

BRUNA MAESTRI WALTER

**TELEJORNALISMO REGIONAL: O QUE É NOTÍCIA NO PARANÁ E EM SANTA
CATARINA**

CURITIBA - PR

2006

BRUNA MAESTRI WALTER

TELEJORNALISMO REGIONAL: O QUE É NOTÍCIA NO PARANÁ E EM SANTA CATARINA

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof^o Carlos Rocha

CURITIBA - PR

2006

Dedico a pesquisa àqueles que me acompanharam no decorrer dos quatro anos da graduação, seja pela amizade sempre de prontidão ou à presença em pensamentos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, familiares e amigos pelo estímulo em dar o primeiro passo;

Aos professores Mário Messagi Júnior, Luiz Paulo Maia, João Somma Neto, Rosa Maria Cardoso Dalla Costa e, principalmente, ao orientador Carlos Rocha, pelas dicas preciosas e ensinamentos;

Aos editores-chefes Arnoldo Friebe e Anselmo Prada por acreditarem na pesquisa.

RESUMO

A presente Monografia destina-se a pesquisar sobre o telejornalismo regional: a trajetória na Rede Globo de Televisão, as características adquiridas, e principalmente, o critério de noticiabilidade seguido nos telejornais. Ao adotar as linhas de pesquisas recentes dentro do *communication research*, parte-se para a análise editorial de dois veículos de comunicação: Paraná TV, do grupo RPC, e Jornal do Almoço, do grupo RBS de Santa Catarina, ambos afiliados da Rede Globo, juntamente com o acompanhamento às redações. Apesar de os dois serem exibidos no mesmo horário e tratar-se de estados vizinhos, as diferenças não demoram a aparecer, consequência da linha editorial adotada.

Palavras-chave: Telejornalismo, regionalismo, análise comparativa, *newsmaking*

ABSTRACT

The present Monograph does a research about the regional telejournalism: the trajectory of Rede Globo de Televisão company, its characteristics and, mainly, criteria used in the news on the regional channels. When the author adopt some recent research lines of communication research, the monograph deals with the publishing analysis of two media: Paraná TV, from RPC group, and Jornal do Almoço from RBS, which is from Santa Catarina. Both are affiliated to Rede Globo, in addition to the editorial offices. Despite of being shown at the same time and being broadcasted in neighboring states, there are differences which appear as consequence of the adopted publishing line.

Key-words: Telejournalism, regionalism, comparative analysis, *newsmaking*.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 O SURGIMENTO E A EVOLUÇÃO DA TV	11
2.1 A TELEVISÃO NO BRASIL	13
2.1.1 Jornalismo na TV - um breve histórico	16
2.2 GLOBO: A PRIMEIRA REDE INTEGRADA.....	17
2.2.1 O fortalecimento do jornalismo local	23
2.2.2 O outro lado da moeda: a internacionalização da TV Globo	27
3 CULTURA + TV= INDÚSTRIA CULTURAL?	30
3.1 DO GLOBAL AO LOCAL	36
4 A MEDIAÇÃO DO GLOBAL COM O LOCAL	43
4.1 A TV REGIONAL.....	49
4.2 O QUE OS TELEJORNAIS LOCAIS AGENDAM?	54
4.2.1 Do <i>gatekeeper</i> ao surgimento do <i>newsmaking</i>	58
4.2.2 A produção das notícias no <i>newsmaking</i>	60
5 METODOLOGIA.....	66
6 A TV NA ANTIGA PROVÍNCIA DO PARANÁ.....	71
6.1 A CHEGADA DO GRUPO GAÚCHO RBS EM SANTA CATARINA.....	72
7 A REDAÇÃO DA TV PARANAENSE: EM FOCO O PRTV 1	76
7.1 COMEÇA A PRODUÇÃO DO DIA	79
7.1.1 Quase tudo pronto.....	87
7.1.2 No ar para todo o Paraná	89
7.2 O SEGUNDO DIA DE VISITAS	91
7.2.1 Entrando ao vivo.....	94
8 O JORNAL DO ALMOÇO	96
8.1 A ROTINA DE PRODUÇÃO NA RBS.....	98
8.2 A OPINIÃO NO JA.....	104
9 ANÁLISE DAS EDIÇÕES	108
9.1 PARANÁ TV 1ª EDIÇÃO - RPC	109
9.2 JORNAL DO ALMOÇO - RBS.....	116
9.3 A DURAÇÃO DE CADA TELEJORNAL, DIVIDIDO POR BLOCO	124
9.4 OS GÊNEROS JORNALÍSTICOS	125
9.4.1 Paraná TV	126
9.4.2 Jornal do Almoço.....	129
9.5 A PROCEDÊNCIA DOS ASSUNTOS.....	131
9.6 A COMPARAÇÃO COM O CONTEÚDO DOS JORNAIS.....	135
9.7 OS RECURSOS USADOS NOS TELEJORNAIS	141
10 CONCLUSÃO.....	144
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	146
APÊNDICE A - ROTEIRO DE PERGUNTAS AO EDITOR-CHEFE	150
APÊNDICE B – RESPOSTAS DO EDITOR-CHEFE DO PRTV – 1ª EDIÇÃO	152

1 INTRODUÇÃO

Aventurar-me em um assunto com escassa bibliografia não foi tarefa fácil. O estímulo para a escolha do tema partiu de uma experiência pessoal. Sempre que voltava do Paraná a Santa Catarina, meu estado natal, percebia as diferenças dos telejornais produzidos em cada um. Com a problemática em mãos, parti para a pesquisa.

A parte teórica trata do surgimento da TV, e prossegue pela evolução do meio de comunicação no decorrer das décadas. A preocupação em todo o processo foi apresentá-lo sob o aspecto regional: o início - em que a transmissão televisiva era feita para um público restrito pelo curto alcance do sinal - , o surgimento das redes de TV, o momento em que as especificidades regionais são substituídas pelo aspecto global, e o ressurgimento da necessidade de informações locais.

O olhar também se volta aos dias de hoje, como funciona uma televisão regional e o conteúdo jornalístico que cada emissora está exibindo no seu estado. A análise comparativa é feita entre o telejornal Paraná TV, do grupo RPC, e o Jornal do Almoço, da RBS TV de Santa Catarina. Os dois veículos são afiliados à Rede Globo. Por esse motivo, a pesquisa optou em recortar o aspecto da regionalização na trajetória da Globo.

O objetivo do trabalho é analisar os dois produtos, diferentes formas de manifestação do regional. Para isso, será necessário buscar a história dos veículos e analisar algumas edições dos telejornais sob vários aspectos, os quais passam despercebidos ao telespectador comum, seja pela velocidade das informações ou pela simples passividade frente à TV. Uma ferramenta usada para entender o que os telejornais estavam agendando foi o acompanhamento aos jornais impressos, como instrumento de consulta e verificação. Já a visita às redações foi fundamental para compreender as engrenagens da produção.

Ora, se ambos telejornais partem da mesma filosofia empresarial, são exibidos no mesmo horário e tratam-se de estados vizinhos, o porquê das diferenças? É o que se buscou responder no presente trabalho, sem entrar na questão de mérito, mas de resgate das iniciativas implantadas por cada um e na elaboração de um estudo aprofundado sobre o telejornalismo regional, ampliando a percepção da abordagem de contextos globais e, principalmente, locais.

2 O SURGIMENTO E A EVOLUÇÃO DA TV

Antes da imprensa, um leitor era alguém que discernia e sondava enigmas. Após a imprensa, passou a significar alguém que corria os olhos, que se escapulia ao longo das superfícies macadamizadas do texto impresso. Hoje em dia, no final de tal processo, chegamos a aliar a habilidade de ler velozmente com a distração, em vez de com a sabedoria. Mas à imprensa, à mecanização da escrita, sucedeu no século XIX a fotografia e, em seguida, a mecanização do gesto humano no filme. A isso seguiu-se a mecanização da fala no telefone, no fonógrafo e no rádio. Com o cinema falado, e finalmente com a televisão, sobreveio a mecanização da totalidade da expressão humana, da voz, do gesto e da figura humana em ação. (MCLUHAN, 1959, in LIMA,, 2000, p. 159-160).

Nos Estados Unidos, o surgimento da televisão está diretamente ligado ao cinema - o primeiro meio a utilizar a imagem com movimento. “Nos EUA a indústria cinematográfica extremamente desenvolvida tanto do ponto de vista da qualidade da mão-de-obra quanto dos recursos tecnológicos forneceu as bases para a TV”. (GONTIJO, 2001, p. 237). O cinema nasceu em Paris, em dezembro de 1895, com os irmãos Lumière. Eles descobriram uma máquina que possibilitava “dar vida” às fotografias. A eletricidade e a radiofonia também tiveram grande participação no surgimento da TV. Mas o meio de comunicação a que a TV mais se aproximou no Brasil foi o rádio, difundido entre os americanos em larga escala em 1920. Do rádio, viriam os técnicos e artistas televisivos.

A comunicação real (a conversa, o diálogo) atribui tal importância ao elemento verbal, que este termina impondo-se, na tevê, ao visual. O verbal e o visual se repetem exaustivamente no vídeo. Por isso, até agora, a tevê tem estado mais próxima do rádio do que do cinema. (SODRÉ, 1977, p. 74).

A data da invenção da televisão não é precisa. Ela foi fruto de vários avanços iniciados no século XIX, até que, em 1884, na Alemanha, o pesquisador Paul Nipkow patenteou um disco elétrico-mecânico. Aperfeiçoado, o instrumento transmitia imagens em movimentos. Em 1907, o russo Tosing conseguiu produzir um sinal através dos tubos catódicos de Braun, inventados dez anos antes.

Em 1911, surgiu a telecâmera eletrônica, inventada por Campbell Swinton. Na Inglaterra, John Logie Baird, em 1913, realizou uma transmissão de imagens. Nos Estados

Unidos, em 1923, Charles Jenkins enviou imagens estáticas de Washington até a Filadélfia. (GONTIJO, 2001, p. 232). Mas foi o sistema do russo naturalizado norte-americano Wladimir Zworikin (1923), o inescópio, que permitiu a primeira demonstração pública em Nova Iorque de transmissão das imagens produzidas, nos estúdios da RCA. “O público saiu frustradíssimo achando que o que assistira nada mais era do que cinema de péssima qualidade”. (GONTIJO, 2001, p. 232).

David Sarnof, presidente da NBC-T, começou a considerar a viabilidade da televisão domiciliar, em 1938. Ele contrariava tudo que se pensava até então. “Em 1930 a idéia que se fazia sobre a TV era a de assistir às suas transmissões, em telas, nos locais públicos. Ainda não se cogitava a industrialização de televisores domiciliares”. (GONTIJO, 2001, p. 232). Mas no mesmo ano que a iniciativa de Sarnof seria posta em ação, na fabricação de aparelhos de TV, teve início a Segunda Guerra Mundial.

O plano foi adiado, mas não impedido de ser concretizado. De 1945 a 1950, investiu-se pesadamente na fabricação de receptores e de equipamentos de captação e de transmissão de som e imagem. “Na medida que a audiência da TV crescia, o público dos cinemas e o número de ouvintes de rádio diminuía [...]. A saída foi direcionar boa parte da produção dos estúdios, para a televisão”. (GONTIJO, 2001, p. 232-233).

Tecnicamente, a imagem que temos hoje no aparelho de TV é composta de linhas horizontais que aparecem no receptor em rápidas sucessões, da esquerda para direita e de cima para baixo, que se entrelaçam. As imagens coloridas resultam da mistura de luz vermelha, verde e azul.

Ao analisar o conteúdo exibido pela televisão, Muniz Sodré (1977), aponta a superficialidade do meio e traça um perfil com o rádio.

A televisão não surgiu para responder a uma “necessidade” real de comunicação por imagens. O rádio também não, de certo modo. Mas a técnica radiofônica propiciou o contato entre regiões distantes, culturas diversas, fazendo emergir formas comunicacionais que já se impunham diante da pressão dos descobrimentos e expansões posteriores à Revolução Industrial. (SODRÉ, 1977, p. 14).

As TVs nos Estados Unidos, e em boa parte da Europa, logo investiram em notícias e em programas de formatos variados com o objetivo de informar. “Para isso a TV era imbatível principalmente depois do surgimento das unidades móveis, quando foi possível transmitir a notícia ao vivo e diretamente do local do acontecido”. (GONTIJO, 2001, p. 233).

A transmissão *ao vivo* talvez seja, dentre todas as possibilidades de televisão, aquela que marca mais profundamente a experiência desse meio. A televisão nasceu ao vivo, desenvolveu todo o seu repertório básico de recursos expressivos num momento em que ainda operava ao vivo e esse continua sendo o seu traço distintivo mais importante dentro do universo do audiovisual. (MACHADO, 2003, p. 125).

Nos seus 30 primeiros anos, a TV exibiu imagens que ficaram marcadas na memória: os assassinatos de Kenedy e Martin Luther King, a chegada do homem à Lua em 1969 e importantes eventos esportivos. Também pela primeira vez uma guerra foi vista de dentro de casa: o conflito no Vietnã. O acontecimento gerou questionamentos na sociedade americana, que pôde avaliar os efeitos da tragédia.

2.1 A TELEVISÃO NO BRASIL

No Brasil de hoje, a TV “desfruta de um prestígio tão considerável que assume a condição de única via de acesso às notícias e ao entretenimento para grande parte da população”. (REZENDE, 2000, p. 23). Para chegar a esse patamar o processo foi lento.

O responsável por trazer a televisão ao Brasil, após cinco anos de seu aparecimento em outros países, como os Estados Unidos, foi Francisco de Assis Chateaubriand, dono dos Diários Associados - cadeia de jornais e emissoras de rádio. No dia 18 de setembro, de 1950, Chateaubriand inaugurou a TV Tupi de São Paulo, PRF-3 TV, canal 3.

Em viagem à Nova Iorque em 1944, a versão americana da televisão foi apresentada a Chateaubriand pelo próprio David Sarnoff. Ao conhecer a TV, o brasileiro não teve dúvidas

em querer implantá-la no Brasil. Com o fim da Segunda Guerra Mundial, Chateaubriand conseguiu o financiamento para a empreitada.

O primeiro programa transmitido na TV brasileira foi *TV na Taba*, apresentado por Homero Silva. O restante da programação era limitada e regional, sem o caráter de rede de integração. O próprio conceito de televisão era diferente do que conhecemos hoje.

Televisão é um termo muito amplo, que se aplica a uma gama imensa de possibilidades de produção, distribuição e consumo de imagens e sons eletrônicos: compreende desde aquilo que ocorre nas grandes redes comerciais, estatais e intermediárias, sejam elas nacionais ou internacionais, abertas ou pagas, até o que acontece nas pequenas emissoras locais de baixo alcance, ou o que é produzido por produtores independentes e por grupos de intervenção em canais de acesso público. (MACHADO, 2001, p. 19).

Na época, Assis Chateaubriand importou cerca de 200 aparelhos de TV e espalhou pela cidade de São Paulo. O sucesso foi enorme, mas o grande problema tratava-se em manter uma programação diária. A transmissão acontecia apenas das 18 às 23h e os profissionais que vieram do rádio, jornal e teatro, ainda buscavam desenvolver uma nova linguagem para a televisão.

A ausência de uma estrutura comercial-publicitária e o contato estreito com as elites empurraram a tevê brasileira incipiente para uma linha culturalista de ação. [...] A maior parte do pessoal técnico e artístico de tevê provinha do rádio e do teatro. Os programas daí resultantes combinavam telejornalismo (noticiários de estilo radiofônico, debates, entrevistas) com espetáculos culturalistas. (SODRÉ, 1977, p.96-97).

Nos primeiros anos já existiam sete mil aparelhos de televisão nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. “O desenvolvimento da indústria de televisão no país, a partir de 1950, esteve intimamente relacionado com a própria industrialização brasileira, realizada sob a ótica da substituição de importações”. (SILVA, 1982, apud SOUZA, 2005, p.25). Apesar de tornar-se mais acessível, possuir um aparelho de TV ainda era caro, o que fazia dele um símbolo de *status*.

Na década de 1950, quando a televisão começou por aqui, o país escutava Tonico e Tinoco, ria de Mazzaropi e tinha 70% das pessoas morando no campo. Na cidade, ter um televisor era mais chique que *home theater* nos dias de hoje. As famílias deixavam de ir à ópera para assistir ao “teleteatro” em casa – e depois ligavam para o camarim cumprimentando os atores. E como não existiam satélites, cada cidade

tinha sua programação, com celebridades, piadas e notícias locais. (NARLOCH, Super Interessante, ed. 214, junho 2005, p. 51).

Foi com um caráter local que a televisão nasceu, mas, devido às novas tecnologias, estrearam na TV Tupi atrações de alcance nacional. O marco é o *Repórter Esso*, um programa jornalístico de muito sucesso no rádio que repetiu a dose na televisão. Ao mesmo tempo, a televisão também foi se regionalizando a outras partes do país. Assis Chateaubriand inaugurou mais nove estações de sua rede: Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Recife, Campina Grande, Fortaleza, São Luís, Belém e Goiânia.

O início do Governo Kubitschek coincide com a proliferação das emissoras. As imagens chegam a São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. A TV Tupi foi a primeira emissora a ocupar um *link* e transmitir em cadeia no Brasil, através de 1.200 quilômetros, com sete torres de transmissão.

No governo Goulart é instituído o Código Brasileiro de Telecomunicações, criando também o Conselho Nacional de Telecomunicações (Contel), autorizando o governo federal a constituir uma empresa pública, a Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel).

Posteriormente, o Estado investiu na propagação da televisão e construiu um moderno sistema de microondas com o dinheiro arrecadado pelo Fundo Nacional de Telecomunicações, gerenciado pela recém-criada Embratel. Abriu crédito para a compra de receptores e forneceu infra-estrutura para a sua expansão.

Com o surgimento do videoteipe, usado pela primeira vez no país em 1958, na apresentação de *O Duelo*, foi possível aumentar a qualidade dos programas. Antes, todos eram feitos ao vivo e, claro, com os erros indo ao ar.

