

## **Lilian Saback**

Doutora em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da UFRJ em cotutela com ISCTE-IUL (2015). Jornalista formada pela PUC-Rio. Docente e coordenadora de extensão do departamento de Comunicação da PUC-Rio e integrante do LECC – Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária da ECO/UFRJ.  
E-mail: lilian.saback@gmail.com

## **Bom dia favela / Band TV: O papel do capital privado na ‘trama’ da comunicação comunitária na TV aberta\***

Bom dia favela / Band TV:  
The role of private capital in the  
‘plot’ of community communication  
on open TV

Bom día favela / Band TV:  
El papel del capital privado en  
la ‘trama’ de la comunicación  
comunitaria en TV abierta

\* Trabalho apresentado no GT Comunicação popular, alternativa e comunitária do X Encontro Nacional da ULEPPIC Brasil – Universidade Federal de Sergipe- UFC / São Cristóvão – SE. 27 a 30 de novembro de 2024.

## RESUMO

Este trabalho apresenta parte de uma pesquisa de pós-doutoramento pelo PPGCOM da ECO-Pós/UFRJ em andamento que busca identificar e conceituar o modo de fazer jornalismo audiovisual no primeiro programa da TV aberta, totalmente produzido por moradores de favelas do Rio de Janeiro, o Bom dia Favela, da Band TV. O estudo conjuga dois campos da pesquisa em comunicação: a comunicação comunitária e a economia política da comunicação. Neste artigo, é apresentado e testado o Método de Análise da Estrutura do Jornalismo Audiovisual “Cria” e feitas as primeiras observações sobre o modelo de negócio que conta com o patrocínio da empresa Águas do Rio, concessionária da Aegea, líder no setor privado de saneamento básico no Brasil. A proposta é compreender como o financiamento do capital privado é feito e se ele interfere na pauta comunitária do telejornal.

**Palavras-chave:** Jornalismo audiovisual; Jornalismo comunitário; Bom Dia Favela; Band TV; Favela.

## ABSTRACT

This paper presents part of an ongoing postdoctoral research project by the PPGCOM of ECO-Pós/UFRJ that seeks to identify and conceptualize the way audiovisual journalism is done in the first open TV program entirely produced by residents of Rio de Janeiro's favelas, Bom Dia Favela, on Band TV. The study combines two fields of communication research: community communication and the political economy of communication. This article presents and tests the “Cria” Method of Analysis of the Structure of Audiovisual Journalism and makes the first observations about the business model that is sponsored by Águas do Rio, a concessionaire of Aegea, a leader in the private sector of basic sanitation in Brazil. The proposal is to understand how private capital financing is done and whether it interferes in the community agenda of the news program.

**Keywords:** Audiovisual journalism; Community journalism; Bom Dia Favela; Band TV; Favela.

## RESUMEN

Este trabajo presenta parte de una investigación postdoctoral en curso del PPGCOM en ECO-Pós/UFRJ que busca identificar y conceptualizar la forma de hacer periodismo audiovisual en el primer programa de TV abierta íntegramente producido por residentes de favelas de Río de Janeiro, el Bom Dia Favela, de Banda TV. El estudio combina dos campos de investigación en comunicación: la comunicación comunitaria y la economía política de la comunicación. En este artículo se presenta y prueba el Método de Análisis de la Estructura del Periodismo Audiovisual “Cria” y se hacen las primeras observaciones sobre el modelo de negocio que patrocina la empresa Águas do Rio, concesionaria de Aegea, líder en el sector privado de saneamiento básico. Brasil. La propuesta es comprender cómo se realiza el financiamiento del capital privado y si interfiere con la agenda comunitaria del informativo televisivo.

**Palabras clave:** Periodismo audiovisual; Periodismo comunitário; Bom Dia Favela; Band TV; Favela.

## Introdução

A comunicação comunitária está no cerne do desenvolvimento das favelas e, também, do telejornalismo tradicional contemporâneo que convive com a ampliação do olhar local em um universo digital da informação compartilhada sem fronteiras, globalmente. Neste movimento as redes de TV aberta acessam diretamente a produção feita pelos produtores de jornalismo comunitário e/ou inserem o comunicador comunitário e o cidadão em sua equipe de produção. "Na tentativa de driblar os números ruins de receita e audiência, panorama comum às principais emissoras de TV do país, os telejornais locais buscam criar uma sinergia com o público que está do outro lado da tela, incentivando a interatividade e, portanto, a participação do cidadão" (Tortorella e Saback, 2017, p. 5).

Este artigo apresenta parte de uma pesquisa de pós-doutoramento em andamento pelo PPGCOM da ECO-Pós/UFRJ<sup>1</sup>, que visa contribuir para o debate em torno do jornalismo comunitário e suas interfaces com a mídia hegemônica. O estudo busca identificar e conceituar o modo de fazer jornalismo audiovisual no primeiro programa da TV aberta totalmente produzido por moradores de favelas do Rio de Janeiro, o Bom Dia Favela, da Band TV. A investigação conjuga dois campos da pesquisa em comunicação: a comunicação comunitária e a economia política da comunicação, com a observação do modelo de negócio que conta com o patrocínio da empresa Águas do Rio, concessionária da Aegea, líder no setor privado de saneamento básico no Brasil. Neste texto, o objetivo é apresentar e aplicar o Método de Análise da Estrutura do Jornalismo Audiovisual "Cria" e, a partir desta análise, fazer as primeiras observações sobre como o financiamento do capital privado é feito e se ele interfere na pauta comunitária do telejornal.

