Alguns dos pretendentes a parceiros a gente percebe esse compromisso com a vida da sua comunidade", completou o jornalista **Chico Pinheiro**, outro que analisou o trabalho dos candidatos.

Primeira edição: Na primeira edição, 18 jovens foram Parceiros do RJ. Eles **ouviram queixas, resolveram problemas e também descobriram personagens bem interessantes**. As regiões que os novos parceiros irão atuar são: Rocinha, Complexo do Alemão, Duque de Caxias, Niterói, São João de Meriti, Belford Roxo, Madureira, Maracanã e Santa Cruz, incluindo as Regiões Administrativas destes bairros (site: g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/parceiro-rj). Grifo nosso.

A emissora realiza anualmente chamadas para seleção de jovens, moradores das áreas mapeadas, para participação no Projeto. Essa participação começou com um período de um ano em 2011 e 2012 de sete meses em 2013. Os jovens devem ter o ensino médio concluído e a idade mínima de 18 anos e passar por um treinamento dentro da emissora onde aprendem a lidar com a câmera e a fazer entrevistas, referente à parte técnica, eles passam também por dinâmicas e participação em seminários com profissionais convidados como: Zuenir Ventura, Pedro Bial, Ana Botafogo, Jailson de Souza (Observatório de Favelas) e outros.

Nas áreas mapeadas pelo projeto, esses jovens atuam em duplas e com as noções básicas do que seja uma "notícia", partem em busca de suas possíveis pautas. O material apresentado pelas duplas é avaliado e editado por jornalistas da emissora e os jovens acompanham o processo.

Importante pontuar que o material de análise desta pesquisa está apoiado na descrição dos vídeos das matérias veiculadas no quadro *Parceiro do RJ* disponível no site da emissora. A opção por esse material descritivo deveu-se ao fato de sua maior permanência no site, uma vez que os vídeos têm um período específico de acesso, sendo retirados após esse tempo. Assim a presente pesquisa cobre o período de análise das matérias de junho de 2011 a setembro de 2013.

Em entrevista com a coordenadora do projeto *Parceiro do RJ*, Vera Iris Paternostro pôde-se verificar as expectativas da emissora em relação ao quadro:

É um **produto estratégico por responder às demandas comerciais de fazer frente à concorrência**, no que diz respeito à oferta de um **telejornal participativo**; ele é um **produto inovador**, porque muda a estrutura da notícia, ela é apresentada fora da estrutura tradicional; traz em si o **dispositivo da autenticidade** na construção do discurso e tem, junto à área estratégica da emissora, o **reconhecimento** de ser um **produto transformador**, uma vez que possibilita às comunidades selecionadas darem visibilidade às suas reivindicações (Vera Iris Paternostro em entrevista a autora, junho de 2012). Grifo nosso.

A participação popular nos conteúdos jornalísticos apresenta diferentes denominações, sendo uma delas o “jornalismo participativo”, possibilitado pela convergência tecnológica e pelo acesso facilitado à tecnologia. A *TV Globo* seguindo a tendência dos demais veículos de comunicação de massa introduziu no telejornal *RJTV* primeira edição, a (sua) representação de “falas populares” por meio das pautas veiculadas no quadro *Parceiro do RJ*.

Essa inserção do público no processo de produção noticiosa é indicada por muitos autores como jornalismo participativo, comunitário, *open source*, cívico ou público, a diferença entre essas denominações está na forma de interação com o público.

O presente trabalho assume a denominação de jornalismo participativo como: a modalidade jornalística que ocorre a partir da colaboração do público. Entende-se ser essa denominação mais usual para definir a interação colaborativa entre público e mídias na produção de notícias.

O jornalismo participativo traz às mídias a presença de novos agentes, como “falas autênticas” nos conteúdos veiculados. Assim, por meio do envio de vídeos amadores, cuja utilização é observada nos telejornais das diferentes emissoras, esses novos agentes divulgam suas versões dos fatos ocorridos em seus espaços de convivência. Muitos desses vídeos são selecionados a partir de critérios das emissoras e aproveitados pelos meios de comunicação de massa (MCM), na construção de suas pautas.