A partir da década 60, com a ampliação do consumo industrial, o país adquire o perfil urbano e a TV passa a disputar verbas publicitárias. Na transição da ditadura militar para a democracia, por exemplo, a TV já recebia 60% da verba publicitária destinada aos veículos de comunicação, “produzindo lucros fabulosos para as quatro redes comerciais (Bandeirantes,

Globo, Manchete e SBT) e para as duas regionais (Record, em São Paulo, e Brasil Sul, no Rio Grande do Sul)”. (GONTIJO, 2001, p. 240).

2.1.1 Jornalismo na TV - um breve histórico

O telejornalismo nasceu com a própria televisão brasileira. O empresário e jornalista Chateaubriand tinha a visão de que jornalismo não é a única coisa séria na TV, mas a mais séria. Nos anos 50, o telejornal no Brasil era uma espécie de rádio com imagem, esta ainda não considerada um elemento constitutivo da informação televisiva. Só muito tempo depois os editores começaram a se preocupar em casar imagem e texto (enunciado).

A televisão abrange um conjunto bastante amplo de eventos audiovisuais que têm em comum apenas o fato de a imagem e o som serem constituídos eletronicamente e transmitidos de um local (emissora) a outro (receptor) também por via eletrônica. Cada um desses eventos singulares, cada programa, cada capítulo de programa, cada bloco de um capítulo de programa, cada entrada de reportagem ao vivo, cada vinheta, cada spot publicitário, constituem aquilo que os semioticistas chamam de um enunciado. Os enunciados televisuais são apresentados aos espectadores numa variabilidade praticamente infinita. A rigor, poder-se-ia dizer que cada enunciado concreto é uma singularidade que se apresenta de forma única, mas foi produzido dentro de uma certa esfera de intencionalidades, sob a égide de uma certa economia, com vistas a abarcar um certo campo de acontecimentos, atingir um certo segmento de telespectadores e assim por diante. (MACHADO, 2001, p. 70).

Foi no dia 20 de setembro de 1950, dois dias após a inauguração do primeiro canal de São Paulo, que surgiu o primeiro telejornal: o *Imagens do Dia*, uma seqüência de filmes dos últimos acontecimentos locais, sem horário fixo. As dificuldades técnicas e a falta de preparo dos profissionais fizeram com que a primeira reportagem filmada não acontecesse. Tratava-se da filmagem de saltos de pára-quedistas em Cumbica, mas o motorista do carro enganou-se ao achar que a demonstração seria em Congonhas.

Assim, os telejornais eram produzidos de forma precária. As falhas se originavam tanto das grandes deficiências técnicas quanto da inexperiência dos primeiros profissionais, a maioria procedente das emissoras de rádio. A repercussão dessas falhas na comunidade, no

entanto, era muito pequena, pelo limitadíssimo número de pessoas que tinham acesso às imagens de TV. (REZENDE, 2000, p. 106).

Em 1952, foi lançado o *Repórter Esso*, programa que surgiu em 1941 na Rádio Nacional, do Rio de Janeiro, transposto para a TV, sob a apresentação de Gontijo Teodoro. Trazia assuntos locais, internacionais e noticiário em geral, tornando-se o primeiro grande sucesso duradouro do telejornalismo brasileiro. Em São Paulo, o *Repórter Esso* foi ao ar pela primeira vez em 1953, com a apresentação de Kalil Filho. As duas versões do mesmo programa explica-se pelo fato de que os transmissores ainda não tinham grande potência e a rede de microondas não estava montada. Ficava impossível, então, transmitir o mesmo programa para outras regiões. O telejornal ficou no ar por mais de onze anos e tentou-se transformá-lo em um noticiário em rede nacional, mas o projeto acabou sendo arquivado.

[...] a TV Tupi não conseguiu acompanhar o ritmo do desenvolvimento e os custos da implantação dos programas de telejornalismo nacionais (...) Para Elisabeth Carvalho, “o velho porta voz dos revendedores Esso (fruto de uma época em que o patrocínio na TV se fazia de forma direta, ostensiva, e não camuflada, como acontece nos dias de hoje) chegava ao fim quase exatamente no mesmo estilo em que começou – 15 a 20 minutos de programa – em que o locutor lia as notícias ao vivo, **ocupando um espaço bem maior que os pequenos e irrelevantes filmes de assuntos locais ou as velhas fotos de arquivo**”. (SQUIRRA, 1993, apud SIQUEIRA, 2003, p. 50) [grifo do original].

Em 1968, o Regime Militar, há quatro anos no poder, enrijeceu e instituiu o Ato Institucional nº5, iniciando uma nova fase para o jornalismo no Brasil. Estava pronto o cenário para o *Jornal Nacional*, da Rede Globo, o pioneiro na transmissão em cadeia nacional.

2.2 GLOBO: A PRIMEIRA REDE INTEGRADA

“O que um descendente de alemães do interior gaúcho, um paulistano e um ribeirinho da Amazônia têm em comum? Além de assistir à Globo, muito pouco”. (NARLOCH, *Super Interessante*, ed. 214, junho 2005, p. 51).

A Rede Globo de Televisão começou suas atividades no dia 26 de abril de 1965, período da Ditadura Militar no Brasil. A Ditadura incentivou o desenvolvimento da linguagem televisiva, promovendo a universalização da recepção, a fim de utilizá-la como “instrumento estratégico”. O Regime foi o grande propulsor de uma TV que integrasse todo o país - desde que tudo ocorresse conforme suas políticas desenvolvimentistas.

A Globo se mostrou competente para determinar padrões estéticos produtivos, que lhe garantiram reconhecimento da audiência, dos anunciantes e dos dirigentes nacionais, ainda mais quando aderiu ao propósito culturalista desejado pelos militares, incluindo temas referentes à conduta moral e de bons costumes em suas novelas, e ao evitar, por questões óbvias do período de vigência do AI-5, difundir os conflitos internos vividos pelos brasileiros durante os 21 anos de ditadura. Foi um tempo no qual as temáticas comunitárias passaram ao largo da tela da Globo. (BENEVENUTO JR, 2005, p. 239-240).

Em consequência do regime, foram eliminadas pelo sistema televisivo as ações apontadas por Sodré (1977, p.52): gratuidade do diálogo, liberdade de se falar o que quiser, pluralidade das situações sociais e a sociabilidade que incrementa as relações extra-familiares.

A cadeia nacional de emissoras teve início com a importação de videotapes, em abril de 1960. Até então a programação era regionalizada: as antenas de transmissão alcançavam um raio de até cem quilômetros, de onde as imagens eram geradas, impossibilitando que o mesmo programa fosse rodado em outras áreas.

Em 1962, a Globo já havia assinado um contrato com a corporação multinacional *Time-Life*, colocando-se em contato com o profissionalismo das televisões norte americanas. Apesar de ser proibido na época por lei a participação de grupos estrangeiros na mídia nacional, o contrato com americana durou até 1968 e implantou na Globo um sistema de produção industrial, com treinamento e assistência técnico-administrativa.

Segundo Sodré (1977), depois de 1967, a TV Globo estabeleceu uma programação nitidamente popularesca. Apesar de estar concentrada no eixo Rio – São Paulo, os programas ainda tinham um cunho regionalista. E foi nesse eixo, em 1969, que aconteceu um incidente

que poderia pôr tudo a perder: um incêndio destruiu sede da TV Globo em São Paulo. A programação para os paulistanos foi, então, transmitida do Rio de Janeiro.

O que começou como estratégia de emergência, virou a maior vantagem da Globo, que se tornou a primeira emissora nacional do país. E uma rede que alcançasse o país inteiro era tudo o que os militares queriam. “Acreditava-se na época que o território nacional só estaria livre da ameaça estrangeira se as fronteiras estivessem em contato com o centro”, diz o jornalista Gabriel Priolli, da PUC-SP e autor do livro *A Deusa Ferida*. Essa mentalidade fez nascer megaprojetos, como a estrada Transamazônica e a instalação de um sistema nacional de torres de televisão. Em muitos países esse investimento foi feito pela iniciativa privada. Aqui, o estado bancou tudo. E ainda abriu linhas de crédito para qualquer pessoa comprar um televisor sem juros. O resultado foi um país unificado na tela da televisão. (NARLOCH, Super Interessante, ed. 214, junho 2005, p. 51)

Apesar do conceito de integração nacional, não se vê nesse período as várias faces do Brasil. O controle dos militares sob a televisão ocultou os acontecimentos regionais e manifestações culturais. O que não tinha repercussão nacional nem estava em conformidade com os objetivos do regime, não era transmitido.

Em janeiro de 1969, o Brasil entrava na era da comunicação espacial. A construção da rede nacional a transmissão por rede de microondas da Embratel permitiu entradas ao vivo por todo o país. Por meio de uma seqüência de postos repetidores, Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre e Curitiba se integraram à rede. Sodré (1977, p. 102) define rede de emissoras como “um tipo de organização empresarial monopolista, que possibilita uma concentração técnica e burocrática da produção. [...] A rede é também especialmente vantajosa para os investidores publicitários”.

O surgimento do *Jornal Nacional*, o primeiro telejornal exibido em rede nacional, no mesmo ano, consolidou o processo.

Os militares queriam mostrar que o Brasil era um país de primeiro mundo e montaram a Embratel. Nós imaginamos que a primeira utilização óbvia dos enlaces de microondas seria o jornalismo, e começamos a pensar num programa nacional. A primeira pessoa que nos incentivou foi José Ulisses Alvarez Arce, diretor comercial. Ele disse que seria um “prato cheio para os clientes”. Havia um interesse comercial muito grande e, paralelamente, pensávamos que seria um primeiro serviço que a

televisão prestaria, dando um passo além do simples entretenimento (BONI¹ in MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 28).

Na estréia do *Jornal Nacional* a Globo possuía, além da emissora do Rio de Janeiro, uma estação em São Paulo e outra em Belo Horizonte. Em seguida, dezenas de emissoras locais afiliaram-se e começam a veicular a mesma programação da Globo do Rio. Ao longo da década de 70, a emissora construiu rotas próprias para conduzir os sinais dos grandes centros até cidades menores (retransmissoras). Os bons resultados impulsionavam a Rede Globo (especialmente pela TV ter desbancado o rádio e o jornal na parcela de inserção publicitária) a investir em jornalismo, ainda mais com a chegada da cor à televisão em 1972.

Critérios foram desenvolvidos pela emissora para orientar a seleção e hierarquização das notícias de cada região. As matérias deveriam ser de interesse geral e não regionais ou particularistas. Não se poderia superdimensionar uma região em detrimento de outra, era necessário pensar na repercussão do assunto em estados diferentes. “Num país continental, com tantas diferenças regionais, era uma tarefa difícil, e a equipe teve que ir aprendendo aos poucos”. (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 39). Sodré (1977) exemplifica a situação e completa que um dado cultural não pode existir independentemente de sua situação característica de recepção ou de consumo.

Toda e qualquer mensagem é tributária das circunstâncias ou do protocolo de emissão/ recepção (produção e consumo). Uma lenda narrada por um contador de histórias numa tribo ou numa pequena comunidade, ao pé da fogueira, tem um vigor próprio atribuído pelo código oral de sua cultura. Através da tevê ou de qualquer outro *medium*, a mesma lenda não teria força nenhuma, assim como não costumam ter sentido os ritos da cultura popular nordestina exibidos no vídeo. (SODRÉ, 1977, p. 57).

Na cultura oral, o grande papel de emissor ainda cabia “aos pais ou à família, junto com os ensinamentos vinha toda uma carga afetiva e um contexto de grupo. Desse processo

¹ José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, junto com Walter Clark, foi responsável por transformar a Globo na primeira rede de televisão a interligar todo o Brasil.

nascia a capacidade individual de identificar-se a si próprio e ao seu grupo mais próximo [...]”. (GONTIJO, 2001, p. 231). Hoje a televisão acaba ocupando a função².

Na década de 70, surgiram alguns dos principais telejornais da Rede Globo, como o “*Bom dia São Paulo*, que seria a semente para outros programas congêneres nas emissoras filiadas à rede nos demais estados do país, com uma abordagem regional, e para o hoje consagrado *Bom Dia Brasil*”. (REZENDE, 2000, p. 118).

O sistema de rede estava consolidado desde 1970 com êxito. Em 1977, o Sistema Brasileiro de Telecomunicações por Satélite integrou-se ao Intelsat, consórcio usado para o tráfego de ligações telefônicas, de dados e de televisão.

O Intelsat (*International Telecommunications Satellite Organisation*), surgido em 1964 nos Estado Unidos, proporcionou mundialmente “um incentivo para um sistema que liga continentes e garantindo coberturas no mesmo dia praticamente de qualquer parte do mundo” (YORKE, 1998, p. 128). Internamente, em cada país, permitiu que a programação nacional fosse exibida simultaneamente por todas as emissoras que compunham a rede e possibilitou a divulgação das notícias de forma imediata e instantânea. “Além disso, a operação por satélite era muito mais confiável do que a por microondas. Era comum os *links* desarmarem no meio de uma transmissão.” (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 96-97).

Segundo Rezende (2000, p. 118), a consolidação do sistema de rede, na década de 1970 até meados da de 80, trouxe um “prejuízo irreparável às emissoras regionais”. “Por questões financeiras e mercadológicas, os concessionários de TV se viram forçados a abandonar suas produções locais, em meras estações retransmissoras da programação realizada invariavelmente no Rio de Janeiro e em São Paulo”. O autor completa que

Apesar dos noticiários locais, mantidos primeiramente mais para obedecer a orientações legais, o jornalismo regional perdeu importância e influência. Essa

² Um dos pesquisadores da Escola de Frankfurt, o filósofo e sociólogo alemão, Theodor Adorno, se aprofunda mais na questão ao analisar como estas instituições (família, escola, Igreja) são substituídas pela indústria cultural na internalização de valores, crenças, comportamentos.

realidade tornou-se ainda mais explícita ao se considerar a participação das notícias regionais nos telejornais de cobertura nacional. O regional só tem lugar com informações pitorescas ou catastróficas ou eventualmente nas edições de sábado. (REZENDE, 2000, p. 119).

O autor conclui que as condições citadas são conseqüentes da política de integração nacional pela televisão do governo militar, associado à burguesia nacional e ao capital estrangeiro. “Conseguia-se a unidade nacional pelas telenovelas e noticiários, ao mesmo tempo que a uniformidade cultural pouco a pouco afetava as manifestações regionais”. (REZENDE, 2000, p.119).

Benevenuto Jr. (2005) aponta que a implantação do conceito de jornalismo comunitário da TV pela Rede Globo não foi feliz num primeiro momento.

As relações do jornalismo da Globo com a temática comunitária – e as tentativas de assumir-se como comunitária – não foram imediatas, e dentro da perspectiva de alcance nacional (e em rede), as ações acabaram se perdendo na complexidade da produção de um informativo que se queria abrangente e capaz de oferecer um menu completo das notícias do dia. Assim essas inserções tiveram que ser adiadas por 19 anos, até que a Globo estruturasse sua rede de afiliadas. (BENEVENUTO JR., 2005, p. 229-230).

Para Caparelli (1982), o que falta é autonomia às redes regionais afiliadas, que utilizam a grade de programação nacional de uma emissora de TV em rede, através de contrato.

[...] as Redes Regionais não possuem autonomia em termos de programação. Isso não quer dizer que não tenham programas produzidos pela respectiva emissora-líder. Na verdade, o que ocorre é que tais redes dependem basicamente dos programas gerados pelas redes nacionais, que transmitem em cadeia ou retransmitem posteriormente. (CAPARELLI, 1982, p. 94).

Os motivos, segundo Scarduelli (1996, apud BAZI, 2001, p. 67), que levaram a Rede Globo a não ceder uma janela maior à programação regional, se devem à operacionalização da rede, em que uma afiliada não pode ter mais espaço que outra; e à preocupação com a qualidade, pois as emissoras regionais não produziriam com a mesma qualidade da rede, o que acabaria influenciando a audiência nacional.

2.2.1 O fortalecimento do jornalismo local

Em Santa Catarina, o ano de 1983 ficou marcado pela tragédia provocada por enchentes, a maior do século. Foi decretado estado de calamidade pública em algumas cidades, cujos moradores ficaram sem eletricidade, nem água para beber. Para retratar a situação, a Rede Brasil Sul (RBS) ficou 24 horas no ar informando e ajudando a distribuir os mantimentos doados pela população do país. (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 120). A tragédia fez com que Santa Catarina ficasse em evidência no noticiário nacional e acabou provocando comoção em todo o país.

No Paraná, o que aconteceu de relevância nacional nesse período foi o primeiro comício da campanha Diretas Já, em Curitiba, no dia 12 de janeiro de 1984. A participação de 50 mil pessoas marcou o lançamento nacional da campanha, mas a Rede Globo, ao contrário do que aconteceu em Santa Catarina, só acompanhou o comício pelos telejornais locais. O assunto não entrou nos telejornais de rede.

Achamos que os comícios pró-diretas poderiam representar um fator de inquietação nacional e, por isso, realizamos num primeiro momento apenas reportagens regionais. Mas a paixão popular foi tamanha que resolvemos tratar o assunto em rede nacional. (MARINHO apud MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 156).

Assim, hoje se considera como o primeiro grande comício das Diretas o realizado na Praça da Sé, em São Paulo, no dia 25 de janeiro, transmitido pelo *Jornal Nacional*. Um exemplo de que “é inevitável que o olhar sobre o país tenha a marca da Região Sudeste, com seus valores, costumes, práticas e ideário a respeito de outras regiões.” (ZANCHETTA JR., 2004, p. 28).

Enquanto os fatos nos estados fervilhavam, o jornalismo da Rede Globo foi dividido em dois setores: o comunitário e o de rede.