O telejornal Bom Dia Favela é fruto da parceria da TV Bandeirantes com a Escola de Artes do Spanta, sediada na favela Santa Marta, em Botafogo, um dos braços da Rio de Negócios, empresa impulsionadora de projetos sociais. O elenco, como é chamada a equipe técnica, reúne 19 pessoas, 18 delas "crias"<sup>2</sup> de favelas. O programa estreou no dia 4 de setembro de 2023 com a proposta de veicular reportagens sobre questões de interesse dos moradores de comunidades cariocas, de segunda a sexta, às 8h15. Uma produção que o diretor do programa Rodrigo Felha diz ser "tramada" pela equipe do Bom Dia Favela e seus entrevistados, nunca imposta por ela. A primeira temporada reuniu 263 edições do Bom Dia Favela e, de acordo com a reportagem publicada na edição de aniversário de um ano, ao todo, o programa falou de mais de 100 localidades do Rio de Janeiro e realizou mais de 750 entrevistas.<sup>3</sup>

De acordo com o gestor do programa e da Rio Negócios, Henrique Castro, o telejornal começou por meio de um acordo de cooperação com a Prefeitura do Rio de Janeiro, mas se mantém porque tem um patrocinador-master, a empresa Águas do Rio, e outros menores que anunciam no programa. "A Bandeirantes gerencia todos os recursos de anúncio e seja qual for", explica Castro. Segundo ele, o acordo firmado com a Águas do Rio permite que o programa faça parte do planejamento estratégico da empresa para comunicar alguns dos seus programas, principalmente o programa Vem Com a Gente, uma ação que gera empregos para pessoas das Comunidades onde a empresa está desenvolvendo o sistema de esgoto, de água potável.

<sup>1</sup> Esta pesquisa é financiada pela FAPERJ – Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro, processo 200.541/2025, selecionada no Edital FAPERJ N°18/2024 – Pós-Doutorado Sênior (PDS).

<sup>2</sup> Termo cunhado pelos próprios moradores de favela para fazer referência a quem nasceu e cresceu em uma.

<sup>3</sup> Informações disponíveis na edição 263 disponível em [https://www.youtube.com/watch?v=\\_NlgLXybc\\_g&list=PLLIOWELin\\_g7vfNvDyS9kVM0R0QFeqNV&index=4](https://www.youtube.com/watch?v=_NlgLXybc_g&list=PLLIOWELin_g7vfNvDyS9kVM0R0QFeqNV&index=4). Acesso em 9 de set. de 2014.

Algumas pautas já vêm um pouco redonda, por exemplo. A gente quer falar sobre uma obra que está acontecendo, por exemplo, ela traz pra gente um personagem deles, um colaborador da empresa que trabalha em volta e possíveis indicações de personagens moradores, que são indicados geralmente por esses colaboradores locais, e aí a gente estuda. Eles fazem já o primeiro filtro através de uma agência de comunicação e marketing ArtPlan é a responsável, é quem atende essa conta e o compromisso de fazer isso relativamente estratégico de entender e como isso se torna um produto final a parte muito da articulando em parceria com a gente (Castro, 2024)<sup>4</sup>.

Dito isto, o estudo não pretende reconceituar a concepção de jornalismo comunitário, o que para muitos pesquisadores é um objeto de estudo. A intenção é contribuir para um debate que permanece rico e diverso sobre o papel do gênero e de seus produtores. Raquel Paiva chamou a atenção que “o fundamental para um jornalismo inclusivo ou o comunitário, enquanto horizonte político-social do jornalismo, é que não se perca de vista o seu aspecto principal, ou seja, a capacidade de produzir novos e inclusivos olhares sobre as coletividades, sobre o outro” (2006, p. 69).

A pesquisa de Cicília Peruzzo sinalizava, em 2003, as características destas mídias. Entre elas estava a que essas iniciativas não podiam ter fins lucrativos. Em trabalho recente, a pesquisadora se debruçou novamente sobre o conceito de comunicação popular/comunitária/alternativa e detectou novas características. “Os meios do vetor comunitário local acabam sendo movidos por padrões semelhantes aos dos veículos comerciais em termos de características do conteúdo, interesses econômicos, interesses políticos partidários e de grupos religiosos, entre outros, bem como pela estrutura gerencial” (Peruzzo, 2024, p. 133-134).

Acredita-se que a investigação sobre o jornalismo audiovisual produzido pelo Bom Dia Favela ilumina uma iniciativa que, talvez, responda à inquietação de Raquel Paiva quanto à necessidade da produção de um jornalismo comunitário pragmático e não dogmático. A pesquisa, ao se debruçar no modelo de negócio do programa, sugere um olhar mais profissional e menos romantizado em torno do jornalismo comunitário. Compreende o programa como parte do trabalho do comunicador comunitário, até então um voluntário em prol da sua comunidade. E, investiga se, ao aproximar-se do modelo hegemônico de produção jornalística, o programa vira refém de suas armadilhas para a produção de narrativas que contemplem o lucro e não a promoção da cidadania.