O interesse e a motivação do presente estudo é o acompanhamento da tematização e agendamento promovidos pelas pautas do quadro *Parceiro do RJ*,

veiculado no telejornal *RJTV* primeira edição, da *TV Globo*, e a compreensão da utilização desses novos agentes, para a construção e reforço de seus discursos sobre cidadania, referente às comunidades populares.

A costura do presente trabalho deu-se ao longo da reflexão e construção dos seguintes pontos: 2. *Telejornalismo e Sociedade* – traz um histórico da formação da sociedade brasileira e a apresentação, por teóricos da comunicação, psicologia e sociologia do que acreditam ser o “papel social” da televisão. No subitem 2.1. *Do jornalismo à notícia: rotina produtiva e telejornalismo* – apresenta as interferências do processo de produção da notícia em seu resultado final. No subitem: 2.2. *Telejornalismo, Cidadania e Representação Social* – apresenta a contribuição trazida por teóricos da comunicação, da sociologia e da filosofia para discussão sobre as interações e antagonismos presentes nessas três instâncias (esferas) da existência social, ou seja, o sujeito na narrativa jornalística; o sujeito no exercício civil e a construção das representações do sujeito pelos meios de comunicação de massa; 3. *Telejornalismo na Globo: Tematização e Agendamento* - Esse capítulo traz à reflexão a maneira como o telejornal *RJTV* primeira edição da *TV Globo* se utiliza das pautas sugeridas pelos jovens participantes do projeto *Parceiro do RJ* para legitimar o que a emissora apresenta como construção de uma “cidadania midiática”, na representação de questões dos espaços comunitários, munindo-se de temas para a orientação do agendamento que propõe à sociedade. O subitem 3.1. *Tematização e agenda setting: caminhos metodológicos* – apresenta o meio televisivo como o que tem maior interação com o público, por sua presença massiva nas residências, este meio passa a ser compreendido, por estudos de comunicação, como produtor de sentidos e visões de mundo, que impacta diretamente na hierarquização de temas que compõem o agendamento proposto à sociedade pelos meios de comunicação de massa (MCM); no subitem 3.2. *Procedimentos* – apresenta o levantamento dos dados que compõem as temáticas das matérias atribuídas aos “parceiros”; a partir das teorias da tematização e do agendamento é possível a identificação das recorrências de temas nesse material, a observação de um padrão temático possibilitou a criação de três categorias de análise: Problemas de Infraestrutura Urbana; Religiosidade e Expressões Culturais como elementos que compõem a construção de cidadania sustentada pela emissora. O subitem 3.3. A voz do dono

da voz: a notícia como produto no *Parceiro do RJ* - trata do “monólogo eletrônico” a que o telespectador é submetido ao assistir a televisão e da submissão das “falas” veiculadas como “autênticas” e que na verdade são parte da circulação dos valores construídos e mantidos por esse meio de comunicação de massa. Capítulo 4. *A Tematização da Cidadania Midiática: O Caso Parceiro do RJ* – Traz a análise das categorias encontradas e aponta os diferentes elementos discursivos utilizados como ênfase para a representação cidadã da classe popular. Dessa forma os subitens consecutivos são dedicados à apresentação detalhada das três categorias de análise: 4.1. Problemas de Infraestrutura Urbana; 4.2. Religiosidade; 4.3. Expressões Culturais.