A separação entre jornalismo comunitário e de rede era uma tendência natural de organização do Jornalismo, pois a cobertura local tem pouco a ver com a cobertura nacional. Assim como os jornais de rede tinham um responsável encarregado de

toda a cobertura nacional, era importante que houvesse uma pessoa que coordenasse a cobertura local em cada praça. (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 122).

Foi criado o *Globo Cidade*, impulsionando o jornalismo comunitário, e os telejornais locais RJTV, SPTV, MGTV, NETV e DFTV. “É importante destacar que a produção local de jornalismo foi levada a cabo devido à insistência da RBTV, gaúcha, em reivindicar espaços para exibir seus próprios programas, como o Jornal do Almoço [...]”. (BENEVENUTO JR, 2005, p. 235).³

O padrão de qualidade da Globo foi levado para diversas praças, através do treinamento de jornalistas das afiliadas. A fala dos repórteres também acabou sendo uniformizada e os sotaques regionais amenizados. Segundo o *Manual de Telejornalismo*, de Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima (2002), os sotaques regionais dos repórteres devem ser respeitados e preservados, pois são formas de se falar o português no Brasil e pertencem à cultura do país.

É perceptível a constituição de uma identidade nacional ideal através da intervenção do jornalismo da Globo, pois ao fazer irradiar as informações dos grandes centros políticos e econômicos, ela forneceu elementos consolidantes de um tipo adequado de personagem, sobrepujando-o aos traços folclóricos e tradicionais de outras comunidades distantes desses lugares. (BENEVENUTO JR., 2005, p. 227).

Para monitorar e realizar reportagens nas diversas praças e nos escritórios do exterior foi criado o Centro de Produção de Notícias (CPN), no final dos anos 70, que estimulava o envio de material das emissoras afiliadas. “O CPN foi importante para fazer com que pequenas localidades brasileiras se fizessem mais representadas nos grandes programas do telejornalismo nacional”. (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 124). Nos anos 80, foi criada a Central Globo de Afiliadas e Expansão (CGAE), “responsável por viabilizar as emissoras locais em todas as necessidades, como: programação, engenharia e jornalismo”. (BAZI, 2001, p. 23). Bazi traça um paralelo com a atualidade.

³ O autor destaca que como o pedido partiu de uma afiliada, a Globo desconsidera o fato ao relatar a implantação do jornalismo local em sua grade.

A nova diretriz para as afiliadas globais é interagir e participar mais ativamente da vida da comunidade. O foco é estar presente no dia-a-dia das cidades que fazem parte da área de cobertura e destacar o que há de comum entre os habitantes. As ações de ligação com a comunidade refletem o envolvimento das emissoras regionais com seus mercados. (BAZI, 2001, p. 55).

Sob a direção de Evandro Carlos de Andrade na Central Globo de Jornalismo (CGJ), os telejornais comunitários passaram a investigar com mais profundidade e a cobrar as autoridades públicas, de acordo com os responsáveis pelos jornais. O SP-TV 1ª edição, surgiu em 1998, com o objetivo de incitar o debate sobre os problemas da cidade. O resultado foi que

Logo no primeiro mês, o índice de solução dos problemas apresentados foi bastante alto. Segundo Schroder [atual diretor da Central Globo de Jornalismo], mais de 90% dos primeiros casos levantados no telejornal foram resolvidos. O sucesso foi tanto que a CGJ resolveu, no ano seguinte, aplicar o mesmo modelo de jornalismo também no Rio de Janeiro e, depois, ampliá-lo para as afiliadas. Com o tempo, todos os telejornais locais passaram a ser dedicados a informações sobre cidadania, prestação de serviço e utilidade pública. (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 299).

O modelo de um telejornal que desse prioridade ao depoimento popular a respeito dos problemas da comunidade foi formulado pela primeira vez pela TV Cultura de São Paulo, em 1970. Era *A Hora da Notícia*, que passou a ser líder de audiência da TV Cultura. (REZENDE, 2000, p.112).

Segundo Alfredo Eurico Vizeu Pereira Jr. (2001), em *Decidindo o que é notícia*, a escolha de um telejornal local está relacionada com uma dimensão mais ampla que é a (re) valorização do regional num mundo globalizado. Ele revela, citando Antônio Calo Rodrigues, que o megaempresário da comunicação Rupert Murdoch, ao ser entrevistado no Brasil sobre qual a recomendação daria para um jornal ter sucesso, foi taxativo: *o que segura o jornal são as notícias locais. É isso que toca a vida das pessoas*. (RODRIGUES apud PEREIRA JR., 2001, p. 10).

Fora do jornalismo, a regionalização trouxe algumas possibilidades de acesso para as temáticas locais e comunitárias, mas nada que conformasse um espaço de longo duração na grade. A exemplo da RBSTV, as expressões locais, embora tivessem começado havia 30 anos, com o programa dominical matutino Galpão Crioulo (que exibe grupos de música gauchescas), passaram a ser mais constantes depois de 1992, quando a população independente de audiovisual voltou a contar com os incentivos financeiros provenientes das leis de isenção de impostos (renúncia fiscal). Essas iniciativas, entretanto, ficaram restritas às regionais (e a custo de muito negociação), cobrindo algumas reduzidas janelas da grade da cabeça de rede, que manteve

oficialmente apenas espaços para os noticiários locais. (BENEVENUTO JR., 2005, p. 235-236).

Com relação a outros programas culturais regionais, o antropólogo e consultor informal do Ministério da Cultura, Hermano Viana, coordena a iniciativa do *Brasil Total* da TV Globo. É um projeto de regionalização que trabalha com as afiliadas e com produtoras independentes e exibe matérias em vários programas da grade da emissora. No início do projeto, a equipe foi às ruas para entrevistar as pessoas sobre o que elas acham da televisão. Todas responderam que faltam programas educativos.

Como a TV está em todos os lugares, e a maneira como a gente pensa no Brasil envolve, necessariamente, a TV, acho que a nossa missão é inventar essa nova televisão popular de qualidade, que respeite a criatividade popular. O povo deve fazer TV, e essa é uma pré-condição para uma televisão mais rica. Isso não é demagogia. Eu não suporto ouvir dizer “Vamos levar cultura às favelas!”, como se a favela não tivesse cultura. A tarefa é diversificar ao máximo a oferta e a produção cultural, mostrar o que as pessoas nunca viram ali, mas também mostrar o que se produz ali. E não mostrar através dos nossos olhos, através de uma equipe de televisão que pousa lá de páraquedas. (VIANA in CARMONA, 2003, p. 92-93)

Mas o próprio Benevenuto Jr. (2005, p. 241) aponta que por várias questões práticas fica a cargo das emissoras regionais e afiliadas a função de buscar a identidade comunitária. “Isso ocorre não apenas por uma indisposição oriunda do rol de propósitos da empresa [...]: é pela própria característica de rede, que necessita montar uma grade que atenda a interesses múltiplos da audiência e do mercado”.

A doação de cultura pela televisão (sempre entendida como síntese dos meios de informação e da indústria cultural) atribui ao dado cultural um valor único de consumo⁴. O consumo da cultura torna-se acessível a todos, mas não a sua produção, cujo código torna-se cada vez mais distante e invisível. Excluído do *saber* da produção, o consumidor consola-se com a “igualdade” do dominado-recebedor (SODRÉ, 1977, p. 38).

Adiante, Sodré (1977) fala que a tendência sistemática a um sincretismo, resultante da mistura dos valores e ideologias ligadas às classes populares e às classes médias,

Leva a televisão a não poder exprimir claramente os valores de nenhuma classe em particular. Assim, ela é impelida a uma *homogeneização* dos diversos conteúdos culturais, isto é, a redução dos mesmos a modelos facilmente aceitáveis pelo

⁴ Este valor único não se refere ao conteúdo, mas à relação, que deve ser necessariamente de consumo.

público. Esses modelos de representações sociais têm fraca coerência fora do sistema de televisão. Isto implica em dizer que os modelos são criados pelo *medium* a partir de estereótipos culturais e devolvidos ao público na forma de uma relação impositiva, que é a relação televisiva. Para disfarçar a imposição, o sistema cria ficções do tipo “homem médio”, “opinião pública”, “gosto popular”, “características universais da Humanidade” e assim por diante. (SODRÉ, 1977, p. 78).

Assim, na grade da Rede Globo, no horário do meio dia, por exemplo, convencionou-se de serem exibidos os telejornais local e nacional, com um público formado por trabalhadores, donas de casa e estudantes.

2.2.2 O outro lado da moeda: a internacionalização da TV Globo

Ao mesmo tempo em que se fortalecia a implantação da rede interligando cada pedaço do Brasil, acontecia a internacionalização da TV Globo, pois uma “saída que o telejornalismo brasileiro buscou, durante vários anos, para contrabalançar as perdas causadas pelas sujeições que a censura impunha ao noticiário nacional, foi dinamizar a cobertura internacional”. (REZENDE, 2000, p. 116).

Nos anos 60, a tecnologia aproximava os povos do planeta em uma cobertura global, com um satélite sobre cada um dos oceanos. Dentro de cada país, intensificava-se o intercâmbio de informações entre regiões distantes. Na mesma década, Marshall McLuhan criou o conceito de “aldeia global”, antevendo novos tipos de relações entre os indivíduos a partir da revolução provocada pela mídia eletrônica.

Diante das transformações, traça-se um pequeno histórico de como a TV Globo se projetava para o que acontecia no mundo, sem nunca tirar os olhos de seu domínio em todo o Brasil⁵.

⁵ As informações e os dados históricos foram retirados do livro *Jornal Nacional: a notícia que faz história*, produzido pela Memória Globo.

Deduz-se que o grande marco do processo de internacionalização da emissora foi a exibição do homem chegando à Lua, no dia 29 de julho de 1969. Mais de 600 milhões de pessoas no mundo inteiro assistiram ao espetáculo ao vivo pela TV. Às 23h56, horário de Brasília, as imagens do astronauta Neil Armstrong foram exibidas nacionalmente sem interrupção. A transmissão teve forte impacto, a ponto de alguns telespectadores suspeitarem que se tratava de uma “armação” da TV Globo.

No processo de internacionalização, é curioso notar que a própria logomarca da TV Globo fosse um globo terrestre, assim como o símbolo inicial do Jornal Nacional. A marca do telejornal era composta pelo “JN” ao lado do globo terrestre com seus hemisférios. O cenário, formado por um fundo azul com as letras do telejornal em amarelo, condizia com o slogan *A notícia unindo seis milhões de brasileiros*. (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 34).⁶

O jornalismo internacional se fortaleceu diante das dificuldades políticas nacionais. Assim, deu-se especial atenção a esse campo jornalístico investindo-se na formação de correspondentes. E o intercâmbio de experiências com outros países por parte do Brasil, que tinha sua TV ainda engatinhando, fez com que o formato narrativo do telejornalismo norte-americano, apoiado no desempenho de vídeo dos repórteres, se tornasse o padrão dominante no país.

Em 1973, a Rede Globo assinou um contrato com a agência de notícias *United Press International* (UPI), que passou a enviar diariamente, do mundo inteiro via satélite, imagens para o JN. As transmissões via satélite da UPI garantiram a qualidade da cobertura internacional da Rede Globo e fizeram tanto sucesso que a emissora decidiu montar escritórios próprios no exterior. O primeiro foi inaugurado em novembro daquele ano, em

⁶ Os professores Luiz Paulo Maia, Carlos Rocha e Elza Oliveira contestam o dado de serem seis milhões de brasileiros. Eles afirmam ser 60 milhões.

Nova Iorque. O que ocorria antes da implantação dos satélites era que o material da UPI seguia de avião e chegava com até três dias de atraso em alguns casos.

Além de preencher o vácuo no noticiário nacional sob censura, a cobertura internacional não deixou de ter implicações políticas internas Brasil. Os brasileiros assistiam na TV a queda de velhas ditaduras, como a espanhola e a portuguesa, as eleições na Europa, a abertura na Argentina, a expansão democrática no mundo. Isso ajudava o país a refletir sobre sua própria situação.

Em 1977, um escritório da Rede Globo em Paris e outro na Alemanha foram montados. Buenos Aires e Londres também abrigaram um escritório, além de Nova Iorque. Em 1982, foi a vez de Washington.

Um marco recente da cobertura internacional foi o atentado às torres gêmeas do *World Trade Center*, em Manhattan, Nova Iorque, no dia 11 de setembro de 2001. A Rede Globo foi a primeira TV aberta brasileira a mostrar um *flash* do atentado terrorista nos EUA.

Às 9h52 – sete minutos após o choque do primeiro avião na Torre Norte – a emissora pôs no ar as primeiras imagens que chegavam da CNN, com narração de Carlos Nascimento. “No início todos achavam que se tratava de um acidente, e o primeiro plantão informou, apenas, que um avião se chocara com uma das torres do WTC” (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 337). Quando veio o segundo e chocou-se contra a Torre Sul do WTC os apresentadores e os demais responsáveis pela transmissão pensaram se tratar “de uma reprise do primeiro acidente ou de uma cena de um filme que a CNN estava usando para ilustrar a transmissão” (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 338).

3 CULTURA + TV= INDÚSTRIA CULTURAL?

No contexto dos *cultural studies*⁷, a definição de cultura atravessa todas as práticas sociais. “Cultura não é uma prática, nem é simplesmente a descrição da soma dos hábitos e costumes de uma sociedade. Passa por *todas* as práticas sociais e é a soma das suas inter-relações”. (HALL, 1980, apud WOLF, 1995, p. 94).

Wolf (2003, p.103) explica que no conceito de cultura “cabem tanto os *significados* e os *valores* que surgem e se difundem nas classes e grupos sociais, quanto as *práticas* efetivamente realizadas, por meio das quais valores e significados são expressos e nas quais estão contidos”. [grifos do original]. Ainda segundo o autor, os meios de comunicação de massa agem como elementos ativos das construções coletivas, adquirindo um importante papel nesse contexto.

A proposta dos estudos culturais é olhar a cultura não como um fenômeno isolado, mas a partir do estudo da relação entre comunicação e cultura, com os sujeitos manifestando diferentes práticas simbólicas. Na América Latina, o ponto de partida destes estudos são as formas culturais contemporâneas dentro do capitalismo, com a cultura popular fortemente inserida na pesquisa.

[...] uma combinação de fatores propiciou condições para a emergência dos estudos culturais na América Latina. De um lado, eventos próprios aos contornos das nações – a efervescência social, a consolidação de mercados culturais e, também, o desenvolvimento de algumas indústrias culturais regionais (principalmente, a brasileira e a mexicana) que extrapolaram as fronteiras nacionais – contribuíram para a formação dessa perspectiva. De outro, a situação internacional, isto é, o processo de globalização e seus efeitos nas esferas econômica, política e cultural, também, exerceu influência. É na convergência do processo de globalização com o movimento de intensa transformação da arena política local que uma valorização diferente que pode ser considerado como cultural germina”. (ESCOTEGUY, 2000, p. 5).

⁷ A teoria da mídia *cultural studies* surgiu na Inglaterra entre a metade dos anos 50 e os primeiros anos da década de 60 e passou a ser encontrada nos anos 80 na América Latina, com a denominação de estudos culturais.

Hoje, no contexto latino-americano, estes estudos procuram abordar as identidades culturais. Dentro das práticas produtivas que vinculam ou liberam as mensagens,

a complexidade da reprodução cultural passa para primeiro plano, do mesmo modo como é ilustrada a conexão fundamental entre o sistema cultural dominante e as disposições dos indivíduos. O comportamento do público é orientado por fatores estruturais e culturais que, por outro lado, influenciam o conteúdo da mídia; justamente pela capacidade de adaptação e de aglomeração destes últimos. Além disso, esses fatores estruturais favorecem a institucionalização de modelos “aprovados” de uso dos meios de comunicação de massa e de consumo das construções culturais. (WOLF, 2003, p. 104).

Na Antropologia, a cultura é pensada como modo de vida. Sodré (1977, p. 119-120) define cultura como “o conjunto das relações de sentido (atualizadas em comportamentos, normas, valores) presentes em todas as instâncias de uma formação social. [...] Mas é preciso frisar que a cultura dominante numa formação social é sempre a cultura da classe dirigente [...]”. Ele exemplifica que no nordeste, região que evidencia a pluralidade cultural brasileira, ficaria impossível uniformizar a realidade sócio-cultural local com a da sociedade global.

Entrando no campo da Sociologia, Anthony King (1997 in DUARTE, 1998, p. 31) observa que a idéia de cultura está ligada ao particular, a hábitos e valores de determinada região ou grupo que são necessariamente menores que o todo.

Para Renato Ortiz (1988, p. 146), a cultura dentro de uma indústria cultural passa a ser concebida como investimento comercial. “Eu diria que a cultura, mesmo quando industrializada, não é nunca inteiramente mercadoria, ela encerra um ‘valor de uso’ que é intrínseco à sua manifestação”. O autor complementa que “a análise da problemática cultural deve levar em conta o movimento mais amplo da sociedade, e, ao mesmo tempo, perceber a cultura como um espaço de luta e de distinção social”. (Ortiz, 1988, p.147).

Sodré (1977) aponta que os *mass-media* processam a cultura industrial, homogenizante, a partir da cultura erudita e da cultura popular.

Variações culturais tendem a ser absorvidas e manipuladas pelo *medium*. É o caso da literatura de cordel nordestina, dos violeiros, do samba de morro carioca etc. A *canção*, que num passado bem recente era de produção *predominantemente* popular, tende a ser açambarcada pelos modelos industriais, aos quais podem aderir com

rapidez os universitários ou as pessoas *letradas*. (SODRÉ, 1977, p. 128-129) [grifos do original].

A mesma Cultura Industrial, denominada por Umberto Eco (1994 apud GONTIJO, 2001, p. 231) de Cultura de Massa, foi descartada pelo autor como a imaginada pelos “críticos apocalípticos das comunicações de massa, porque esse modelo compete com os outros (constituídos por vestígios históricos, cultura de classe, aspectos da cultura transmitidos pela educação), etc.” Também Ortiz (1988, p. 148) parece ter uma posição mais otimista ao afirmar que “a indústria cultural age como uma instituição disciplinadora enrijecendo a cultura”.