Com a pesquisa de pós-doutoramento espera-se responder prioritariamente às seguintes questões: o Bom Dia Favela produz um jornalismo audiovisual que contribua para a comunidade? O patrocínio das Águas do Rio interfere na pauta do programa? O que o programa traz de novo para o jornalismo audiovisual comunitário? De que forma o Bom Dia Favela dialoga com as teorias do jornalismo? Para tal, estão sendo aplicadas três metodologias: revisão bibliográfica que observa as concepções em torno do jornalismo audiovisual comunitário (Becker, 2012), (Paiva, 2003, 2006, 2007), (Peruzzo, 2003, 2024), entrevistas semiestruturadas (Duarte, 2009) e análise do conteúdo, com a aplicação de uma releitura do método parceiro de fazer telejornalismo (Saback, 2015), da primeira temporada do programa disponível no YouTube.

<sup>4</sup> Entrevista concedida à autora em 27 de jun. de 2024, na sede da Band TV, em Botafogo, Rio de Janeiro.

Este artigo está dividido em quatro momentos. Primeiramente, apresenta-se o método criado para a análise de conteúdo das reportagens produzidas. Na sequência são expostos os resultados da análise de apenas uma edição do telejornal, a do dia 13 de junho de 2024, escolhida de forma aleatória. Em um terceiro momento do texto faz-se o relato das observações recolhidas a partir da decupagem realizada, também, com a aplicação do método, dos dez primeiros programas da 1ª temporada do programa Bom Dia Favela. Por fim, nas considerações finais, são expressas as primeiras observações sobre o método aplicado e quanto à interferência do patrocinador-master quando um episódio é analisado isoladamente e, quando visto em bloco, acompanhando a proposta editorial.

## Método de Análise da Estrutura do Jornalismo Audiovisual “Cria”

A metodologia de análise do modo parceiro de fazer telejornalismo foi elaborada para olhar o formato convencional das reportagens de TV: um texto lido em *off* pelo repórter, intercalado por passagens (presença do repórter no vídeo) e sonoras (entrevistas). Para decifrar o modo Bom Dia Favela de fazer telejornalismo os programas serão decupados em quadros de análise, assim como feito no modo parceiro. Como o programa não se propõe a fazer um telejornalismo de *hardnews*, e sim de entretenimento, será necessário fazer ajustes nos quadros, mas um dos intuitos continua sendo entender o foco das reportagens e como elas são construídas. Entretanto, além de detectar o que elas trazem de inovador, será necessário investigar a estrutura do programa que sustenta a bandeira de ser o único a fazer “telejornalismo de cria” na TV aberta. Para isso, a partir dos programas selecionados para o corpus desta pesquisa, serão elaborados cinco quadros de análise: Pauta, *Off* de cria, Passagem de cria, Sonora de cria e Quadros fixos. O método será chamado, inicialmente, como Método de Análise da Estrutura do Telejornalismo de “Cria”.

O “Quadro Pauta” visa dimensionar se há interferência ou não do patrocinador. Para isto, ele está dividido em cinco assuntos de pauta: recomendada, sobre ou com a presença do patrocinador, artes, saúde, trabalho e esportes. A pauta “recomendada” é aquela reportagem pré-roteirizada pela agência de marketing do patrocinador e executada por integrantes da equipe do programa. Identifica-se como “sobre ou com a presença do patrocinador”, aquela reportagem da pauta principal do programa, mas que fala do patrocinador ou o tem inserido no tema. Na categoria “artes” estão as reportagens sobre música, literatura, cinema, teatro etc. Em “saúde” estão as matérias sobre doenças e/ou ações de saúde nas favelas. “Trabalho” reúne as reportagens sobre ofertas de trabalho nas favelas e por fim, em “esporte” estão as reportagens sobre ações de esporte nas favelas.

Em entrevista para a pesquisadora, o diretor do programa, Rodrigo Felha, afirmou que os repórteres nem sempre gravam *off*, porque a maioria deles desconhece o formato tradicional de uma reportagem. Entretanto, torna-se importante detectar quais os recursos utilizados para compor essa voz over, esse *off*. Por este motivo, o “Quadro *Off* de cria” divide-se assim: abertura, cobertura, *lettering* e nota pé. Para “abertura” compreende-se cabeças de locutor com informações complementares. Em “cobertura” reúnem-se passagens e sonoras cobertas com imagens. Para “*lettering*” observa-se se há inserção de tarjas e artes. A categoria “nota pé” reúne notas complementares após a exibição da reportagem.

É importante ver como o repórter se coloca diante das questões em pauta. O quê, quando e como ele traz com ele para a frente da câmera. Este será o “Quadro Passagem de cria”, que segue o modelo criado para o Método de Análise da Estrutura Parceira de Reportagem: incluído, observador, crítico/admirador espelho. “Incluído” é o repórter que se apresenta como parte do contexto da reportagem. Como “Observador”, ele se coloca distante do território. O repórter “crítico/admirador” é aquele que opina sobre a questão da pauta. “Espelho” é aquele repórter que entende que o que poderia está vivendo a situação que ele está apresentando na reportagem.