1.1. Objeto e Objetivos

Para além da manutenção do “negócio televisão”, que traz como tendência contemporânea das emissoras de televisão aberta brasileiras o jornalismo participativo, a era de grande desenvolvimento tecnológico apresenta à televisão novas possibilidades de relação com o público, por meio de novos canais de interatividade, como por exemplo, o ambiente digital. Hoje o público também é produtor com vídeos amadores. Há também a disponibilidade das redes sociais, que repercutem os comentários e avaliações sobre a produção de cultura de massa, a convergência tecnológica que possibilita desdobramento dos programas veiculados na televisão para outros ambientes midiáticos, o que torna a programação televisiva mais capilar. Em contrapartida, esse mesmo “produtor comum”: o cidadão, parece propor uma redefinição de sua relação com o meio de comunicação, fazendo com que suas versões sobre os fatos cotidianos tenham lugar na produção das pautas sobre as diferentes temáticas veiculadas pelo telejornalismo.

A multiplicidade e convergência dos diferentes meios de produção de imagens proporcionados pelo desenvolvimento tecnológico e pelo investimento na difusão de programas gerenciadores de conteúdos transformaram o modo de fazer televisão, trouxeram novos métodos e lógicas de produção ao modelo clássico. Assim, a cultura da convergência impõe-se como uma realidade aos meios de comunicação de massa, bem como a toda a sociedade.

Como pano de fundo, observam-se as mudanças sociais ocorridas nos dois mandatos do governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, período marcado por um governo voltado para a redistribuição de renda e redemocratização do país que proporcionou às classes populares acesso ampliado aos bens e serviços. Em paralelo, a política de segurança pública do Estado do Rio de Janeiro adotou, a partir de 2007, práticas de inteligência para devolver à população o direito de ir e vir, o acesso às ruas próximas das entradas das favelas e minimizar o temor social em relação ao poder paralelo instituído pelo tráfico nos morros da cidade do Rio de Janeiro.



Figura 2: Histórico das ações de segurança/Sérgio Cabral.

Disponível em: www.sergiocabral.com.br/conquistas/marca-de-gestao-publica/pacificacao. Acesso em 20 fev 2014.

O mês de agosto de 1987 foi marcado pela violência naquela que é considerada a primeira guerra do tráfico de drogas da zona sul carioca e uma das primeiras do Rio. Na ocasião, as imagens de bandidos que levavam terror à comunidade Santa Marta empunhando armas pesadas ganharam destaque no horário nobre da TV, chocaram o Brasil e ganharam destaque no mundo. Foram necessários mais de vinte anos para que a paz, finalmente, voltasse ao morro.

O Santa Marta foi a primeira comunidade a receber uma Unidade de Polícia Pacificadora (UPP). Em dezembro de 2008, policiais ocuparam o morro e de lá não saíram mais. A tática foi a mesma utilizada, nos anos seguintes, em comunidades que, **depois de anos vivendo sob o poder das armas do tráfico, ganhou a liberdade de volta e, com ela, a presença do estado sob a forma de serviços antes inexistentes. Iluminação pública, coleta de lixo, saúde e educação são apenas alguns exemplos de utilidades públicas que, literalmente, começam a subir o morro.**

Como em Bogotá e Medellín, na Colômbia, o Rio precisava acabar com o terrível estigma de cidade partida. Um lugar onde bandos armados dominavam territórios, desafiando governos e levando terror às localidades. A experiência

colombiana serviu de inspiração. Recém-eleito, Sérgio Cabral e seu secretário de Segurança José Mariano Beltrame foram até lá para ver de perto os resultados obtidos **com a chamada “cultura cidadã” elaborada pelo ex-prefeito da capital Antanas Mockus.**

Em conversas com Mockus e seu ex-secretário de Segurança Pública Hugo Acero, hoje consultor das Nações Unidas, Cabral e Beltrame conheceram detalhes do projeto. **De volta ao Rio, com a cúpula da inteligência policial, elaboraram o modelo fluminense.** (site:sergiocabral.com.br – Grifo nosso)



Figura 3: Histórico das ações de segurança/Sérgio Cabral.

Disponível em: www.sergiocabral.com.br/conquistas/marca-de-gestao-publica/pacificacao. Acesso em 20 fev 2014.