O rompimento da identidade cultural pelos meios de comunicação de massa está ligado ao conceito de Indústria Cultural, empregado pela primeira vez em 1947. Estes meios “ajudam a quebrar a identidade cultural na medida em que recolhem os produtos de seus lugares de origem e os multiplicam em grande quantidade, vendendo-os ou transmitindo-os a milhares de pessoas em territórios e regiões diferentes”. (MARCONDES FILHO, 1988, apud GRILO e SÁLVARO, 2005, p. 22).

Do ponto de vista da classe dominante, a indústria cultural senta-se como instância apta a propiciar o conjunto de meios necessários à difusão generalizada da cultura da coalizão dominante. Primeiro, por ser capaz de permitir a instauração de um amplo processo de ação pedagógica, cuja execução está a cargo dos “mass media”, com baixos custos relativos, elevado rendimento simbólico e persuasão durável. Segundo, capaz de oferecer uma imagem unificada das “terras brasileiras”, ou seja, do mercado capitalista onde se forma o valor do capital econômico e cultural de cada classe da estrutura social. (MICELI, 1972, apud CAPARELLI, 1982, p. 33).

Também sobre as comunicações de massa, Mauro Wolf (2003) aponta uma realidade feita de aspectos diversos. Alguns deles seriam que

os meios de comunicação de massa constituem, ao mesmo tempo, um setor industrial de máxima relevância, um universo simbólico que é objeto de consumo em grande escala, um investimento tecnológico em contínua expansão, uma experiência individual cotidiana, um terreno de conflito político, um *sistema de mediação cultural e de agregação social* [grifo nosso], uma maneira de passar o tempo etc. (WOLF, 2003, p. IX).

Recortando deste cenário a televisão, Robison (1975 apud KUNCZIK, 2002, p. 275) expõe que a TV fez surgir uma “audiência inadvertida, uma porção grande e amorfa da

audiência de massa, que não lê as notícias do dia mas se contenta em escutá-las ou vê-las se nisso encontra entretenimento”, um efeito proporcionado pela linguagem coloquial.

Ao fazer a mensagem acessível ao maior número de pessoas, atinge-se assim o propósito máximo da comunicação de massa, segundo Rezende. “Uma mensagem acessível do ponto de vista intelectual – pela clareza das informações divulgadas – e emocional – pela simulação de um contato interpessoal, próprio da função fática da linguagem, tocando efetivamente o telespectador”. (REZENDE, 2000, p. 97).

Sodré (1977, p. 128-133) avalia a situação da comunicação e da cultura no Brasil a partir de algumas premissas:

1. *A ação do sistema televisivo é decididamente predatória com relação às formas populares de cultura;*
2. *O monopólio da fala pelo sistema televisivo exerce a função de neutralização das possibilidades de expressão popular;*
3. *Os valores culturais alternativos só podem ser percebidos pela tevê na forma de clichês exótico-pitorescos;*
4. *As variações culturais são encaradas como formas marginais de existência.*

O autor conclui que há uma exclusão social no Brasil: uma minoria da população nas grandes cidades concentra a renda no país, enquanto o interior fica fora dos benefícios do crescimento econômico. “Assim, para conquistar a audiência popular das grandes cidades, a televisão brasileira, capitaneada pela TV-Globo, passou a acionar o lado arcaico da vida nacional, representado pela permanência de aspectos simbólicos interioranos (agrícolas) na esfera urbana tecnologizada”. (SODRÉ, 1977, p. 103). Sodré (1977, p. 104) complementa que “o universo oral da cultura popular foi retraduzido pelo código eletrônico para o público urbano, como se fosse uma realidade distante, anômica ou monstruosa”.

Em suas origens, o aparelho de tevê significaria a contradição entre campo e cidade, entre pobres e ricos, mas agora a indústria precisava uma vez mais da “mão de obra de reserva”, para acumular um novo tipo de excedente: o de audiência, constituído

pela “mais-valia” da palavra. Foi assim que os grupos C e D da população urbana (assalariados de base, trabalhadores independentes, migrantes, favelados) passaram a interessar à empresa de televisão. (SODRÉ, 1977, p. 103).

E assim que a TV conquistou esse público, ela pôde voltar-se novamente aos telespectadores das classes mais elevadas.

Foi a própria tevê que “fabricou” o público de que necessitava como audiência-base. Tendo atingido o seu objetivo (o domínio da audiência por uma rede de caráter monopolístico [...]), o sistema televisivo passou a impor uma nova fórmula: o “padrão-globo de qualidade”. Voltaram, assim, ao vídeo, aspectos da doutrina culturalista das origens, misturados às irreversíveis diretrizes publicitário-demagógicas. (SODRÉ, 1977, p. 108).

A partir de 1969, segundo Sodré (1977), uma função educacional ou culturalista para a televisão começa a ser reivindicada com insistência pela imprensa, educadores e intelectuais brasileiros. Desejava-se a própria culturalização do sistema televisivo comercial. No quadro atual, sob o aspecto mercantil, Pereira (2001, p. 37) revela que o meio cultural e educativo aparece em segundo plano na TV. Na frente está o entretenimento e informação, inclusive na Europa.

Ainda sobre o momento contemporâneo - a cultura moderna -, John B. Thompson (1995), que aponta a concentração, a diversificação, a globalização e a desregulamentação como tendências resultantes das mudanças na economia política, conclui:

Vivemos, hoje, em sociedades em que a difusão de formas simbólicas através dos meios eletrônicos se tornou um modo de transmissão cultural comum e, sobre certos aspectos, fundamental. A cultura moderna é, de uma maneira cada vez maior, uma cultura “eletronicamente mediada”, em que os modos de transmissão orais e escritos foram suplementados – até certo ponto substituídos – por modos de transmissão baseados nos meios eletrônicos. (THOMPSON, 1995, apud PEREIRA, 2001, p. 34).

Na ficção das novelas da Rede Globo, segundo Bolaño (2005), a cultura brasileira está presente na caracterização de personagens: no caipira, na nordestina; assim como a cultura de outros países: o italiano, o marroquino. Só que o foco principal acaba sendo o Brasil carioca. “Uma espiral infinita de manipulação da cultura popular, que permite transformar boa parte das energias humanas da multidão em mercadoria, pela ação do trabalho vivo, subsumido no capital cultural”. (BOLAÑO, 2005, p. 32).

As novelas lançam moda no país inteiro, produzindo “uma homogeneização do sentir e da forma de expressão estética e oral. Um verdadeiro processo de aculturação que influía no simbólico e no concreto e prestava o desserviço de pasteurizar uma de nossas maiores riquezas: a pluralidade cultural brasileira”. (GONTIJO, 2001, p. 240). Com o passar do tempo, o telespectador acaba se identificando cada vez mais com os personagens da ficção. Mas antes de impor modelos de comportamento e de linguagem, a Rede Globo “teria sido responsável pela construção da identidade nacional contemporânea, oferecendo uma espécie de ‘fio-condutor’ para a sociedade”. (ZANCHETTA JR., 2004, p.122).

Entrando no campo jornalístico (se bem que “os telejornais são constituídos seguindo de perto as regras novelescas, inclusive seus traços melodramáticos”. (ZANCHETTA JR., 2004, p. 101)), Luiz Gonzaga Motta (apud PEREIRA, 2001, p. 13) aponta que a divulgação cotidiana de notícias ajuda a construir imagens culturais que edificam todas as sociedades. Assim, ao circularmos por diferentes culturas, acabamos transportando nossos hábitos cultivados e partilhamos as imagens produzidas pelos meios de comunicação de massa. “[...] Colocamo-nos diante de um Eu multifacetado, que lida com os valores globais ao mesmo tempo em que carrega valores da sua cultura de origem. O habitante da aldeia global olhou-se no espelho e viu-se em laços multiculturais”. (DUARTE, 1998, p. 44).

Em suma, tratar de cultura nos tempos atuais exige estudá-la como um processo dentro da globalização, esta que segue fora dos limites das fronteiras nacionais. “Estamos menos interessados no ato da comunicação do que em examiná-lo como um todo em relação ao processo social global”. (LASSSWELL, 1948, apud KUNCZIK, 2002, p. 71).

3.1 DO GLOBAL AO LOCAL

Não se pode desprezar a relação da mídia com a globalização. Segundo Laurindo Leal Filho (in SOUZA, 2005, p.13), a televisão chegou ao final do século passado como o mais importante elemento estrutural do capitalismo e, ao ausentar-se do processo, poderia levar o sistema abaixo. “É ela que acelera a relação produção-distribuição-consumo, fazendo girar com grande rapidez a força motriz do sistema. E não o faz apenas como veículo propagandístico de produtos e serviços, mas reforça e dá sustentação a esse papel inculcando valores, hábitos e modos de vida”.

O processo de valorização no campo da televisão comercial, de acordo com Pereira (2001), apresenta uma série de características que favorecem os movimentos atuais de capitais em direção à televisão. “Isso tem determinado uma série de mudanças no próprio sistema: *descentralização, internacionalização, multiplicação de canais*, privatização da exploração de redes, rentabilização de cada emissão e atuação multimídia”. (PEREIRA, 2001, p. 37-38) [grifo meu].

Na onda de globalização da mídia, é possível que um mesmo veículo de comunicação circule mundialmente, com as mesmas informações, fotos e projeto gráfico, através de traduções regionalizadas. Também as agências de notícias mundiais são consumidas internacionalmente.

Um dos aspectos que facilitaram a exportação e a importação de produtos de mídia foi a falta de exigência, por parte do público, de que as empresas de comunicação que distribuem os produtos impressos ou eletrônicos fizessem adaptações de acordo com as regiões, bem como uma aceitação quase amorfa do que é lido, ouvido ou assistido. (SOUZA, 2005, p. 16).

Globalização é, nas palavras da professora Maria Regina Ribas,⁸ um processo de integração mundial que vem ocorrendo em vários níveis das atividades humanas, das quais se destacam os setores de comunicação, economia, finanças, negócios e educação. Trata-se de um processo que não tem volta e que vê na comunicação seu carro-chefe.

Para isso, a pesquisadora traça um perfil do contexto atual, embasada nos estudos de José Terra, cujas características principais seriam: reorganização mundial; expansão científica e tecnológica; mudança na sociedade e no mercado; crise econômica e social; novas políticas educacionais; e competição institucional. “O desafio do mundo contemporâneo é não perder sua identidade”, aponta a professora.

Anthony Giddens (1990 apud SOUZA, 2005, p. 36) define globalização como a intensificação das relações sociais mundiais que ligam lugares distantes, de tal modo que acontecimentos locais podem ser influenciados por eventos que estão ocorrendo a centenas de quilômetros de distância. Assim, megaconglomerados de mídia, interligados por um sistema de satélites de distribuição e troca de materiais jornalísticos, formam um cenário monopolizado que impulsiona a uma tendência à homogeneização (se consegue concretizar essa homogeneização ou não é uma questão que diverge opiniões entre os pesquisadores).

Ao influenciar na integração dos povos, as redes de televisão fornecem produtos com aceitação mundial e participam dos interesses das nações hegemônicas, na opinião de Souza (2005, p. 39). Na definição do autor, hegemônica “é toda imagem da realidade, toda visão do mundo que *expressa os interesses* dos que detêm os meios de mando ou dominação e

⁸ Palestra de Maria Regina Ribas, diretora adjunta do curso de Comunicação Social e coordenadora dos cursos extensão de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, realizada no dia 18 de set. 2006, no I Ciclo de Palestras RPC/PUC de Jornalismo Impresso.

apropriação” [grifos do original]. A informação desponta como elemento vital para as estruturas sociais de desenvolvimento do poder.

No intercâmbio de notícias no planeta, as três maiores agências são a WTN (*Worldwide Television News*, formada pela UPITN, de propriedade da *United Press International*, e pela *Independet Television News*, baseada em Londres), a *Visnews* (formada pela *Reuters*, BBC e NBC), e a *CBS Newsfilm*. (SOUZA, 2005, p. 53). Grandiosos também são os canais de televisão CNN, Fox News e BBC.

Na sua obra de 1977, Sodré informava que para 100 horas de transmissão de TV, apenas 30 eram de assuntos brasileiros. “Os seriados norte-americanos [...], que contam com mais de 400 milhões de telespectadores em 79 países do Ocidente, reforçam aqui modelos de vida completamente alheios à realidade da cultura brasileira” (SODRÉ, 1977, p. 117). O autor aponta que o efeito hegemônico ocorre nas estruturas econômica e social brasileiras.

O moderno desenvolvimento dos meios de informação implica na constituição de um *sistema* que supõe, do ponto de vista dos meios de trabalho, formas de reprodução e difusão baseadas em tecnologia avançada. Sua função no jogo das classes sociais é produzir hegemonia ideológica ou dominação cultural. E este efeito, no interior do modelo econômico-social do Brasil, tem representado um valor real no processo de acumulação do capital, na medida em que equivale a um trabalho socialmente necessário para a reprodução das condições produtivas dominantes. (SODRÉ, 1977, p. 84).

De forma geral, o sistema da mídia internacional é baseado na troca, em que as grandes agências fornecem as notícias regionais às emissoras locais de todo o mundo e vice-versa. A globalização dos meios de comunicação, no caso a TV, é problemática porque insere “[...] questões como integração, fragmentação, nacionalismo, regionalismo, racismo, etc. aí entra a visão do imperialismo norte-americano, que, por meio de sua dominação econômica e política, estenderia sua cultura hegemônica a todas as regiões do mundo”. (SOUZA, 2005, p. 17-18).

O jornalismo na TV, dentre todos os gêneros exibidos pelo veículo, tem um papel peculiar no processo de globalização ao reportar o que acontece no mundo todo. No retrato do

real, o telejornal é, na grande maioria das vezes, o principal instrumento de percepção de mundo do telespectador. E o público acabará transportando o que viu para suas conversas cotidianas.

A televisão de alcance mundial, viabilizada pela tecnologia de satélites, assume um papel significativo na construção da opinião pública internacional. O processo de globalização do jornalismo eletrônico está crescendo e promovendo um grande impacto em vários sistemas. Não se trata de uma revolução propriamente dita, mas os caminhos para compreender o processo de globalização da televisão são semelhantes a outras revoluções da história. (SOUZA, 2005, p. 28).

Já os estudos culturais lutam contra a versão da hegemonia produzida pela mídia sobre os cidadãos. A corrente de pensamento vai contra a chamada teoria conspirativa dos *mass media* de controle social e busca estudar os processos pelos quais os meios reproduzem a estabilidade social de forma dinâmica. Um cenário em que o conceito de hegemonia é repensado em termos de “uma sociedade que não tem um só centro, como dizem os pós-modernos, e na qual a vida cotidiana tem um papel muito mais importante na produção incessante do tecido social” (MARTÍN-BARBERO, 1991, in SOUSA, 1995, p. 59). Os estudos culturais salientam o caráter complexo das criações culturais coletivas, um processo que é não visto mecanicamente.

Entendo modelo mecânico como sendo aquele em que não há nem verdadeiros atores nem verdadeiros intercâmbios. É o modelo em que comunicar é fazer chegar uma informação, um significado já pronto, já construído, de um pólo a outro. Nele, a recepção é um ponto de chegada daquilo que já está concluído. Ele leva a uma confusão epistemológica muito grave. Estaríamos confundindo, permanentemente, a significação da mensagem com o sentido do processo e os das práticas de comunicação, como também reduzindo o sentido destas práticas na vida das pessoas ao significado que veicula a mensagem. (MARTÍN-BARBERO, 1991, in SOUSA, 1995, p. 40).

Na história, foram as Nações-Estado as responsáveis pela demarcação de fronteiras, que definiam o interno e o externo. Renato Ortiz (apud DUARTE, 1998, p. 31) aponta também os anos de imperialismo, onde havia claramente partes difusoras culturais e outras, periféricas, que absorveriam essa cultura – muitas vezes tendo sua cultura específica dizimada. Havia um limite entre o interno e o externo, o centro e a periferia. A partir de 1960,

o satélite de comunicações deu impulso ao processo de transnacionalização, rompendo esta barreira entre o interno e o externo.

Duarte (1998) resgata que desde o final dos anos 80, com o término da geopolítica internacional bipolar, entre os EUA e a então URSS, emergiram as manifestações culturais de povos e regiões, antes acobertadas por uma dicotomia ideológica. Os fatores locais ressurgiram e puderam ser vistos internacionalmente pelos meios de comunicação. “Esse alcance era proposto por McLuhan, mas apenas após o rompimento da política bipolar é que identidades nacionais, regionais, étnicas e religiosas retomaram voz”. (DUARTE, 1998, p. 28).

Na era Pós-industrial há a intensa circulação de informações e mercadorias em transmissões via satélite. Veiculados pelos meios de comunicação de massa, os produtos e modos são os mesmos para todo o mundo. Isso faz com que as fronteiras já não sejam apenas espaciais, mas também temporais, informacionais e tecnológicas.

É neste momento que a tecnologia propicia aos telespectadores saber o que se passa do outro lado do mundo e conhecer as várias culturas e costumes, muitas vezes estereotipadas pela mídia. “A nova interdependência eletrônica recria o mundo da imagem de um vilarejo global”, McLuhan, *The Gutenberg Galaxy*.

Como aponta Benevenuto Jr. (2005), certamente o que a própria comunidade internacional tem como imagem da comunidade brasileira foi passado pela TV. E sendo a Rede Globo a principal emissora brasileira, com seu conteúdo transmitido para vários países do mundo, especialmente suas novelas, mais uma vez a emissora pratica o conceito de rede, ao levar a alguém do outro canto do mundo o que acontece em âmbito local.

Na segunda metade do século passado, a opinião pública passou a receber tanto uma informação do lado de sua casa quanto de uma tragédia de qualquer canto do planeta.