Para saber quem fala efetivamente nas reportagens do Bom Dia Favela, vamos observar as sonoras, ou seja, as entrevistas e seus entrevistados. É preciso ver quem fala pela comunidade efetivamente. Quem é a fonte do repórter do programa. Este será o “Quadro Sonora de Cria”, que também repete o formato idealizado para o Método de Análise da Estrutura Parceira de Reportagem: familiar, amiga, tradicional e espelho. A fonte “familiar” é identifica quando o entrevistado é pai/mãe/irmão/tio/avó etc. do repórter. Considera-se “amiga” quando a fonte é tratada com intimidade um amigo. A fonte tradicional é aquela que tem autoridade para falar do assunto. Já a fonte espelho é quando o repórter identifica como “podia ser eu”.

Para finalizar a análise de conteúdo será produzido o “Quadro dos Quadros fixos do programa”: Poesia Marginow, Brota e Dá Papo. Neste caso, serão observados a pauta e o tempo dedicados aos assuntos na edição do dia.

### **Entrevistas semiestruturadas**

A pesquisa tem entre seus entrevistados o gestor do programa e, também, da Rio de Negócios, Henrique Castro, o diretor e editor-chefe, Rodrigo Felha, morador da Cidade de Deus, a apresentadora Joyce Alves e a produtora executiva Edlene Conrado, do Complexo do Alemão, a repórter Camila Monteiro, do Vidigal, e o editor de texto, Thiago Soares, o único que não vive em uma comunidade. Todos os citados já foram entrevistados. A proposta é, ainda, entrevistar outros integrantes da equipe e o diretor de jornalismo e conteúdo da Band Rio, Marcio Mele.

## **Águas do Rio em pauta**

Como dito anteriormente, o programa Bom Dia Favela estreou com o objetivo de produzir e veicular reportagens sobre questões de interesse dos moradores de comunidades cariocas. A edição do dia 13 de junho de 2024, ilustra a análise proposta neste artigo, funcionando, também, como um piloto para as análises que compõem o corpus da pesquisa de pós-doutoramento. Neste dia, o programa exibiu três reportagens e um quadro de dicas culturais. A primeira matéria apresentou a escritora Priscila de Jesus, a Ophah da Baixada, autora do livro “Trovoada”. A segunda e a terceira tratavam do mesmo assunto, a Festa Junina do Complexo do Alemão: uma “recomendada” feita pela apresentadora do Bom Dia Favela e outra pela equipe do Voz das Comunidades. O quadro “Brota lá”, de dicas culturais dadas pelos repórteres de dentro da redação do programa, fechou a edição.

No quadro Pauta pode-se observar que as três reportagens se enquadram na categoria artes, mas só a primeira, “Da Baixada para o mundo: a Ophah da Baixada. Priscila de Jesus fala sobre o lançamento do seu livro “Trovoada”, que ocupou 6'47” do programa, está apenas



nesta categoria. "Arraiá bom tem que ter conscientização. Águas do Rio marcou presença no Arraiá do Alemão", é sobre a festa junina, portanto cultural, mas são 2'45" pré-roteirizados pela assessoria de comunicação do patrocinador e executada pela equipe do programa. Já a reportagem "Confira tudo que rolou no "Arraiá do Alemão". Evento contou com shows de artistas e reuniu mais de 40 mil pessoas", a maior do dia com 7'25", trouxe o patrocinador do evento e do programa.

A reportagem com a escritora Priscila de Jesus teve 6'47" de duração e pode-se considerar exemplar para a proposta do programa: contar boas histórias da favela e seus moradores. Em palestra aos alunos da disciplina de Jornalismo e Cidadania, do Departamento de Comunicação da PUC-Rio, a repórter Camila Monteiro explicou: "chega do outro entrar na favela e contar as nossas histórias. Os "crias" da favela, que nasceram e cresceram ali, podem contar as suas histórias. Eu conto histórias de pessoas potentes e eu sou uma dessas potências. Sou atriz, formada em jornalismo pela PUC-Rio".

O Quadro fixo "Brotá", exibido sempre às quintas-feiras, também cumpre essa função, mas em tempo bem reduzido, 57". Já as reportagens sobre o "Arraiá do Alemão" merecem atenção porque denunciam o tempo destinado ao patrocinador do programa e da festa junina, a empresa "Águas do Rio". Juntas elas somaram 10'10" no ar, o que representa cerca de 43% do telejornal que no total teve 29'18" de produção no ar. Joyce Alves fez uma reportagem de 2'45", apresentando a ação da empresa no arraiá de forma cuidadosa, com uma longa entrevista, de 1'37", com o diretor de operações da empresa, Rodrigo Pereira. Na sequência, em *off*, Joyce chama a reportagem de Letícia Lima que entra colada à primeira, separada apenas por um efeito de lapada. A reportagem, conduzida pela repórter do Voz da Comunidades, organizador do arraiá, fala da festa, das atrações artísticas e, também, entrevista Rodrigo Pereira por 26". Embora a ação fosse importante, a duplicidade da entrevista evidencia a reprodução de uma das formas da mídia hegemônica, seja no *streaming* ou na TV aberta, buscar sustentabilidade financeira: o patrocínio publicitário.