Atualmente, milhares de pessoas sentem, diretamente, os efeitos da pacificação dos territórios. Além das comunidades onde as UPPs foram implantadas, os bairros no entorno viram desaparecer os tiroteios, as guerras entre facções criminosas e as incursões policiais sem fim. O comércio, que antes era constantemente obrigado a fechar as portas por ordens de traficantes ou por conta de confrontos em plena luz do dia, agora funciona normalmente, como deve ser em qualquer lugar do mundo.

No interior das comunidades essa mudança se faz sentir ainda mais forte. Crianças voltaram a brincar na rua, donas de casa conversam no portão sem medo, turistas apareceram e a economia local está aquecida, gerando emprego e renda.

Além dos informais encontros de amigos no fim de semana, moradores já alugam os locais e organizam festas para quem quiser desfrutar do visual deslumbrante da orla carioca, antes inacessível ao cidadão de outras partes do estado.

Para complementar a chegada das UPPs o estado já elaborou planos de reestruturação e modernização da Polícia fluminense. Novas unidades e centrais de controle que, além de proporcionarem mais eficiência no combate ao crime, são fundamentais para garantir a ordem nos grandes eventos esportivos que o Rio receberá nos próximos anos. Alta tecnologia e inteligência trabalhando em conjunto em locais como a Cidade da Polícia, que será construída no Jacaré, e o

Centro Integrado de Comando e Controle, em construção na Praça XI e já apelidado de Pentágono carioca.

Outras unidades serão transferidas para pontos estratégicos, como é o caso do Batalhão de Operações Especiais (Bope). O corpo de elite da PM será levado para um antigo batalhão do Exército, em Ramos, próximo à Linha Vermelha e ao conjunto de favelas da Maré. No mesmo local se instalarão a Companhia Independente de Policiamento com Cães e o Grupamento Aéreo e Marítimo (GAM).

Uma polícia presente, atuante e uma política que une inteligência e estratégia no combate ao crime. São filosofias há muito esquecidas no Rio, superadas pelo uso da força e da reação. Desde 2007 elas foram resgatadas para devolver ao cidadão direitos fundamentais, alguns já até esquecidos da maioria das pessoas, como o simples ato de viver em paz. (site:sergiocabral.com.br).

Por muito tempo se viveu na cidade do Rio de Janeiro como se existisse uma linha imaginária que partisse a cidade, determinando as áreas seguras, separando-as das áreas menos seguras. Havia, de forma velada, um toque de recolher que pesava sobre o asfalto, e também sobre as favelas, com o poder paralelo do tráfico – retratado no filme *Tropa de Elite*, de 2007. No entanto, antes mesmo da implantação das Unidades de Polícia Pacificadora -UPPs- ocorreram inúmeras incursões da mídia dentro dos espaços da favela a procura de pautas inéditas, e que fizeram parte da grade de programação das diferentes emissoras, originando programas de conteúdo policial como: *Cidade Alerta (RECORD)*; *Linha Direta (GLOBO)*; *Brasil Urgente (BAND)* e *Boletim de Ocorrência (SBT)*.

Na *TV Globo*, o programa *Fantástico* exibia os conteúdos policiais, muitas vezes, por meio de imagens e gravações capturadas por micro câmeras ocultas, o trabalho refere-se aqui às pautas trabalhadas pelo jornalista Tim Lopes¹, como as que retrataram os bailes *funks* nas periferias, principalmente, na Vila do Cruzeiro, uma das doze áreas integrantes do Morro do Alemão. As matérias revelavam a estreita relação entre policiais e traficantes, mostravam os bailes onde, segundo moradores, havia exploração sexual de jovens, venda e consumo de drogas.

Para Adair Rocha (2012), as comunidades apresentam um comportamento de silenciamento imposto pelo poder do tráfico, dessa forma, seus moradores

¹Arcanjo Araujo Lopes do Nascimento - Tim Lopes, jornalista investigativo da *TV GLOBO*, ganhador do prêmio ESSO de Jornalismo de 2001, com a reportagem “A Feira de Drogas”. Em junho de 2002 recebeu denúncia de moradores do Complexo do Alemão sobre exploração sexual de adolescentes no baile funk daquela região, partiu para apuração e não retornou, tendo a morte confirmada em julho do mesmo ano após exame de DNA em seus restos mortais.

identificam os meios de comunicação como uma via legítima para denunciar situações de abusos e de desrespeito impostas por facções criminosas.