Imersas em informações de diversas fontes, as pessoas estavam mais em contato com as mensagens veiculadas pelo rádio, televisão, publicidade e revistas do que com o que ocorria na sua cidade, no seu bairro, na sua casa. O imaginário de

comunicação de massa foi se fortalecendo perante as referências políticas e geográficas mais próximas, personalidades e hábitos de regiões longínquas tornavam-se mais presentes, no cotidiano dos indivíduos, de pessoas conhecidas ou que podiam realmente atuar na vida deles. (DUARTE, 1998, p. 40).

Vários fatos mundiais podem ser citados que, de tão divulgados que foram pela imprensa, soam com certa familiaridade, apesar de terem acontecido num lugar que talvez o telespectador nunca visitou. “As imagens desses fatos, de tão perto, deixam a sensação em quem está tão longe de que a história é onipresente e pode ser vivida por qualquer um, em qualquer lugar, a qualquer momento” (WILSON in VÁRIOS AUTORES, 2004, p. 61). Um exemplo seria o atentado contra o *World Trade Center*, em 11 de setembro de 2001, cuja data acabou sendo incorporada ao calendário mundial e a cada ano a tragédia é lembrada.

Por conta de seu alcance mundial, simultâneo e imediato, a TV já é vista como o meio de comunicação de maior poder de influência. “A informação é agora imediatamente disponível para os públicos consumidores por todo o globo [...]. O tempo e o espaço não se acham mais restritos à troca de informações. A aldeia global de McLuhan é tecnicamente realizável” (SOUZA, 2005, p. 38). Rezende (2000, p. 70) concorda com a idéia da viabilidade da “aldeia global” ao afirmar que o espaço é um obstáculo superado pela TV. “A comunicação eletrônica propicia, assim, o rompimento das fronteiras lingüísticas e culturais [...]”.

Na implantação do conceito de rede, com a Globo como ícone no Brasil, um segundo momento de globalização aconteceu com a TV a cabo. Ocorre o fenômeno de segmentação aos públicos culturais afins, o que vem de encontro com o pensamento de Benvenuto Jr. (2005, p. 226), de que “é importante, para a sobrevivência das comunidades, a ligação e o compartilhamento com seus pares, mediada pela tecnologia”. A TV fechada expande-se nos Estados Unidos, em diversos países da Europa e também no Brasil.

As TVs a cabo, com equipamentos de captura e difusão de imagens a um custo bem mais baixo do que as grandes redes de televisão, permitem que grupos menores, com identidades sociais, culturais, políticas ou religiosas próprias, produzam e divulguem

seus próprios programas. Com isso, podem atingir comunidades próximas, com características semelhantes. E também fazer parte de um sistema global de televisão a cabo, alcançando grupos similares que se encontram em outras partes do mundo e dando-lhes acesso a programas afinados à sua cultura, ao invés de se submeterem ao padrão das grandes redes. (DUARTE, 1998, p. 32)

“Mas quem tem acesso a esses canais?”, pergunta Rezende. Ele responde: “Somente uma pequena parcela da população, porque a grande maioria se liga mesmo nas chamadas TVs abertas”. (REZENDE, 2000, p. 28). A concentração da mídia em conglomerados, sendo o capital o elemento de decisão do mundo político, é o que caracteriza a atual fase da globalização, segundo Souza. “A cultura, a educação, a política e a comunicação passaram a fazer parte da mundialização e da globalização”. (SOUZA, 2005, p. 73).

4 A MEDIAÇÃO DO GLOBAL COM O LOCAL

As mudanças em curso favorecem o fortalecimento das relações globais e o ressurgimento de propriedades locais. Se “na geopolítica da imprensa, *grosso modo*, quanto mais distante dos centros de decisão, menor a chance de um fato se transformar em notícia” (ZANCHETTA JR., 2004, p. 17), o público passou a sentir necessidade de saber o que acontece a poucos quilômetros de distância de sua casa. Assim, a globalização acabou proporcionando a necessidade de busca do local, de vital importância para as comunidades. De acordo com Mario Gutiérrez Olórtégui (1996, p. 34, apud CABRAL E CABRAL FILHO, 2004), essa busca é uma necessidade criada pelo global, resultando do mesmo processo, pois um não se realiza sem o outro.

Creemos finalmente que estas interrelaciones entre lo local-regional-global permiten entender las formas de un mercado informativo que, fabricando un imaginario desterritorializado de la realidad global, hace evidente su necesidad de exportar al mismo tiempo imágenes territorializadas y reivindicadoras de la realidad local, aunque ambas se presentan descontextualizadas, desencajadas y estandarizadas para facilitar su integración con otras imágenes del mundo

Em seu texto *O local e o global nos estudos latino-americanos de recepção*, Maria Immacolata Vassallo de Lopes (1996) coloca que estas duas dinâmicas (globalização e localismo) “simultânea e contraditoriamente atravessam a cultura contemporânea”. Já Nestor Canclini (1995), em sua obra *Consumidores e cidadãos*, aponta que

Simultaneamente à desterritorialização das artes há fortes movimentos de reterritorialização, representado por movimentos sociais que afirmam o local e também por processos de comunicação de massa: rádios e televisões regionais, criação de micromercados de música e bens folclóricos, a ‘desmassificação’ e a mestiçagem dos consumos engendrando diferenças e formas locais de enraizamento. (CANCLINI apud PEREIRA, 2001, p. 10-11).

A construção do mundo globalizado passa pela revisão e fortalecimento de laços regionais, de propriedades políticas e culturais locais, segundo Duarte (1998). E em vez de pensar o local a partir das estruturas globais, inverte-se a situação para estudar quais

elementos estão estritamente locais e como cada região exerce o seu papel no universo globalizado.

No mundo contemporâneo assistimos ao rompimento do ideal da aldeia global de McLuhan, na qual uma gama de informações diferentes atingiria a todos. [Paul] Virilio observa que, com a expansão das redes globais de informações, ao contrário de uma “sociedade da luzes” mediática, vemos despontar diferenças locais que atingem uma escala global. (DUARTE, 1998, p. 37).

O ideal de McLuhan⁹, a que se referiu Duarte, diz respeito à passagem de uma civilização moldada pelos padrões da comunicação impressa para a de supremacia dos meios de comunicação de base eletrônica, ou seja, a fase contemporânea, quando o mundo adquiriria um aspecto comunitário.

De uma comunicação fragmentada, linear, de propagação lenta e de caráter individualizante (à qual corresponde, no plano sócio-político, o Estado nacional moderno e, no plano econômico, a Revolução Industrial) passa-se para outra, integrada, não-linear e de propagação instantânea (mítica) e de caráter comunitário (todos participam da vida de todos, e o envolvimento social é global: é a fase da sociedade mundial no plano sócio-político e da automação no plano econômico). O mundo transforma-se num grande “vilarejo”; há uma “tribalização” em escala ecumênica. (CONH, 1987, p. 366).

De toda a influência gerada pelas agências de notícias internacionais, segundo Souza (2005), existe o fenômeno da recepção, que não é visto como homogêneo. “Mesmo com todo o poder de penetração e divulgação dos assuntos da cultura hegemônica, a recepção não é homogênea: cada local compreende a mensagem de acordo com sua cultura” (SOUZA, 2005, p. 60).

À isso, Souza associa a noção de “glocal”, numa referência à junção entre o global e o local. “Essa palavra nova, fruto de recíprocas contaminações entre global e local, foi forjada justamente na tentativa de captar a complexidade dos processos atuais. Nela foi incorporado o sentido irrequieto do sincretismo. O sincretismo é glocal” (CANEVACCI apud SOUZA,

⁹ Com relação às diferenças regionais, o próprio McLuhan, propulsor da aldeia global unificada, sentiu o que isso significava na prática. Enquanto nos Estados Unidos encontrava seus maiores adeptos, na Europa recebia críticas cerradas. Pode-se suspeitar que se o canadense tivesse desenvolvido seus estudos no continente europeu certamente não teria tido tanta repercussão quanto teve na América do Norte.

2005, p. 60). De acordo com o autor brasileiro, os canais de notícia internacional se aproveitam muito bem deste recurso.

Essa junção global-local é o principal ingrediente da massa que compõe a agenda da mídia internacional. Os canais de notícias utilizam tal ingrediente para obter o interesse da audiência mundial por TVs a cabo locais. Festas populares, figuras inusitadas e pitorescas, atos de governo e acidentes são assuntos de interesse local que passam por uma formatação global¹⁰. Cada vez mais o “glocal” ganha espaço, por conta da resistência apresentada pela cultura local que interessa ao mundo global. (SOUZA, 2005, p. 60).

Foi a partir do início dos anos 80 que o processo de regionalização pôde ser visto. Hoje a tendência à regionalização da mídia se configura como uma aspiração do povo, um anseio da comunidade em resgatar hábitos e costumes, pois o desenvolvimento global tem por base a existência de comunidade. “A comunidade representa a formação de grupos cujas regras de convivência são estabelecidas com base em códigos lingüísticos e de conduta sociopolítica, da territorialidade e dos interesses sociais, políticos e econômicos, para garantir a sobrevivência”. (BENEVENUTO JR., 2005, p. 226).

Mas as comunidades de hoje não ficam imunes ao elevado estágio do capitalismo contemporâneo e às “formas de comunicação que se estabeleceram para atender às demandas de acumulação do capital, especialmente originadas das redes viabilizadas pela tecnologia comunicacional da qual dependem os processos de desenvolvimento do mercado global”. (BENEVENUTO JR., 2005, p. 226).

Por causa disso, Fernandes (1998, p.20, apud CABRAL e CABRAL FILHO, 2004) aponta a importância do conteúdo da programação regional em representar o anseio da comunidade, gerar novos conhecimentos e resgatar hábitos e costumes. “A ‘massificação da cultura’ trouxe o perigo da sua própria descaracterização. Hoje, mais do que nunca, a mídia regional tem a função e a responsabilidade de consolidá-la. Neste processo de consolidação, a

¹⁰ Nestor Garcia Canclini, Cultura y comunicación: entre lo global y lo local.

prospecção de novos mercados será fundamental, assim como já foi no início”. No surgimento das redes regionais, os pequenos empresários começaram a anunciar e não demorou para que os donos das emissoras percebessem que tratava-se de um negócio lucrativo.

É no jornalismo regional que “a identidade de uma região é representada, porque a mídia interiorana incorpora elementos típicos da cultura local na transmissão das informações” (MARTINS e SILVA). E o jornalismo regional precisa ser estudado dentro de suas características ligadas em fatores econômico (concentração das empresas de comunicação na mão de poucos), político (o contato com o poder público local na busca da solução de problemas) e cultural (hábitos em comum dos povos que se relacionam).

Uma pesquisa feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, de Informações Básicas Municipais, em novembro de 2003, segundo Gustavo Barreto, revelou que somente 8% dos municípios geram os programas de TV assistidos no Brasil inteiro.

Isto é muito grave para o jornalismo regional, pois nos diz que 92% dos municípios, a maior parte resguardando evidentemente as tradições culturais deste país, são apenas espectadores do processo. Estes dados de fato nos dão um quadro fiel do que ocorre na nossa democracia formal, no qual a população é apenas objeto, e não sujeito de suas ações. A produção de informação é um dos pilares do desenvolvimento de uma Nação exatamente por ser uma das mais importantes arenas de debate sobre os grandes temas culturais, políticos, sociais etc. (BARRETO, 2004)

Correia cita como age a imprensa regional em Portugal:

Pensamos que na Comunicação Social Regional portuguesa, sobrevivem alguns dos traços típicos do jornalismo pré-industrial que não devem ser absolutamente descartados como se tratassem apenas e só de puros anacronismos. Referimo-nos à conexão escassa com a publicidade, a uma relação forte entre as elites locais e os *media*, a uma ênfase no artigo de opinião e na colaboração externa, a uma contiguidade acentuada entre os artigos e colaborações e as preocupações manifestadas nos espaços de reunião dos públicos, à tendência para estruturar o discurso em torno de alguns assuntos recorrentes em torno dos quais se veiculam opiniões, debates e polémicas, a presença de marcas discursivas que remetem para formas de sociabilidade que pressupõem um saber comum partilhado pelos produtores de mensagens e pelos públicos, o conhecimento recíproco e partilhado pelos produtores e receptores quanto aos factos e realidades que servem de referentes para as mensagens jornalísticas. Ao invés, na Comunicação Social Nacional já se terá verificado todo o ciclo de industrialização do jornalismo que coincide com a formação de um tipo de empresas especializadas no tratamento da matéria prima informativa. (CORREIA)

Um caminho apontado por Correia para superar a massificação seria tentar voltar a relacionar os assuntos que dizem respeito ao cotidiano e promover a interatividade. “No caso das ambições interactivas [sic] que se encontram por detrás dos *media* tratar-se-ia de fornecer mensagens que não fossem destinadas ao mero consumo dos tempos vazios mas que dissessem respeito à ‘próprio vida [sic]’ dos públicos, entendida esta ‘própria vida’ como a sua quotidianidade [sic]” (CORREIA).

Mas esta pode ser uma experiência nacional, pois como aponta Wilson Marini, editor-chefe do jornal Folha da Região, “o termo jornalismo regional ainda é o melhor para se definir os jornais da maioria de nossas cidades, mas é também impreciso e redundante, porque o jornalismo é necessariamente regional”. (MARINI).

Um repórter que faz isso a nível nacional é Gilberto Dimenstein que tenta levar para suas colunas um olhar local e além.

Nós estamos acostumados a divisões e subdivisões do jornalismo. A parte nacional, internacional, política, regional, local, estadual. O jornalismo comunitário vai um pouco além do local. Ele trabalha com o indivíduo e suas identidades mais próximas: a rua, o bairro, suas relações profissionais, se é gay, se é lésbica, se é judeu, se é jornalista. Trabalha o entorno do indivíduo. E ao trabalhar o entorno, as subdivisões se cruzam. A economia, a questão cultural, nacional, social. Para chegar cada vez mais próximo do indivíduo, dessas micro-unidades (DIMENSTEIN, 2006, in Turrer, 2006).¹¹

Durante uma entrevista, perguntado se o jornalismo regional era a menina dos olhos das grandes emissoras, o âncora da Rede Vanguarda, afiliada da TV Globo no interior de São Paulo, Carlos Abranches, disse que não tinha dúvida disso. “O jornalismo regional é, inclusive, o que a comunidade telespectadora quer. Ele quer sim saber o que acontece no mundo, mas sobretudo quer saber exatamente o que acontece na sua própria terra, no próprio quintal”. (ABRANCHES in FERNANDES, 2004)¹².

¹¹ Entrevista de Gilberto Dimenstein concedida a Rodrigo Turrer, em 08 de maio de 2006. Disponível em http://www.facasper.com.br/jo/entrevistas.php?id_noticias=711

¹² FERNANDES, Jorge. Entrevista com Carlos Abranches, âncora do Jornal Vanguarda. Disponível em <http://portalimprensa.uol.com.br/new ultimasnoticias data view.asp?code=142>.

O que aconteceu no interior de São Paulo e em Minas Gerais foi um aumento da programação local, em que apenas o primeiro bloco é gerado da capital. O telejornalismo local se foca no contexto de uma cidade ou, tratando-se de uma grande capital, inclui também sua região metropolitana. É possível delimitar ainda mais a cobertura local, transformando-se em comunitária, praticada em bairros, povoados, favelas ou por membros de uma comunidade.

Mas uma notícia extrapolar as barreiras regionais e fazer parte do telejornal da rede. Os questionamentos que surgem é como isso aconteceria, ou seja, quais seriam os critérios a serem levados em conta. O próprio editor-chefe do Jornal Nacional esclarece:

Na televisão, o jornalismo pode ter cobertura regional ou nacional. Os assuntos abordados num e noutro dependem de sua abrangência: primeiramente, o espectro de telespectadores diretamente afetados pelo fato. Um fato de impacto exclusivamente local pode ser ilustrativo de fenômeno que repete em outras regiões, ou pode ser de total forma inusitado ou grave que se imponha como tema digno de publicação na rede para telespectadores de todas as regiões. Essas considerações são necessárias para compreender 90 por cento das decisões sobre pautas nos telejornais. (BONNER in VÁRIOS AUTORES, 2004, p. 11).

Dentro destas características, Correia questiona se a imprensa regional terá “virtualidades para se constituir como um dos pilares possíveis para a criação de um espaço público, na medida em que a proximidade entre a decisão política, o espaço mediático e a vida quotidiana anula os efeitos indesejáveis da massificação” (CORREIA).

Teresa Teixeira (1999, apud, CABRAL e CABRAL FILHO, 2004) coloca as principais missões de uma emissora local que “[...] fornece informações coerentes e adequadas às suas necessidades e interesses da comunidade. Estimula a formação de consciências críticas e revaloriza a cultura local.” E apesar dessa revalorização e auto-identificação, o olhar se volta a termos tradicionais, o que a modernidade vem buscando.

Essa concepção de oposição entre modernidade e tradição está mudando, porque em nossa própria sociedade há grupos sociais com dimensões moderníssimas, e outras menos modernas e tradicionais. Não há mais o passo da tradição à modernidade como se não houvesse aspectos absolutamente contraditórios, mas sim formas de articulação entre diversos processos de modernidade e tradição. (MARTÍN-BARBERO in SOUSA, 1995, p. 43-44).

Martín-Barbero (1995) coloca a heterogeneidade de temporalidades como a primeira mediação fundamental. Segundo ele, nas sociedades convivem um passado já não tão ligado ao presente, um passado que continua vivo de forma residual e uma formação emergente que visa ao futuro. A outra mediação seria a das novas fragmentações sociais e culturais, que reforça a divisão do grupo que detém o poder e usa a informação para tomar decisões com o outro que busca nos meios de comunicação entretenimento.

A nova sensibilidade é esta, nunca se ampliaram tanto os horizontes do conhecimento, mas todo discurso é parcial, é especializado, é local. Seria suicida para nossos países, nossos estudos e nossos profissionais de comunicação deixar, como algo desligado do processo de recepção, todos esse [sic] saberes dos produtores porque, no fim, são eles que mais sabem sobre a recepção. Eles estão à nossa frente, no conhecimento do receptor. (MARTÍN-BARBERO in SOUSA, 1995, p. 56).