## Off de Cria

Quando analisada a construção do "Off do cria" percebe-se que predomina o que chamamos do uso do recurso da cobertura de passagens e sonoras com imagens. Como adiantou o diretor Rodrigo Felha, não há a produção de um texto *off* convencional. Por outro lado, também não há a intervenção da edição com recursos como *lettering*, o que nos permite pensar que o fechamento, a costura da reportagem, respeita o roteiro elaborado pelo repórter. Diferentemente do modo parceiro de fazer telejornalismo, quando um jornalista profissional da TV Globo editava o material produzido pelos jovens que atuavam como repórteres no Quadro Parceiros do RJ, e recorria com frequência ao uso desse recurso para inserir mais informações (Saback, 2018).

Na primeira reportagem, na abertura a apresentadora Joyce Alves explica ao público quem é a verdadeira Oprah e apresenta a Priscila de Jesus como a "Oprah da Baixada". A matéria começa com a leitura de uma poesia em *off*, coberta com imagens de Camila chegando na casa da Priscila. Na entrevista também há o recurso de cobrir o trecho que a poetisa fala da época que era criança com fotos antigas dela com a mãe, com a avó etc. O recurso da nota pé também é usado e repete a informação do lançamento do livro na Pedra do Sal que a autora já havia dado no fim da entrevista.

Na abertura da segunda matéria da edição, a apresentadora Joyce chama a reportagem do arraiá como uma produção do Voz com a Águas do Rio e diz que foi tão bom que ela foi lá “curtir”. Ela não completa informação sobre o evento, e de certa forma mascara que a reportagem é uma recomendada. A produção abre com imagens coladas, sem *off*, e parte da entrevista com o gerente é coberta com imagens da ação realizada pela Águas do Rio no Arraiá. Já a reportagem sobre o arraiá feita por Letícia Lima, do Voz das Comunidades, começa com um texto *off* da repórter coberto por imagens da festa, com direito a som e imagens de arquivo dos cantores homenageados. O segundo *off*, logo após a passagem da repórter, fala da comida e leva para a primeira entrevista que tem parte dela coberta com imagens. Antes de cada entrevista tem um pequeno *off* e em nota pé, Joyce só faz elogios ao arraiá e não cita o patrocinador.

### **Passagem de Cria**

Nas reportagens produzidas pela equipe do Bom Dia Favela o repórter se coloca de duas maneiras: incluído, fazendo parte da história, ou como um admirador da história que está contando. A apresentadora Joyce Alves é totalmente incluída, participa ativamente do Arraiá. Ela fecha a reportagem, inclusive, dizendo que vai ficar na festa enquanto os parceiros do Voz das Comunidades vão mostrar o que mais rolou na festa. Já Camila Monteiro não esconde o orgulho que tem da poesia de Priscila de Jesus. Como repórter admiradora, na primeira passagem, a que abre a reportagem, Camila se mostra orgulhosa em apresentar a Oprah da Baixada. Mas quando analisamos a reportagem assinada por Letícia Lima, repórter do Voz das Comunidades, identificamos uma postura neutra, que apenas costura entrevistas e *offs*. Letícia se apresenta como observadora, faz uma passagem convencional: ligando um trecho do *off* a outro com informação complementar.

### **Sonora de Cria**

Neste programa, que serve como parte do corpus para este artigo, a sonora “amiga”, uma tradição do modo parceiro de fazer telejornalismo, só é detectada na reportagem de Camila Monteiro sobre a poetisa Priscila de Jesus. Logo na primeira pergunta da entrevista, Camila chama a escritora de Pri. Ela diz: ‘Pri como nasceu a escritora Priscila de Jesus?’

Nas demais, todas as entrevistas são tratadas como tradicionais, ou seja, são fontes e nada mais. Na recomendada sobre o Arraiá, apesar de Joyce Alves usar a expressão “bater um papo” com o gerente de operações, ou “explicando para a galera”, o uso de contraplano nas perguntas denuncia que a entrevista é com uma fonte oficial, Rodrigo Pereira – Gerente de Comunidades da Águas do Rio, e é feita de forma tradicional.

A reportagem sobre o Arraiá feita pela repórter Letícia Lima, do Voz das Comunidades, conta com várias entrevistas tradicionais. Daniela Mercury é a primeira entrevistada. A sonora entra sem pergunta e a artista fala da experiência de cantar no arraiá. Na sequência o músico Tee entra também sem pergunta e fala da experiência de estar ali. A repórter faz uma pergunta em *off*, totalmente tradicional, sobre a importância do evento para a comunidade local. O terceiro entrevistado é Cassiano Beija Flor, artista musical, que é inserido da mesma forma e também fala do sentimento de participar da festa. Rodrigo Pereira, Gerente de Comunidades da Águas do Rio, é a quarta fonte. A entrevista entra logo após um *off* que



diz que “o policiamento foi reforçado e pontos com água foram instalados para ficar à disposição do público.” Renê Silva, fundador do Voz das Comunidades, é o último entrevistado e entra colada na anterior e a pergunta feita pela repórter. Nesta avaliação, vale lembrar, a duplicidade da entrevista com Rodrigo Pereira – Gerente de Comunidades da Águas do Rio, o patrocinador do programa e do Arraiá.