Em 2002, a sociedade se surpreendeu com o assassinato de Tim Lopes, no Morro do Alemão, em situação de extrema violência. Alguns anos depois foi a vez da mídia impressa ter seus jornalistas sob a mira do tráfico. O caso dos repórteres do Jornal *O Dia*, que em maio de 2008, descobertos por componentes da milícia, numa incursão para apuração de pauta sobre as atividades desses grupos nas favelas, o grupo encontrava-se em Água Santa, foram mantidos por duas semanas sob a mira desse grupo, e libertados depois de negociações e a promessa de nunca revelarem nada do que vivenciaram. A identidade das vítimas permanece em segredo, com exceção do fotojornalista, Nilton Claudino, conforme se vê a seguir.

Fomos algemados, encapuzados com toucas pretas e enfiados no banco traseiro de um carro. Rodamos alguns minutos atrás da chave de onde seria nosso cativo. Para evitar a avenida Brasil, nossos sequestradores entraram em uma estrada vicinal com muitos quebra-molas. No caminho, apanhamos mais. Um deles brincava de roleta russa com o revólver na minha cabeça. Eu tinha certeza de que seríamos mortos. Ao chegarmos, notei que a casa que serviu de cativo parecia estar em construção. Havia brita espalhada pelo chão. Eles falavam: vai morrer, vai morrer!

O chefe, o chamado 01, sentou na minha frente. Tentei negociar. Disse: “Tenho moral no jornal. Vamos esquecer as porradas todas. Você libera a gente, e não falamos mais disso. Não se mata jornalista. Veja o caso do Tim Lopes. Era meu irmão, era um amigo muito ligado”.

“Então parece que o problema é com a família”, respondeu 01. “Você vai morrer e precisa saber que foi alcaguetado por amigos de dentro do jornal. Vou provar: você tem na sua baía de trabalho as fotos de um de seus dois filhos tocando guitarra. Seus filhos são lindos. Você mora na Zona Sul”, disse, completando em seguida com meu endereço exato.

Gelei, e ele continuou: “Vocês são uns bundões. Foram alcaguetados por seus amigos. Temos informantes em tudo o que é jornal e televisão” (Revista Piauí ago./2011).

Diante desses eventos, a política de segurança pública passou a organizar atividades planejadas para reinclusão dos espaços das favelas à cidade, o que se pôde observar como ponto principal do primeiro mandato de governo de Sérgio Cabral, que apoiou o grupo especial de agentes do Batalhão de Operações Policiais Especiais –BOPE.

A visão criminalizante das favelas é presente na sociedade em suas diferentes esferas representativas, ou seja, desde o cidadão comum aos órgãos responsáveis pela ordem pública. É o que se pode observar na entrevista de Mario Simão, diretor do Observatório de Favelas do Rio de Janeiro.

A cultura da polícia nos territórios populares é entrar numa ação militarizada, ostensiva, brutal, o que gera a morte de muitas pessoas. Eles entram com o caveirão, com o aparato policial grande, fortemente armados, entram nas casas sem autorização, abordam os moradores como se estes fossem potenciais criminosos ou coniventes com o crime. É uma ação que usa a força de forma desproporcional (Revista on-line UNISINOS, 2014).

As favelas tornaram-se questão de segurança pública, e em decorrência deste fato, o discurso assumido pelos telejornais sobre esses espaços assumiu um teor criminalizante. Vozes autorizadas eram convidadas a darem pareceres sobre a segurança pública da cidade do Rio de Janeiro e tinham como ponto de concordância a urgência do controle dos morros da cidade para a geração da segurança. O ex agente do BOPE, Rodrigo Pimentel, ingressou como comentarista sobre segurança pública na *TV Globo*, em 2010, por ocasião da cobertura da ocupação do Complexo do Alemão no telejornal *RJTV* primeira edição.