Barbero, como cita Lopes (1996, p. 13), notou que a experiência de nação em muitas regiões diversas do continente latino-americano surgiu com o desenvolvimento dos meios de comunicação. “Em grande medida, a nação é uma continuidade imaginária, tornada possível como experiência viva somente através de programas de rádio e TV”.

Já que “cada leitor, cada comunidade, cada grupo social tem sua história, suas expectativas, seu contexto, fatores por demais diluídos para que se firme um procedimento único para se ler jornais e telejornais” (ZANCHETTA JR., 2004, p. 124), o desafio da imprensa regional está em não menosprezar os interesses do interior, mas sim realçar suas particularidades.

4.1 A TV REGIONAL

Após a televisão ser inaugurada no Brasil, Caparelli (1982) divide a expansão deste no país em duas fases: o oligopólio dos Associados (de 1950 a 1964), com o capital nacional; e o oligopólio da Rede Globo (pós-1964), com investimentos estrangeiros.

Naquele, desponta a figura do capitão de indústria (Chateaubriand), dono de uma empresa administrada ao velho estilo. Neste, a corporação, manobrada por executivos profissionais que se esforçam por incrementar o poder econômico e políticos de suas empresas. Duas organizações diferentes, expressando épocas de expansão do capital. (CAPARELLI, 1982, p. 21).

É a partir da segunda fase que se começa a pensar a integração através da televisão.

Sobre isso, o autor alerta que

[...] em grande parte dos casos a integração através da televisão não é real mas fictícia: os meios de comunicação e, especialmente a televisão, podem exercer uma influência na mudança de padrões, de hábitos, necessidades ou valores mas, não integrá-los, por sua capacidade produtiva, dentro do sistema econômico. (CAPARELLI, 1982, p. 33).

Expandir o sinal para todo o país, não foi uma dificuldade para a televisão. A grande extensão territorial do Brasil e suas diferenças regionais não impediram a concentração do veículo televisivo. “Uma das características do sistema brasileiro de televisão é uma articulação em redes, em fins de 1980, apenas cinco das 113 emissoras em efetivo funcionamento, não se ligavam a uma cabeça de rede [...]” (CAPARELLI, 1982, p. 93). A exceção eram as emissoras públicas.

Sobre o impacto da televisão em uma pequena cidade, o autor Luis Augusto Milanesi (1978 apud CAPARELLI, 1982, p. 86) fez um estudo sobre as transformações em Ibitinga, no interior de São Paulo, na área urbana e rural. “A publicidade mostrou uma série de produtos desconhecidos, a maioria deles inexistentes no comércio local. A partir daí, ou seja, do desejo desencadeado, passavam a existir algumas possibilidades [...]”. É o mesmo que constata Caparelli (1982, p. 88). “Apesar dos custos, nenhum meio de comunicação exerceu na sociedade brasileira tão grande fascínio. Mesmo nas vilas populares, áreas marginalizadas das grandes cidades, as antenas sobre tetos [...] são a ironia muda do subdesenvolvimento”.

Em 1978, a pesquisa nacional sobre televisão, realizada pela Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação (ABEPEC), constatou que apenas 4% da programação da TV brasileira era fruto da produção regional e 14% de produção local, enquanto “mais de

80% do espaço dos programas exibidos é ocupado por material proveniente de universos culturais diversos daquele peculiar à população à qual se destina” (CAPARELLI, 1982, p. 35). Destes, 48% era estrangeira e 34%, nacional¹³.

A comparação desses dados por regiões indica uma expressiva homogeneidade da programação das emissoras, que atuam segundo um único modelo, não havendo alternativas para diferenciações regionais, o que conflita com a própria realidade cultural do país, marcada por traços acentuadamente regionais. (CAPARELLI, 1982, p. 38).

Numa definição concisa, após consultar outros autores, Bazi (2001, p.16) define a TV regional como “[...] aquela que retransmite seu sinal a uma determinada região e que tenha sua programação voltada para ela mesma”.

O enfoque de consenso é a TV Regional como canal de informação [...]. A TV regional pode servir para desenvolver as características culturais de cada comunidade, combatendo uma homogeneização que poderia ser causada pelas grandes redes de comunicação. (DEBONA e FONTELLA, 1996, apud BAZI, 2001, p.18).

Caparelli (1982, p. 59) cita algumas funções da televisão brasileira dependente como a) ampliação da produção; b) propaganda para produtos; c) ampliação do mercado e do setor de comunicação; d) difusão e reforço da ideologia dominante. E a questão de dependência nacional também é transposta ao universo regional. “[...] após a implantação da tecnologia dos televisores a cores, como **locus** de aplicação de capital, o próprio país dependente cria dependentes, reproduzindo regionalmente o que ocorre a nível internacional”. (CAPARELLI, 1982, p. 63) [grifos do original].

Toda a dependência dentro do sistema tem por base o capital. Na TV, a dependência vem por meio da publicidade. “E a publicidade encontrou na televisão um veículo de impacto para as suas mensagens, aos poucos substituindo o rádio.” (CAPARELLI, 1982, p. 79). O autor completa que enquanto a TV formava redes nacionais, o rádio, instalado primeiramente

¹³ O estudo classificou como produção local o programa produzido na área de emissão do canal; produção regional como o programa produzido fora da área de penetração do canal, mas na mesma região geo-cultural; é produção nacional o programa gerado no país, numa região geo-cultural diferente daquela em que está localizada a emissora que o exhibe. (CAPARELLI, 1982, p. 38). A mesma nomenclatura será usada nesta pesquisa.

nas capitais, ia regionalizando-se. Com isso, o meio radiofônico teve que contar com os anúncios oriundos destas regiões, que muitas vezes não contam com agências de publicidade instaladas em seu território.

Talvez uma das causas que mais favoreceram a televisão comercial foi sua organização em rede, a partir do Rio de Janeiro e de São Paulo. Em termos geográficos, ali mesmo estavam sediadas as filiais das multinacionais, maiores anunciantes quando a televisão ainda engatinhava. Os conglomerados necessitavam de um sistema que levasse seus produtos aos quatro cantos do país. A fragmentação dos outros meios, sem um jornal ou emissora verdadeiramente nacional, impedia isso. O outro lado da moeda: enquanto as grandes instituições industriais e financeiras se concentravam geograficamente, principalmente no eixo Rio - São Paulo, a inversão publicitária nas redes de televisão ali localizadas ocasionava, igualmente, uma concentração de capitais nestas emissoras, impedindo uma divisão das verbas para as emissoras regionais. (CAPARELLI, 1982, p. 80).

Bazi (2001, p. 24) explica como as grandes redes de televisão atingem toda a extensão territorial do Brasil: há uma formação entre as “emissoras filiais (ou emissoras próprias) e emissoras afiliadas, empresas associadas a uma emissora com penetração nacional de sinal, que retransmitem a programação da rede, embora também produzam programas, telejornais e comerciais locais”.

No contrato de afiliação da emissora regional, no caso com a Rede Globo, é acertado que esta emissora não paga nada à rede, mas tem que dividir com ela o lucro gerado pelos anúncios regionais e estaduais. (BAZI, 2001, p. 26). Dessa forma, a regionalização da TV depende do poder de consumo do mercado em que ela está inserida e sua viabilidade técnica.

A expansão da TV frente os outros meios se caracteriza, além da concentração geográfica em mercados promissores, pela concentração de propriedade.

A concentração de propriedade ocorre, ora pela posse de diversos canais por um único dono, ora pelo sistema de redes, no qual cada emissora encontra-se integrada (é uma afiliada) a uma emissora líder. Em ambos os casos, significa uma tendência concentradora; marcando o crescimento do setor. (CAPARELLI, 1982, p. 93) [sem grifos do original]

Se bem que, segundo Bazi (2001), pela legislação atual, uma rede nacional pode ter 10 estações de TV de sua propriedade, sendo que as demais seriam emissoras afiliadas. “O objetivo é evitar a formação de monopólios e valorizar as culturas regionais por meio da

regionalização da programação, visando a promover a identificação e integração comunitárias”. (BAZI, 2001, p. 26).

Uma realidade que se verifica em outros países da América Latina é que, além de possuir a emissora de TV, muitas vezes os proprietários estão envolvidos em outros produtos da comunicação. A Rede Paranaense de Comunicação possui oito emissoras afiliadas à Rede Globo - TV Paranaense, de Curitiba, TV Cultura, de Maringá, TV Coroados, de Londrina, TV Cataratas, de Foz do Iguaçu, TV Oeste, de Cascavel, TV Esplanada, de Ponta Grossa, TV Guairacá, de Guarapuava, TV Imagem, de Paranavaí; os jornais Gazeta do Povo e Jornal de Londrina; a rádio 98 FM; e o portal OndaRPC, o maior provedor de internet do estado¹⁴.

A Rede Brasil Sul, incluindo os estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, possui 18 emissoras de televisão aberta; duas emissoras locais de televisão; oito jornais diários; 26 emissoras de rádio; dois portais de internet; editora e gravadora¹⁵.

A pesquisa da ABEPEC também verificou, na época, que os telejornais tinham espaço limitado na grade de programação. Por outro lado, constatou a dependência das emissoras regionais com as líderes, “[...] limitando-se a retransmitir as notícias geradas por aquelas, sem a menor preocupação de acompanhar diretamente os acontecimentos da cena nacional e internacional, a partir do ângulo local e estadual”.¹⁶ (CAPARELLI, 1982, p. 128).

Apesar de o noticiário local contar com períodos de tempos bem delimitados e definidos pela rede, o diretor do CGAE, Francisco Góes, acreditava que

[...] o importante não é a quantidade de minutos, e sim, a qualidade da programação local. Estamos trabalhando para achar soluções de integração entre algumas

¹⁴ <http://www.rpc.com.br/index.html>. Acesso em 13 de nov. 2006.

¹⁵ http://www.rbs.com.br/rbscom/jsp/default.jsp?contexto=grupo&paginamenu=../library/menu_grupo_apresentacao.lbi&paginaconteudo=../library/gruporbs_capa.lbi. Acesso em 13 de nov. 2006.

¹⁶ Tramita desde 1991, no Congresso Nacional, o Projeto de Lei nº 256/91, da deputada federal Jandira Feghali (PC do B/ RJ), que pretende regulamentar o inciso II do artigo nº 221 da Constituição. O projeto estabelece que as emissoras nacionais devam produzir, no mínimo, 30% de programação regional para que a comunidade local tenha acesso à divulgação da informação e cultura regional. (BAZI, 2001, p. 12).

emissoras, além de apoiar as afiliadas na ampliação de suas grades com programas que vão além do telejornalismo. (GÔES, 1998 apud BAZI, 2001, p. 25).

4.2 O QUE OS TELEJORNAIS LOCAIS AGENDAM?

Para entender o que os telejornais de maneira geral, não só os locais, apresentam ao público, é fundamental conhecer a hipótese da *agenda-setting*, proposta pelo norte-americano Maxwell McCombs. “A asserção fundamental da *agenda-setting* é que a compreensão das pessoas em relação a grande parte da realidade social é modificada pelos meios de comunicação de massa.” (SHAW, 1979, apud WOLF, 2003, p.143).

Os telejornais regionais, apesar de nunca deixarem de ser dirigidos a um público amplo, diferem dos meios de comunicação de massa que “estruturam uma realidade mais vasta, não local [...]”. (LANG-LANG, 1962, apud WOLF, 2003, p. 141-142). Assim a realidade social é apresentada mais palpável ao telespectador, inserido culturalmente neste meio.

Nas sociedades industriais de capitalismo maduro, seja por causa da diferenciação e da globalização social, seja *também* devido à função central dos meios de comunicação de massa, tem ocorrido um aumento da presença de fatias e “pacotes” de realidade que os indivíduos não provam diretamente nem definem interativamente na vida cotidiana, mas que “vivem” *exclusivamente* em função ou por meio da mediação simbólica dos meios de comunicação de massa. (GRIOSSI, 1983, apud WOLF, 2003, p. 145) [grifos do original].

Por este motivo Zucker (1978) coloca que

Quanto menor for a experiência direta das pessoas em relação a uma determinada área temática, mais ela dependerá da mídia para obter as informações e os quadros interpretativos relativos àquela área. As pessoas não precisam dos meios de comunicação de massa para experimentar os aumentos dos preços. Essas condições, quando existem, invadem a vida cotidiana das pessoas. (ZUCKER, 1978, apud WOLF, 2003, p. 155).

Também para os jornalistas as pautas descobertas acabam tendo por base sua vivência “(universo cultural, perfil do meio onde trabalham e vivem, área de atuação específica,

contatos com outros profissionais, público destinatário das informações, receptividade temática por parte dos leitores etc.)”. (ZANCHETTA JR., 2004, p. 14).

Kunczik (2002, p. 243) percebe que ao selecionar os fatos do dia, os órgãos informativos “se concentram em eventos de curta duração que tenham alguma relação com um círculo determinado de receptores, noutras palavras, realizam a seleção de notícias baseados em uma orientação local ou etnocêntrica [...]”.

Alguns autores até vão além e acreditam que o jornalista que não consiga colocação na mídia local, mas sim nos jornais das capitais, proporcionará o ingresso da mídia metropolitana no interior. “Essa contribuição do jornalista interiorano reflete a sua capacidade de representar as comunidades mais afastadas dos grandes centros, suas carências, sua cultura, resumindo, seus interesses.” (MARTINS e SILVA).

Os diversos meios de comunicação de massa têm um poder diferente de agenda. Isso ficou evidente na pesquisa de McClure e Patterson (1976) sobre a campanha presidencial americana de 1972.

Em cada análise dos dados de 1972, a comparação entre a influência da informação televisiva e o poder de outros canais de comunicação política (jornais, *spots* publicitários) mostra que a exposição às notícias televisivas teve, invariavelmente, os menores efeitos sobre o público [...]. Há uma confirmação limitada à hipótese da *agenda-setting*. Em alguns temas, mas não todos, os níveis de exposição aos meios de comunicação de massa mostram uma influência direta exercida pela *agenda-setting*. De todo modo, normalmente o efeito direto correlaciona-se com o consumo de jornais locais, e não com os noticiários televisivos. (MCCLURE-PATTERSON, 1976, apud WOLF, 2003, p. 147).

Com a hipótese do *agenda-setting*, a teoria do espelho, primeira a explicar porque as notícias são como são, é rejeitada. “[...] é uma explicação pobre e insuficiente, que tem sido posta em causa repetidamente em inúmeros estudos sobre o jornalismo e, na maioria dos casos, sem qualquer intuito de pôr em causa a integridade dos seus profissionais”. (TRAQUINA, 2004, p. 149). No *agenda-setting*, os jornalistas passam a participar ativamente na construção da realidade.

Wolf (2003, p. 148) coloca que “as eventuais sobrestimações do efeito de *agenda-setting* são ‘freadas’ pelo estudo a respeito dos caracteres construtivos e produtivos da informação televisiva cotidiana”. E completa, se referindo às campanhas eleitorais, que “a informação televisiva cotidiana fornece, portanto, uma situação de aprendizado impossível: o público é assediado por informações fragmentárias, totalmente incapazes de formar um quadro cognitivo adequado para as escolhas que o eleitor é chamado a fazer”. (2003, p. 149).

[...] a análise da agenda do meio televisivo leva-nos a constatar, de um lado, sua inadequação para estabelecer no público um conjunto de conhecimentos precisos (*rendimento alto* de agenda), mas, de outro, salienta a imagem política global que esse meio fornece: trata-se sempre de um efeito de *agenda-setting*, centrado menos em noções específicas, articuladas e definidas na sua relevância do que em âmbitos simbólicos mais vastos e genéricos. (WOLF, 2003, p. 151)

Tendo em vista estes aspectos é possível concluir que o impacto da televisão acontece a curto prazo. “Muitas vezes, a natureza fundamental da agenda parece ser organizada pelos jornais, enquanto a televisão essencialmente reorganiza ou reordena os temas principais da agenda”. (MCCOMBS, 1976, apud WOLF, 2003, p. 163). Em uma campanha eleitoral, McCombs (1977) coloca que num primeiro momento há a predominância da imprensa, mas na reta final das eleições é a TV que reforça os temas relevantes na agenda da campanha.

Além de sobre o que pensar, os meios também influenciam em como pensar. “A influência varia sobre as pessoas que estão mais expostas ao jornalismo e procuram informação; a influência sobre os assuntos sobre os quais as pessoas não têm experiência direta que podem mobilizar” (TRAQUINA, 2004, p. 203-204). Sobre esses fatores que interferem, Hohlfeldt traz uma seleção.

[...] a influência do agendamento por parte da mídia depende, efetivamente, do grau de exposição a que o receptor esteja exposto, mas, mais que isso, do tipo de mídia, do grau de relevância e interesse que este receptor venha a emprestar ao tema, a saliência que ele lhe reconhecer, sua necessidade de orientação ou ‘sua falta de informação, ou, ainda, seu grau de incerteza, além dos diferentes níveis de comunicação interpessoal que desenvolver. (HOHLFELDT, 2001, p. 200).

A tematização faz parte da *agenda-setting*, ou seja, colocar um evento em destaque e aprofundar sua cobertura dentro do noticiário, ao lado das outras notícias. “Nem todo

acontecimento ou problema é suscetível de tematização [...]. Os meios de comunicação de massa, portanto, tematizam dentro dos limites que eles mesmos não definem, num território que eles não delimitam, mas que simplesmente reconhecem e começam a cultivar”. (WOLF, 2003, p.166).

A hipótese do *agenda-setting* trata tanto de fornecer ao público os assuntos da ordem do dia quanto da hierarquia destes no produto jornalístico. Segundo Wolf (2003), o conhecimento no noticiário incide em duas direções:

- a. a memorização se concentra mais na informação já adquirida do que na nova. A familiaridade com o argumento acrescenta, portanto, a facilidade de memorização.
- b. dentre as informações novas, parece privilegiada a cronologicamente mais recente (os últimos desenvolvimentos de um fato) em relação à que amplia os conhecimentos (ou seja, a informação de fundo). (WOLF, 2003, p. 172).