## A favela como protagonista

Nesta terceira etapa deste artigo apresenta-se a análise feita nos dez primeiros programas, usando o método desenhado para a pesquisa. Desta feita, a ideia é identificar se há ou não influência do patrocinador-master, conhecer mais a linha editorial do programa e começar a listar as principais características do jornalismo produzido por uma equipe composta totalmente por moradores de favelas do Rio de Janeiro. Mas agora, o olhar é para o todo, o bloco de dez programas. A primeira resposta é que não há uma só pauta “recomendada” ou “sobre ou com a participação do patrocinador”, ou seja, não há influência direta. Quanto à linha editorial, a proposta ficou clara desde o início.

No total foram exibidas 29 reportagens, sendo que apenas duas não tinham a “arte” (literatura, música, artes plásticas, cinema etc.) como pauta principal. A maioria apresentava algum projeto de arte e cultura que também contribuía para o mercado de trabalho e outras trazia o esporte como ação prioritária. Na maioria das reportagens e/ou entrevistas o repórter se inseriu de forma incluído, admirador da ação apresentada. Em todas os entrevistados são tradicionais, porque são referência no assunto, mas falam como amigos, como espelho. Já a construção do *off*, como se tentou observar com o Quadro *Off*, foram encontradas muitas “passagens e sonoras cobertas com imagens”. Apenas em duas reportagens foram encontrados *offs* tradicionais, ou seja, textos gravados em *off* e cobertos com imagens. Dos quadros fixos, foram exibidos: uma vez o “Brota”, duas vezes o “Dá Papo” e uma vez o “Poesia Marginow”.

A edição de estreia, no dia 4 de setembro de 2023, é poderosa e não deixa dúvidas que a proposta é empoderar a favela e seus moradores. Logo a primeira reportagem visa responder à pergunta: o que é favela? “Favela é o lugar que nosso pé pisa, mas é o que faz meu coração pulsar”, responde a historiadora e pesquisadora Pamela Carvalho ao repórter João Vítor Nascimento. O primeiro quadro fixo exibido é o Quadro “Dá Papo”, com o povo fala na favela Parque União, na Maré, conduzido pelo repórter Leon Marques. A pergunta feita foi: favela ou comunidade? A escolha da primeira entrevista online de Joyce Alves com MV Bill foi excelente para apresentar o programa. “É nós por nós, sempre!”, Joyce Alves (jornalista e apresentadora)

No programa 2, a primeira reportagem sobre o projeto Providência ecológica sustenta a proposta apresentada no primeiro programa: a preocupação é falar bem, falar da favela, e não com a estrutura da reportagem. A entrevista com Xande de Pilares feita pela apresentadora Joyce Alves, repete a proposta do MV Bill. Neste dia foi apresentado o parceiro NGB News, um canal comunitário de TV que está no Instagram e no YouTube.

O texto de abertura da terceira edição chama a atenção: “Meus crias, minhas crias. Esse é o Bom Dia Favela, o programa que leva boas notícias”, anuncia Joyce Alves. Uma fala que fortalece a proposta do programa e irá se repetir em outras aberturas. Nesse dia foi apresentado mais um parceiro, o Carioquice Negra, um perfil no Instagram que

faz sucesso por meio do carisma 'carioquês' e humor autêntico de **Julio** de Sá. Todas as reportagens do programa têm terminado com falas incentivadoras. Júlio Sá aconselhou ao telespectador: "Explore a sua essência".

Também desta edição, vale destacar duas reportagens: a que a repórter Wic Tavares fez com Jessé Andarilho na Favela do Antares sobre a Biblioteca Marginal e a reportagem sobre diversidade, a última do programa, sobre o Projeto Conexão G. Na primeira a preocupação é muito maior em apresentar quem são os autores dos livros para só depois falar do espaço em si, como foi criado etc. Wic se inclui na reportagem e chega a participar de uma batalha de rimas e diz: "Através da biblioteca esperança, esperança para todas as crianças". No final, rodeada de crianças ela canta: "Criança e cultura você na nossa tela. (e pergunta) A onde você tá? (as crianças respondem) Bom dia Favela!

Ela também é um bom exemplo do repórter que admira quando faz a passagem para dar início a entrevista com o Mágico Marcos Girô: "Eu tô aqui com um cara que me representa demais. Ele tem lugar de fala, ele é um grande mágico, é um dos únicos mágicos pretos que a gente tem no Rio de Janeiro. Eu tô aqui com Marcos Griô."

O programa 4 chamou atenção porque teve apenas duas reportagens. A primeira, sobre o projeto TMD House, na Cidade de Deus, foi enorme (14'04") e a segunda, sobre o cineclube Nós do Morro, contou com a participação direta do diretor como entrevistado e a repórter Camila se apresentando como ex-integrante do grupo e moradora do Vidigal. O programa é recheado de frases incentivadoras: "que a gente jamais perca isso. Que jamais tiremos os pés descalços do chão", afirmou o repórter João Vitor Nascimento durante a reportagem sobre o TMD House. Na mesma matéria a lutadora Gabi Peçanha recomendou ao público: "nunca desista dos sonhos de vocês. Nada é fácil nessa vida." Já Rodrigo Felha, diretor do Bom Dia Favela, em entrevista para a reportagem sobre o cineclube Nós do Morro exibe 5xfavela afirmou: "eu sou uma pessoa que prova que pode ser possível...ser o que quiser! (...) Enquanto a gente estiver lutando por nossos sonhos, a gente vai ser o pesadelo de algumas pessoas que não querem que a gente cresça."