Após a instalação da primeira Unidade de Polícia Pacificadora -UPP-, em 2008, no Morro Santa Marta, houve a implantação de uma política social de retomada dos espaços da favela ao cenário urbano, para garantir a esses espaços o acesso aos serviços públicos básicos, como coleta regular de lixo, fornecimento de luz e água e melhoria de acesso às suas áreas mais íngremes. Abreu (2013), ao detalhar a evolução urbanística da cidade do Rio de Janeiro, reforça o fato histórico da divisão dos espaços urbanos entre “o asfalto e a favela”, que datam das primeiras obras de expansão da cidade do Rio de Janeiro. O autor pontua que, no governo de Pereira Passos, observou-se o crescente inchaço das favelas pela classe operária e a insuficiente política de habitação.

[...] Pereira Passos ao eliminar as contradições do espaço urbano carioca gerava novas contradições. Com a destruição de inúmeros cortiços, a única alternativa para uma população pobre que precisava morar próximo ao local de trabalho foi a favela. Os morros do centro, até então pouco habitados, passam rapidamente a serem habitados dando origem a algumas atuais comunidades carentes (ABREU, 2013, p. 66).

Constata-se que a remoção das favelas é um assunto recorrente na historicidade do Rio de Janeiro, principalmente nos grandes centros urbanos. A espacialidade urbana e a ocupação dos morros pela classe trabalhadora é, ainda hoje, um assunto considerado espinhoso por diferentes governos.

Rocha (2012) chamou a atenção para o redirecionamento do foco jornalístico na cobertura das favelas, após a ocupação do Morro Santa Marta, primeira área a receber a implantação das UPPs. Segundo o autor, percebeu-se nos MCM, principalmente nos telejornais, maior ênfase às pautas sobre eventos culturais ocorridos nos morros da cidade, que passaram a ser denominados ‘comunidades’. Nessa ocasião, era perceptível a substituição da palavra “Favela” por “Comunidade”, tanto no discurso midiático, quanto nas referências que os analistas sociais faziam sobre esses espaços, haveria um alinhamento desses discursos às políticas do governo, a criação de novos focos de notícias e a valorização das iniciativas para a mudança da qualidade de vida daquela população.

Com esta pesquisa demonstra-se o processo de construção do discurso midiático sobre cidadania a partir da participação popular no telejornalismo, uma tendência contemporânea da TV aberta brasileira, apontada por autoras como Becker (2005) e França (2006).

Para alcançar esse objetivo, o estudo analisa o quadro *Parceiro do RJ* veiculado no telejornal *RJTV* primeira edição da *TV Globo*, a partir da descrição das matérias veiculadas no quadro, disponíveis no site da emissora, considerando-se a tematização das pautas levantadas pelos jovens “parceiros”, acredita-se que elas contribuem para a formação do repertório da emissora sobre as comunidades populares e legitimam a sua construção de certa cidadania midiática atribuída a esse espaço. O levantamento das pautas do *Parceiro do RJ* possibilitou a organização de um inventário por meio do qual foi possível perceber que tipos de tópicos compõem a “cidadania” proposta por este programa. Entendendo-se o quadro *Parceiro do RJ* como um produto discursivo midiático, pergunta-se:

- Que demandas sociais são apresentadas no quadro *Parceiro do RJ*, ao longo de seus três anos de existência; e que representação de cidadania e comunidade esta tematização sustenta?

Os meios de comunicação de massa apresentam elevado grau de aceitabilidade junto aos diferentes públicos, dado a presença massiva da televisão nos espaços sociais brasileiros, e particularmente, nas comunidades. A pergunta central de toda reflexão acima apresentada é: que lógica é utilizada para sustentar as pautas populares como itens de interesse público, dessa cidadania midiática?