A proximidade com o fato está inserida na primeira direção. É mais um ponto a ser destacado na familiaridade com o argumento. Já dizia a abordagem do *newsmaking*: “um evento [...] que envolve um número limitado de pessoas mas ocorre nas proximidades é mais noticiável do que o mesmo tipo de evento que envolve muito mais vítimas mas ocorre em local bem mais distante” (WOLF, 2003, p. 212).

Em seu livro *Jornalismo diante das câmeras*, que se propõe a dar respostas aos iniciantes na profissão, Ivor Yorke (1998) recomenda aos novatos “tentar ampliar a agenda, mesmo que isso signifique questionar certos critérios tradicionais, como aquele que diz que a importância de um evento diminui com a distância que o separa da nossa porta¹⁷”. (YORKE, 1998, p.27).

¹⁷ Segundo o autor, “este fenômeno é curiosamente conhecido como Lei de McLurg, em homenagem ao experiente editor que o reconheceu pela primeira vez” (Yorke, 1998:27).

De acordo com Wolf e McLeod-Becker-Byrnes (1974) podem-se distinguir três tipos de agenda do público:

- a. a agenda intrapessoal que corresponde ao que o indivíduo considera como os temas mais importantes;
- b. a agenda interpessoal: os temas dos quais e sobre os quais o indivíduo fala e discute com outros;
- c. o último tipo corresponde a um “clima de opinião”, ou seja, a importância que o indivíduo pensa que os outros atribuem ao tema. (2003, p. 176-177).

Dentro dessa abordagem, Wolf (2003, p. 179) destaca as fases relevantes: *fase da focalização*, em que a mídia enfatiza um acontecimento; *fase do framing*, em que o objeto enquadrado é interpretado dentro de algum tipo de problema que ele representa; depois se cria um *vínculo* entre o objeto e o sistema simbólico; por fim, o tema ganha peso se puder *personificar-se*. Mas vale destacar que o agendamento não ocorre simplesmente ao assistir a TV ou lermos os jornais.

[...] Pode-se dizer que a percepção de relevância poderá ser alta, média ou baixa. Sendo baixa, evidentemente o receptor não demonstrará nenhum grau de interesse em adquirir qualquer tipo de informação em torno daquele tema. No entanto, se houver um nível médio de relevância ao assunto, haverá, em consequência, um interesse mínimo na aquisição de informação sobre tal acontecimento, ainda que seu reflexo em termos de agendamento seja, ainda, mínimo. O agendamento somente ocorrerá de maneira eficiente quando houver um alto nível de percepção de relevância para o tema e, ao mesmo tempo, um grau de incerteza relativamente alto em relação ao domínio do mesmo, levando o receptor a buscar informar-se com maior intensidade a respeito daquele assunto. (HOHLFELDT, 2001, p. 198-199).

4.2.1 Do *gatekeeper* ao surgimento do *newsmaking*

O termo *gatekeeper* (selecionador) surgiu em 1947, num estudo do psicólogo social Kurt Lewin sobre as decisões na compra de alimentos. Segundo Traquina (2004), esta foi a primeira teoria na literatura acadêmica sobre o jornalismo, avançada em 1950 por David

Manning White. O estudo de White baseava-se na atividade de um jornalista norte-americano, Mr. Gates, que selecionava as notícias vindas das agências que seriam publicadas e no período de uma semana anotou os seus motivos.

É somente quando analisamos as razões apresentadas por “Mr. Gate” para a rejeição de quase nove décimos das notícias (na sua procura do décimo para o qual tem espaço) que começamos a compreender como a comunicação de “notícias” é extremamente subjetiva e dependente de juízos de valor baseados na experiência, atitudes e expectativas do “*gatekeeper*”. Neste caso particular, os 56 enunciados apresentados podem ser divididos em duas categorias principais: 1) rejeição do incidente devido à sua pouca importância, e 2) seleção a partir de muitos relatos do mesmo acontecimento. (WHITE, 1950, apud TRAQUINA, 2004, p. 150-151).

Segundo Snider (1967 apud KUNCZIK, 2002, p. 239), este estudo foi repetido 16 anos depois e constatou-se que “Mr. Gate” ainda selecionava a informação que segundo ele eram em referência ao que interessava ao público.

A teoria analisa a seleção de notícias, que passam por vários “portões” (gates), que na prática são os critérios dos jornalistas para determinar o que entra ou não no jornal. Tendo em vista a contribuição de Lewin e de White para a teoria, Wolf (2003, p. 185) coloca que “o mérito desses primeiros estudos foi definir *onde*, em quais pontos do aparato, a ação de filtro é exercida *explícita e institucionalmente*.” [grifos do original]. E completa que

Sobre esse tema, as pesquisas coincidentemente esclarecem que, na seleção, as referências implícitas no grupo de colegas e no sistema das fontes prevalecem sobre as implícitas no próprio público. Enquanto este último é pouco conhecido pelos jornalistas, o contexto profissional-organizacional-burocrático circunstante exerce uma influência decisiva nas escolhas dos *gatekeepers*. (WOLF, 2003, p. 186-187).

Mas este contexto citado por Wolf, relativo à organização do trabalho, não é estudado pela teoria *gatekeeper* que permanece no nível individual. O sociólogo norte-americano Warren Breed (1955) avançou nessa área e emergiu uma nova teoria: a teoria organizacional, como define Traquina (2004, p.153): “na teoria organizacional, a ênfase está num processo de socialização organizacional em que é sublinhada a importância duma *cultura* organizacional, e não uma *cultura profissional*”. [grifos do origina].

Breed (apud WOLF, 2003, p. 187) determinou seis motivos que induzem conformidade à orientação do jornal: a. a autoridade institucional e as sanções; b. os sentimentos de obrigação e estima para com os superiores; c. as aspirações à mobilidade profissional; d. a ausência de grupos de lealdade em conflito; e. a natureza agradável do trabalho; f. o fato de que a notícia tornou-se um valor.

As conclusões do estudo foram um avanço na pesquisa em comunicação e salientaram “a necessidade de integrar a análise da função de *gatekeeper* na do total de funções produtivas e da organização burocrática, da qual esse total faz parte” (WOLF, 2003, p. 187). É isso que busca-se na abordagem do *newsmaking*: o andamento rotineiro.

4.2.2 A produção das notícias no *newsmaking*

“Qual imagem do mundo passam os noticiários radiotelevisivos? Como essa imagem se correlaciona com as exigências cotidianas da produção de notícias nas organizações radiotelevisivas?” (GOLDING-ELLIOT, 1979, apud WOLF, 2003, p.193).

Esta pergunta com relação aos meios de comunicação não foi respondida logo no surgimento dos veículos. A resposta só veio a partir dos anos 80 com o destaque à abordagem do *newsmaking*. “Este se articula principalmente em dois binários: a cultura profissional dos jornalistas; a organização do trabalho e dos processos de produção. As conexões e as relações entre os dois aspectos constituem o ponto central desse tipo de pesquisa”. (WOLF, 2003, p. 193-194). Apesar de não haver um autor específico responsável pelos estudos, hoje em dia a abordagem é amplamente estudada ao tratar dos emissores da informação.

Para que um acontecimento seja notícia determinou-se uma série de critérios que definem sua noticiabilidade, pois “sem uma certa rotina de que se possa valer para fazer frente aos acontecimentos imprevistos, as organizações jornalísticas, como empreendimentos

racionais, faliriam” (TUCHMAN, 1973, apud WOLF, 2003, p. 196). Dos profissionais que se organizam todo dia nas redações, muitos devem não saber por que agem dessa forma e o que um fato tem ao certo para tornar-se notícia.

A noticiabilidade é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos - do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas -, para adquirir a existência pública de notícias. Tudo o que não responde a esses requisitos é “selecionado”, uma vez que não se mostra adequado às rotinas de produção e aos cânones da cultura profissional: não conquistando o estatuto público de notícia, permanece simplesmente um evento que se perde na “matéria-prima” que o aparato informativo não consegue transformar e que, portanto, não deverá fazer parte dos conhecimentos de mundo, adquiridos pelo público por meio da comunicação de massa. Pode-se dizer também que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias. (WOLF, 2003, p. 195-196).

O processo é fruto de negociações, organizado em um pequeno espaço de tempo - geralmente em um período do dia -, dentro das limitações financeiras da empresa jornalística, incluindo o quadro profissional. Condições essas para a “*descontextualização*” ou para remover um acontecimento do contexto em que ocorreu, para poder *recontextualizá-lo* no formato do noticiário”. (ALTHEIDE, 1976, apud WOLF, 2003, p. 197) [grifos do origina].

Hall et. al. (1973 apud TRAQUINA, 2004, p. 177) têm a convicção de que “este processo – a identificação e a contextualização é um dos mais importantes, através do qual os acontecimentos são ‘tornados significativos’ pelos *media*. Um acontecimento só ‘faz sentido’ se puder colocar num âmbito de conhecidas identificações sociais e culturais”. Sobre isto pode-se complementar que

O que, em geral, é transmitido ao público é a localização dos acontecimentos, os indivíduos envolvidos com eles, e detalhes como os nomes geográficos, das personagens públicas, de indústrias etc. Com frequência, esses elementos ocupam automaticamente o primeiro lugar na memória dos destinatários, enquanto as causas e as conseqüências dos eventos permanecem em segundo plano. O resultado global é uma lembrança fragmentária, em que os indivíduos conservam detalhes isolados, mas não o contexto (FINDHAL-HÖIJER, 1981, apud WOLF, 2003, p. 199).

No contexto do telejornal regional, no entanto, o processo de localização dos fatos por parte do público não é tão complexo, pois geralmente o local apresentado já faz parte de sua

rotina ou pelo menos se trata de um nome familiar. É diferente, por exemplo, dos noticiários nacionais e internacionais das grandes agências de notícia que produzem uma cobertura de maiores proporções, além do mais, o contexto em que se encontra um veículo de imprensa interfere no perfil da notícia.

O fator da proximidade está entre os valores/notícia definidos por Wolf (2003), componentes da noticiabilidade. “Eles representam a resposta à seguinte pergunta: quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos, relevantes, para serem transformados em notícias?”. (WOLF, 2003, p. 202). Segundo Kunczik, em última análise, “os valores informativos nada mais são que as suposições intuitivas dos jornalistas com referência àquilo que interessa a um público determinado, àquilo que chama a sua atenção” (KUNCZIK, 2002, p. 243).

Ao impor ordem no espaço e no tempo, todos os meios informativos, segundo Gaye Tuchman (1973) estendem uma “**rede noticiosa** (*news net*) para ‘capturar’ os acontecimentos. A consequência é que acontecimentos noticiáveis ocorrem em certas localidades e não em outras” (TRAQUINA, 2004, p. 181) [grifos do original]. Como se as empresas privilegiassem alguns territórios, onde podem regularmente encontrar notícias, enquanto outros acabam sendo ocultados. Para isso, Tuchman apresenta as estratégias de territorialidade geográfica, especialização organizacional e especialização em temas, usadas pelas organizações jornalísticas, o que tendencia os eventos a ocorrer em certas localidades, como já citado.

A relevância da distribuição da rede noticiosa é uma questão central no processo de produção da notícia. Por um lado, a distribuição da rede articula-se com as questões de “noticiabilidade”. Assim, as fontes são quem são porque estão diretamente ligadas a sectores decisivos da atividade política, econômica, social ou cultural. Por outro lado, conhecendo-se a distribuição da rede noticiosa de um meio de comunicação social, sabe-se quais são os critérios de noticiabilidade por que se rege (TRAQUINA, 2004, p. 189-190).

Tuchman (1973 apud KUNCZIK, 2002, p. 267) também classifica as possíveis notícias em “sem programação”, “pré-programadas” e “não-programadas” o que “ajuda a

reduzir a insegurança e respalda a orientação básica para os acontecimentos pré-programados e sem programação”.

Sobre a noticiabilidade, Wolf traz como características dos valores/notícia o fato de eles: embora individualizados, agirem conjuntamente na prática; serem avaliados em suas inter-relações; estarem presentes em todo o processo de produção; e variarem conforme o período da história. E como o processo é feito dentro de um curto espaço de tempo, os valores são aplicados rapidamente nas decisões.

A seguir, apresentam-se as quatro ordens de valores/notícia definidas por Wolf. A primeira categoria diz respeito aos **critérios substantivos das notícias**.

[...] os critérios substantivos são dois: a importância e o *interesse* da notícia. Enquanto as notícias consideradas importantes são, num certo sentido, selecionadas “obrigatoriamente”, o elemento do interesse dá lugar a uma avaliação mais heterogênea, mais aberta às opiniões subjetivas, menos vinculador para todos. (WOLF, 2003, p. 213).

Grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável; impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional; quantidade de pessoas que o acontecimento (de fato ou potencialmente) envolve; e relevância e significatividade do acontecimento em relação aos desenvolvimentos futuros de uma determinada situação, são as variáveis que segundo Wolf, determinam a importância da notícia. Destas variáveis, destaca-se o impacto sobre a nação, na qual está embutido o valor/notícia da proximidade.

As notícias são culturalmente próximas se se referem a eventos que pertencem à esfera normal de experiência dos jornalistas e do seu público. São os tipos de acontecimentos que implicam uma esfera compartilhada de linguagem e aceitações culturais comuns [...]. A proximidade geográfica refere-se simplesmente à regra prática da precedência das notícias internas e à disposição das notícias externas conforme sua proximidade com o público. Em relação a esse fato, *a distância geográfica acaba, de qualquer modo, sendo distorcida pelos mecanismos de coleta das notícias* [...]. A distribuição da coleta de notícias não tem nada de casual e, em termos jornalísticos, Lagos, por exemplo, está muito mais próxima de Londres do que de Acra. Apesar disso, esse critério da proximidade é aplicado, e muitos redatores nigerianos adotavam uma geografia da noticiabilidade disposta segundo três ordens de distância: Nigéria, África, resto do mundo” (GOLDING-ELLIOTT, 1979, apud WOLF, 2003, p. 210-211) [grifos do original]

A segunda ordem de noticiabilidade trata dos **critérios relativos ao produto informativo**. Nela são citados por Wolf os valores/notícia de brevidade, novidade, continuidade e balanceamento dos assuntos no telejornal.

A necessidade de não superar um certo comprimento das notícias (especialmente as radiotelevisivas) é funcional para a disponibilidade de muito material noticiável, o que, por sua vez, é funcional para a escolha mais ampla possível e, portanto, a mais representativa dos eventos importantes daquele dia (dentro dos limites relativamente rígidos do formato dos noticiários). (WOLF, 2003, p. 215).

Em seu livro, Wolf traz os cinco critérios de qualidade determinados por Gans (1979) no jornalismo televisivo: a ação, o ritmo, o caráter exaustivo, a clareza da linguagem e os padrões técnicos mínimos (2003, p. 218). Eles são seguidos pelos critérios relativos ao meio de comunicação, que fazem distinção entre o discurso verbal e o impresso. Destacam-se os valores/notícia de material visual, frequência e formato. “Ao analisar o conceito de notícia, verifica-se que a TV adota critérios próprios na seleção do fato noticioso, conferindo prioridade ao aspecto visual das informações que se pretende divulgar”. (REZENDE, 2000, p. 44).

Os **critérios relativos ao público** é outra ordem definida por Wolf, que constata que “os jornalistas conhecem pouco seu público” (WOLF, 2003, p. 222).

No que se refere à especificação do critério em questão Golding-Elliott (1979) lhe atribuem os da “estrutura narrativa”, da capacidade atrativa do material filmado que acompanha a notícia, do entretenimento e da importância da notícia. Por outro lado, Gans (1979) define três categorias: *a.* as notícias que permitem uma identificação por parte do espectador; *b.* as notícias de serviço; *c.* as chamadas *non-burdening stories*, ou seja, notícias leves, que não oprimem o espectador com muitos detalhes, ou com histórias deprimentes, ou desinteressantes (WOLF, 2003, p. 223)

A última ordem diz respeito aos **critérios relativos à concorrência** e às relações entre os meios de comunicação de massa no mercado. Nessa relação alguns dos valores/notícia já citados são reforçados. A questão do furo, a competição que faz o telejornal noticiar um fato esperando que o concorrente o faça e a semelhança dos noticiários concorrentes são as tendências apontadas por Gans (Wolf, 2003, p. 224).

É importante firmar que os valores/notícia só ganham significado na prática, envolvidos nas rotinas de produção. As principais fases da produção, “encontradas em todos os aparatos e incidem principalmente na qualidade da informação”, segundo Wolf (2003, p. 228), são: a coleta, a seleção e a apresentação. As características de cada fase serão tratadas no próximo capítulo, num relato sobre a rotina de produção na redação da TV Paranaense e da RBS TV. Dessa forma, busca-se apresentá-las inseridas no contexto real e tratar somente de seus aspectos mais significativos.

5 METODOLOGIA

O presente trabalho constitui-se de um estudo sobre telejornalismo regional, tema que ainda possui escassa bibliografia. Para identificar as principais características do jornalismo regional enquanto produto, parte-se para uma análise comparativa de dois telejornais regionais: Paraná TV 1ª Edição, do Grupo RPC, e Jornal do Almoço, do Grupo RBS TV de Santa Catarina, ambos afiliados da Rede Globo.

Pretende-se analisar a linha editorial de cada veículo e como cada um conduz seu jornal no estado. Serão sublinhadas as principais diferenças e também as semelhanças, que poderiam ser impostas pela rede nacional. Para tal objetivo, traça-se um pequeno panorama da história da emissora.

O objetivo inicial consistia em participar da rotina da redação dos dois veículos e analisar tanto a produção quanto o produto final. A realização, no entanto, só foi possível na redação da TV Paranaense, em Curitiba, por dois dias, devido a proximidade geográfica. Na RBS TV, em Florianópolis, porém, foi feita uma visita de um dia, já com as edições do Jornal do Almoço gravadas para análise.