Foi a partir desta edição que a compreensão do entrevistado com fonte "tradicional" acendeu um sinal de alerta. Os entrevistados são sempre especialistas para falar na reportagem, mas falam como amigos, família e espelho.

A quinta edição foi menor e a entrevista com o Renê Silva, do Voz das Comunidades, foi o ponto alto desta edição. Renê também deixou sua mensagem inspiradora: "apesar de todas as barreiras que a gente tem nas favelas do Rio, a gente vai vencer. Não deixe de sonhar. Corram atrás. Melhor, corram na frente", afirmou.

Além da entrevista, foram exibidas mais duas reportagens e a matéria sobre a biblioteca comunitária na Ladeira dos Tabajaras mostrou que mais uma vez vale primeiro apresentar bem quem criou o projeto para depois falar dele. Essa característica é bem interessante e merece ser observada ao longo de toda a temporada.

O programa 6 trouxe pela primeira vez o Quadro Poesia Marginal, um quadro que o diretor e toda a equipe valorizam muito porque, segundo o Rodrigo Felha, reflete a trama como o programa é feito. Esse primeiro quadro foi feito com a apresentação do curador, o escritor Jessé Andarilho, que trouxe o poeta Cotta, de São Gonçalo e campeão de *slam* (batalha de poesia falada). Esse programa também trouxe a cobertura factual da Bienal do Livro, mas com um olhar totalmente focado na produção literária da periferia, além de

exaltar um projeto de Rio das Pedra, o Cine Rock que atende 448 crianças de 4 a 17 anos, e apresentar uma marca de beleza criada por uma petropolitana radicada na favela da Maré, a Bell Max, da Daiane Carvalho.

Sobre as falas, tanto dos repórteres como dos entrevistados, chamam a atenção de como há sempre a mensagem de que o favelado é potência. A repórter Camila Monteiro, na reportagem do Cine Rock, diz: "Aqui vive um povo protagonista sim. Aqui tem inspiração, tem agente de transformação. Aqui tem campeões não só no esporte, como na vida e você pode fazer parte disso. É só acessar as redes do Cine Rock e fortalecer. Vão bora! Vamo junto e misturado!". "A experiência do sujeito negro, do sujeito pobre, potencializa a escrita", afirma a escritora Conceição Evaristo em sua entrevista na reportagem da Bienal do Livro. E no final ela ainda declara:

*A carreira individual, sem sombra de dúvida é interessante, alimenta o ego da gente, mas eu acho que a gente tem que pensar aquela expressão que a gente diz também: 'ninguém solta a mão de ninguém'. Porque se nós não estivermos unidos a sociedade lá fora nos engole. Nos seduz e nos engole (Evaristo, 2023).*

Na sétima edição, Joyce Alves repete "está começando o programa dos crias do Rio de Janeiro" e as cabeças das reportagens meio que confirmam o que Joyce contou em entrevista à autora: muitas vezes o roteiro é feito sem que o editor tenha assistido as reportagens. Esse texto sempre valoriza o projeto e agradecem ao repórter de apresentar a iniciativa. O programa trouxe uma entrevista com a cantora trans Azula, o projeto WG Basquete, do Cesarão, e os Imperadores da Dança (passinho).

No programa número 8 o destaque foi, como dito anteriormente, o primeiro off tradicional feito pelo João Vitor Nascimento ao apresentar, abrir, a entrevista com os escritores Estevão Ribeiro e Eliana Alves. A entrevista foi a primeira reportagem do programa que teve três, sendo a segunda a Festa de estreia do Programa na Tavares Bastos, feita pelo parceiro NGB News, e a entrevista da Joyce, online, com o ator Thiago Martins.

Também vale ressaltar o quanto o programa foi valorizado. Sempre há no final das entrevistas a pergunta sobre a importância do programa e dessa vez o Thiago Martins disse: "acho transformador! Eu defendo a favela com unhas e dentes. Sou nascido e criado no Vidigal. Respeita meu povo!". Na reportagem sobre a festa do programa, a repórter Wic Tavares também mandou seu recado: "não é esse negócio de comunidade não. É favela". Já o diretor Rodrigo Felha, na mesma reportagem, reforçou a importância do Bom Dia Favela: "o programa que só fala bem [da favela]!", afirmou o diretor Felha na mesma reportagem. Nessa entrevista Felha já falava sobre o plano de levar o programa para exibição em cadeia nacional.

A edição 9 trouxe dois quadros fixos: "Dá Papo" e "Brota". "Dá Papo" sobre o dicionário de cria, com Leon Marques, foi muito bom, mas já o Brota foi fraco, com apenas duas dicas de programas para o fim de semana. O primeiro reuniu excelentes entrevistas em 4'24" e o outro durou apenas 34" e teve a participação de dois repórteres.

Além dos quadros, foram apresentadas duas reportagens: o espaço Mirante da Rocinha e outra com MC Carol, do Morro do Preventório, que ao ser perguntada se a favela venceu, afirmou: "quando você sai como ator, não acho que a favela vence. A galera tem que sair pelo estudo".

"Programa que deixa o cria bem-informado", assim Joyce Alves abriu a última edição analisada para este artigo. Pela primeira vez é usado *teaser*, uma prévia das reportagens, na abertura e o repórter João Vítor Nascimento diz: "isso aqui é Bom Dia Favela". O mesmo repórter faz seu o segundo *off* tradicional para abrir a reportagem sobre o projeto 2050 da Favela Santo Amaro. Pela primeira vez vemos uma reportagem sem passagem de repórter e com *off* tradicional. A matéria sobre o projeto The Maze, da Tavares Bastos, é narrada e as entrevistas conduzidas pela repórter Wic Tavares, mas sem que ela ou sua voz apareçam. Este programa traz reportagens que confirmam a proposta de mostrar o que há de melhor na favela. O projeto 2050, laboratório de inovação, arte e tecnologia no Morro Santo Amaro, é realmente fantástico. A segunda reportagem sobre a Marca Favela também é importante. Uma marca "para ter pertencimento", conta a idealizadora Fernanda Macedo.

## Considerações finais

A proposta deste artigo foi aplicar a metodologia desenhada para a pesquisa de pós-doutoramento "Bom Dia Favela: jornalismo audiovisual do "cria" na TV aberta" e fazer uma percepção preliminar de como o patrocínio de uma empresa privada pode intervir na pauta de um telejornal comunitário.

Quanto à interferência da patrocinadora-master na pauta do programa, ainda é precoce afirmar que é prejudicial na medida em a empresa patrocinadora só apareceu na edição escolhida aleatoriamente e em nenhuma das do bloco de dez. Como o corpus total da pesquisa é de 263 programas não é possível afirmar a partir da mostra recolhida para este artigo. Entretanto, pôde-se identificar que fazer parte da estratégia de comunicação da Águas do Rio elaborada por uma empresa de marketing merece atenção redobrada por parte da equipe de produção do programa. Isso porque, no programa que o patrocinador-master é pauta foi possível identificar problemas de edição que comprometem a credibilidade do programa. A utilização de duas entrevistas com o gerente de operações da Águas do Rio abre espaço para o telespectador entender a cobertura feita de forma orquestrada, recomendada.

Como análise-piloto, pode-se observar que o programa traz particularidades que se assemelham ao modo parceiro de fazer telejornalismo, principalmente na postura do repórter, um "cria" de favela. Mesmo na reportagem "recomendada", Joyce Alves se insere no Arraiá do Alemão como moradora que é do local. Já o método de análise desenhado para a pesquisa, quando aplicado, revelou algumas fragilidades. Os quadros "Off" e "Sonora de Cria" tornaram-se basicamente inúteis para a análise, na medida em que não há complemento de informação por meio do *off* (abertura, cobertura, *lettering* e nota pé) e todos os entrevistados são tratadas e tratam os repórteres com crias. A conclusão preliminar é que o Bom Dia Favela é um programa feito de cria para cria, sua linha editorial é tramada com seus entrevistados e a trama com o capital privado está sendo lapidada.

## Referências

BECKER, B. **Todos juntos e misturados, mas cada um no seu quadrado**: um estudo do RJTV 1ª edição e do Parceiro do RJ. *Galáxia* (São Paulo, Online), n. 24, p. 77-88, dez. 2012.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Método e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

EVARISTO, Conceição. Entrevista concedida a João Vítor Nascimento. Programa: **"Bom Dia Favela"**, emissora: Band Rio, local de exibição: Rio de Janeiro, data da exibição: 11/09/2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vTg272PiHPs>.

GOMES, Itania Maria Mota (Org.). **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011.

MARCONDES FILHO, Ciro. Jornal comunitário e mobilização popular. In: **Quem manipula quem: poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil**. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1987.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. 2ª edição revisada e ampliada. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

PAIVA, Raquel. As minorias nas narrativas da mídia. Trabalho apresentado no Núcleo de Comunicação e Cultura das Minorias, **XXVI CONGRESSO ANUAL EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO**, Belo Horizonte/MG, 06 de setembro de 2003.

PAIVA, Raquel. Jornalismo comunitário: uma reinterpretação da mídia (pela construção de um jornalismo pragmático e não dogmático). **Revista FAMECOS**. Porto Alegre. Nº 30, agosto 2006.

PAIVA, Raquel (Org.). **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2007.

PERUZZO, Cicilia M. K. Mídia Local e suas interfaces com a Mídia Comunitária. Trabalho apresentado no Núcleo de Comunicação para a Cidadania, **XXVI CONGRESSO ANUAL EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO**, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

PERUZZO, Cicilia M. K. **Fundamentos teóricos da comunicação popular, comunitária e alternativa** [recurso eletrônico] / Cicília Maria Krohling Peruzzo. Dados eletrônicos. Vitória, ES: Edufes, 2024.

SABACK, L. Telejornalismo local. In: RODRIGUES, Ernesto (org.). **No próximo bloco...: o jornalismo brasileiro na TV e na internet**. Rio de Janeiro: ED. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2005, p. 149-161.

SABACK, L. **Parceiro do RJ / TV Globo: comunidade e narrativas inclusivas pelo audiovisual**. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura. ECO/UFRJ, em regime de cotutela com o Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE - IUL), 2015.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis: Vozes, 2006.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.