O acesso às redações não foi um problema para a realização da pesquisa de campo, pelo contrário, a proposta foi muito bem recebida pelos editores-chefes dos telejornais. A única dificuldade foi o acesso às redações por mais dias, o que já era esperado. O próprio pesquisador Mauro Wolf (2003, p. 193) coloca em seu livro o problema de obter acesso às redações por períodos muito prolongados.

Pode-se apontar que o grande empecilho para este estudo durante o ano de 2006 foram os eventos que aconteceram: Copa do Mundo de Futebol e eleições de presidente, governador, senador e deputados federal e estadual. Os dois acontecimentos influenciaram muito os telejornais regionais, que sofreram conseqüências de horário e duração. Um dos horários dos

jogos da Copa da Alemanha, por exemplo, era às 13h, exibido pela Rede Globo mesmo quando o Brasil não estava jogando. O telejornal local, ou entrava bem antes com tempo reduzido, ou era exibido mais tarde que o normal. Já as eleições trazem o programa eleitoral obrigatório por volta do meio dia e meia, outra consequência.

A pesquisa procurou, ao máximo, minimizar estas nuances, tanto da duração do telejornal quanto do conteúdo. Os temas sobre os candidatos quase não foram tratados nas edições analisadas, a exceção foi uma entrevista em estúdio do Paraná TV com um dos candidatos ao governo do estado. As pesquisas de campo e o contato com os editores-chefes foram os principais métodos para buscar o que realmente acontece nos dias ditos normais.

Apesar de serem um obstáculo, em nenhum momento os dois eventos citados impediram a realização desta pesquisa, pois o objetivo, independentemente do acontecimento, é analisar comparativamente a linha editorial dos telejornais.

Para isso, quatro edições de cada telejornal foram gravadas, em dias diferentes. O Paraná TV foi gravado de quinta à segunda-feira, nos dias 10, 11, 12 e 14 de agosto, de Curitiba. No mesmo período, a pesquisadora esteve na redação, nos dias 11 e 14. No dia 15 entrou no ar a propaganda eleitoral obrigatória. A metodologia usada foi a observação participante, técnica fundamental dentro das pesquisas do *newsmaking*, anotando como funcionava a produção e esclarecendo dúvidas com o editor-chefe do telejornal.

As ferramentas eram dois questionários, um sobre a linha editorial do telejornal e sobre as rotinas de produção, a ser aplicado ao editor-chefe; o outro questionário dizia respeito à observação, em que alguns itens foram previamente listados para serem notados na redação, conforme Wolf define como sendo a técnica da observação participante:

Os dados são recolhidos pelo pesquisador, presente no ambiente que serve de objeto de estudo, seja com a observação sistemática do que ocorre nesse espaço, seja por meio de conversações mais ou menos informais e ocasionais, ou verdadeiras entrevistas, conduzidas com os que desenvolvem os processos de produção. (WOLF, 2003, p. 191).

O período consentido de dois dias foi curto, mas era algo esperado. “[...] geralmente é consentido o acesso ao aparato jornalístico por um tempo muito breve (dois ou três dias), evidentemente insuficiente, mesmo que apenas para se familiarizar com o ambiente”. (WOLF, 2003, p. 192).

Também quatro edições foram gravadas do Jornal do Almoço, da RBS TV de Santa Catarina. As edições datam de quinta à segunda-feira, dias 21, 22, 23 e 25 de setembro. Só que desta vez, o telejornal não foi gravado da capital, de onde é gerado o jornal estadual, mas sim da região do Vale do Itajaí. O jornal gerado de Blumenau foi gravado em Brusque para analisar também a questão do jornalismo local, pois dois blocos do telejornal catarinense são locais. Não foi possível gravar as edições antes do início da propaganda eleitoral e a emissora não dispõe em arquivo as edições anteriores na íntegra. A visita à redação de Florianópolis foi feita no dia 23 de outubro.

O objetivo, como exposto anteriormente, é o de analisar comparativamente a linha editorial do telejornal de maneira ampla, como exemplo de comunicação regionalizada que resiste à massificação dos *mass media* enquanto sistema determinante para a elaboração da cultura e da imagem da realidade social. Uma análise mais aprofundada poderia ser dada num segundo momento numa tese de mestrado. Para isso, quatro edições de cada telejornal é um bom número para uma análise de graduação.

Cada edição, cada bloco, cada fala do apresentador será desconstruída. Assim será feita uma análise vertical, termo usado pelo professor Carlos Rocha nas aulas de telejornalismo do curso de Jornalismo da UFPR¹⁸. O mesmo método já foi usado em um trabalho de graduação, em 2003, pela aluna Daniele Siqueira, que analisou seis edições do Jornal Nacional. Abaixo, os principais elementos presentes na estrutura vertical:

¹⁸ Assim se estrutura de forma simples uma edição de telejornal, mostrada com um eixo vertical ao longo do qual se sucedem as diferentes matérias. Já o conteúdo de cada matéria, chamada de VT, como o *off*, passagem, sonora, dentre outros, se estrutura num eixo horizontal, que não será objeto desta análise em que pretende-se buscar a construção e a linha editorial de cada jornal.

- a) Cabeça: trecho introdutório, lido pelo apresentador, que dá o gancho da matéria, abrindo a notícia. É semelhante ao *lide* no jornalismo impresso;
- b) Nota retorno: informação complementar dada pelo apresentador após uma reportagem ou nota coberta, sem o acompanhamento de imagens dos acontecimentos;
- c) Escalada: primeira parte do telejornal, quando os apresentadores, tendo como fundo sonoro o trecho musical característico da abertura, anunciam as principais manchetes do dia. O objetivo é despertar a atenção do telespectador;
- d) *Link*: ligação entre dois ou mais pontos para transmissão de sinais de imagem e som. Essa linha de transmissão é composta de antenas parabólicas ou pelo sistema digital;
- e) Nota coberta (NC): formato de matéria em que a notícia é dada apenas através do relato verbal do apresentador, sem imagens dos acontecimentos;
- f) Nota pelada (NP): formato de matéria em que a notícia é dada apenas através do relato verbal do apresentador, sem imagens dos acontecimentos;
- g) Passagem de bloco: anúncio feito pelos apresentadores, no final de cada bloco (exceto o último), sobre as notícias mais importantes do bloco seguinte. Normalmente vem acompanhada por recursos visuais e por trilha sonora característica e o texto coberto por imagens do fato;
- h) Tela: é um VT que traz imagens projetadas na tela através de recursos gráficos para firmar ao telespectador alguma informação ou dá algum serviço como oportunidades de emprego;
- i) *Teaser*: trecho de fala do repórter utilizado na escalada, a fim de chamar a atenção do telespectador para a matéria e/ou dar ritmo à apresentação das manchetes. O *teaser* também pode ser só de imagens, acompanhadas ou não de som ambiente;
- j) Vinheta: recurso gráfico, normalmente acompanhado por imagem e trecho musical característicos, trabalhados com efeitos especiais, utilizados na abertura, no encerramento

e nas passagens de bloco. Também podem ser feitas vinhetas especiais, destinadas a marcar a entrada ou a saída de uma reportagem sobre tema específico ou da previsão do tempo.

- k) VT (videoteipe): jargão utilizado para caracterizar reportagem completa feita por repórter, com imagens do local dos acontecimentos e sonoras de entrevistados.

Através da análise, poderão ser classificados os gêneros dos telejornais: informativo, opinativo, perfil, enquête e serviço.

Outra ferramenta empregada é a análise dos dois principais jornais impressos de cada estado como instrumento de consulta e verificação, para conhecer o que acontecia durante o período em que os telejornais foram ao ar. Tenta-se perceber a gama de fatos que o editor-chefe tinha à disposição para selecionar. Toda a análise daqui em diante partirá das pesquisas em comunicação já expostas: *agenda-setting*, *gatekeeper* e *newsmaking*.

Apesar de compreender a importância da audiência, principalmente a regional, ela não será o principal objetivo deste estudo. A presente pesquisa parte para a análise dos emissores da notícia. O processo de percepção, se o discurso dos meios de comunicação se associa às práticas do público, seria um novo ponto de partida, pois “[...] um mesmo telejornal poder ser ‘lido’ diferentemente por diversas comunidades de telespectadores, em função de seus valores, ideologias e estratégias perceptivas ou cognitivas” (MACHADO, 2003, p. 100). Variáveis que mostram o quão complexo é o estudo da audiência.

6 A TV NA ANTIGA PROVÍNCIA DO PARANÁ

“O Paraná foi a última província criada durante o Império e, como consequência, foi, também, a última a ter imprensa própria”. (CRIPPA in GONTIJO, 2001, p. 250). Foi só em 19 de dezembro de 1853 que a 5ª Comarca de São Paulo, Curitiba, passou a ser a Província do Paraná.

Quando a emancipação política do estado comemorou seu primeiro centenário, foi instalada a primeira emissora de televisão¹⁹. Em 1953, um grupo de empresários e políticos associou-se com o objetivo de organizar a Rádio e Televisão do Paraná S/A. A empresa era comandada por Assis Chateaubriand e fazia parte do projeto do empresário de instalar uma rede nacional.

A transmissão, cuja estréia aconteceu em julho de 1954, foi um sucesso, mas Chateaubriand preferiu retardar a instalação dos estúdios para dar prioridade à TV Piratini, de Porto Alegre. Insatisfeito com a decisão, o empresário paranaense Nagibe Chede, um veterano do rádio, solicitou à Philips uma cotação dos equipamentos para colocar uma emissora no ar, em 1958. Após as dificuldades, o empresário deu início às primeiras transmissões experimentais de programas de variedades, esportes e números musicais. Mas as atrações só podiam ser vistas pelos televisores instalados na vitrine das Lojas Tarobá.

Com a chegada dos aparelhos de TV e percebendo o interesse da população, Nagibe decidiu pedir ao presidente da República, na época Juscelino Kubitschek, uma autorização para operar com televisão em Curitiba. A partir daí, o paranaense começou a buscar novos

¹⁹ Dados do livro Luz, Câmera, (Improvis)Ação, O início da História da Televisão no Paraná, de Marília Seeling.

equipamentos. Como apenas as imagens eram transmitidas, resolveu-se colocar a Rádio Curitiba em cadeia para transmitir o som da televisão.

Telejornais no estilo radiofônico, em que o apresentador lê uma série de notícias do dia, eram exibidos. Nas propagandas feitas ao vivo, os garotos e garotas propaganda tinham que ficar o dia inteiro dentro do estúdio para realizar as encenações durante os intervalos. Somou-se à programação a apresentação de filmes americanos cedidos pelo Consulado dos Estados Unidos.

A TV Paranaense, o Canal 12, ficou cerca de sete meses transmitindo em caráter experimental, até sua inauguração oficial, no dia 28 de outubro de 1960. Pouco antes foi adquirida uma antena parabólica, considerada a maior da América do Sul, que transmitia e captava num raio de 200 quilômetros. Nessa época, surgiu um programa que faria sucesso na televisão paranaense: o *Repórter Real*. Era um noticiário em que o locutor ficava o tempo todo a frente das câmeras lendo as notícias, sem ilustrações.

A busca da integração do estado pela TV começou a partir dos anos 60, quando o interior apresentava pouca, ou quase nenhuma, afinidade com a capital. Pensando em ampliar seu império também para o norte, Chateaubriand decidiu montar uma TV no interior. Bancada com dinheiro da TV Paraná, em 21 de abril de 1963, foi inaugurada a TV Coroados em Londrina, hoje pertencente ao grupo RPC. Atualmente Curitiba tem seis emissoras de televisão, e o Paraná, cerca de 45, com aproximadamente mil repetidoras nos 399 municípios paranaenses.

6.1 A CHEGADA DO GRUPO GAÚCHO RBS EM SANTA CATARINA

O conglomerado Rede Brasil Sul de Comunicações inaugurou sua primeira emissora de televisão em 29 de dezembro de 1962, no Rio Grande do Sul. Era a TV Gaúcha, atual RBS

TV, que instaurou a concorrência à pioneira Piratini. Segundo a jornalista e professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Virginia Fonseca (in GONTIJO, 2001, p. 254), a entrada em operação da emissora da RBS teve duas características marcantes. “Era uma emissora genuinamente local e empresa mais bem organizada comercialmente. Não constituía investimento de radialistas apenas, mas de homens de negócios, empreendedores do campo da publicidade e das comunicações”.

A TV Gaúcha buscou uma programação que estabelecesse uma identidade cultural com o estado. A primeira emissora de televisão de Maurício Sirotsky, fundador da RBS TV, foi instalada com pesados investimentos, supridos por meio de um acordo com a TV Excelsior. O acordo possibilitou a expansão da TV Gaúcha para o interior do Rio Grande do Sul. Quando em 1971, porém, as emissoras da rede Excelsior no Rio de Janeiro e São Paulo encerraram suas atividades, a TV Gaúcha transferiu seu convênio operacional para a Rede Globo.

Na sua monografia sobre os 25 anos do Jornal do Almoço, Lisandra Nienkoetter (2005, p. 30) coloca que, segundo a pesquisadora Dulce Márcia Cruz, na década de setenta, o Rio Grande do Sul tinha uma das maiores rendas *per capita* e o terceiro maior mercado consumidor do país, o que justifica a expansão da televisão no estado. E destaca que igualar uma só programação não “poderia ser a política para um estado de gostos e hábitos tão diversificados, baseados em tradições, como as dos gaúchos”.

A Globo tinha duas opções: implantar uma rede de repetidoras que levasse ao interior apenas o sinal da TV Gaúcha (opção mais cara), ou formar um sistema regional, através dos principais pólos econômicos do estado, adicionando em sua programação um toque local à massa de informações transmitidas pelas estações de outros grandes centros, como São Paulo, Belo Horizonte, Rio e a própria Gaúcha, sediada em Porto Alegre. Com a escolha da segunda opção, criou-se a Rede Regional de Televisão. (DULCE CRUZ, apud NIENKOETTER, 2005, p. 30).

Quando chegou em Santa Catarina, em 1979, a televisão criada por Sirotsky já estava espalhada pelo Rio Grande do Sul, na recém criada Televisão Regional. Existia em Santa

Catarina, na época, apenas a TV Cultura de Florianópolis, que retransmitia a programação da TV Tupi, e a TV Coligadas de Blumenau, que veiculava a programação da Rede Globo. As duas emissoras apresentavam deficiência técnica e dificuldade em se consolidar no mercado televisivo de Santa Catarina, o que fez com que a Rede Globo encerrasse o contrato com a Coligadas.

Sem um grande grupo operando em Santa Catarina e com uma forte proposta operacional, a RBS chega ao estado com o objetivo de dominar o mercado. O pedido de concessão de Maurício Sirotsky Sobrinho para o canal em Florianópolis foi apresentado ao Ministério das Comunicações a partir de edital publicado em dezembro de 1973 e, em 1977, o direito foi cedido para a proposta do grupo RBS. A oferta apresentada pela Rede Brasil Sul destacava, principalmente, dois pontos: a capacidade técnica que permitia levar o sinal de televisão para todo o território catarinense e a vontade de produzir, no estado, uma programação regional de televisão. (NIENKOETTER, 2005, p. 33).

A integração do estado através da televisão foi a proposta do grupo gaúcho. Esse aspecto é verificado até hoje.

A RBS TV busca essa aliança com o RS reiteradamente, ramificando-se pelo interior estabelecendo identidades com cada uma das micro-regiões interioranas. Essa estratégia assegura-lhe a audiência e a captação publicitária que, por sua vez, lhe permitem negociar em boas condições com a Rede Globo, de quem é afiliada, espaços maiores na grade da programação para inserção de produções locais. (FONSECA in GONTIJO, 2001, p. 254).

A RBS é um empreendimento hegemônico, tanto no Rio Grande do Sul quanto em Santa Catarina, onde as pequenas organizações familiares foram substituídas por conglomerados econômicos. “O maior exemplo é a fortíssima presença do grupo comandado pela Rede Brasil Sul, que exerce hoje o domínio de todo o sistema, com seu complexo de televisão, jornais, estações de rádio, TV a cabo e Internet”. (PEREIRA in GONTIJO, 2001, p. 255).

Apesar das transformações ocorridas com a chegada dos conglomerados comunicacionais, de um maior profissionalismo e de novas tecnologias, o jornalista Moacir Pereira (in GONTIJO, 2001, p. 255) aponta que em Santa Catarina “manteve-se, contudo, um perfil próprio: o da regionalização dos meios, fortalecido pelo arquipélago cultural em que se

constitui o estado, com várias ilhas étnicas, econômicas, sociais, folclóricas”. Nos estudos de Suzana Kilpp sobre a história da TV no RS, a RBS foi considerada a afiliada mais competitiva da Globo, com relativa autonomia e inventividade. Segundo o site institucional da emissora,

A RBS TV é a maior rede regional de televisão da América Latina. São 18 emissoras de televisão afiliadas da Rede Globo que cobrem 99,7% dos domicílios com TV do RS e SC. Com uma programação voltada para a valorização da cultura e da informação regional, a RBS TV é a emissora que mais produz localmente no Brasil (15% da programação).

7 A REDAÇÃO DA TV PARANAENSE: EM FOCO O PRTV 1

Ao chegar à sede da TV Paranaense, no bairro Mercês, em Curitiba, às oito horas do dia 11 de agosto de 2006 (sexta-feira), a primeira frase que escuto e me chama atenção é “Não era uma jaguatirica”. Quem falou foi o editor-chefe do Paraná TV Primeira Edição. O assunto da frase se repetiria no meu segundo dia de visitas e cujo sentido eu viria a entender depois.

Após as devidas apresentações, às 08h15min havia poucas pessoas na redação, nem metade dos computadores estavam ocupados. E os funcionários que lá estavam faziam planos de tomar café. As duas editoras-apresentadoras do telejornal já tinham chego.

A primeira impressão sobre a estrutura física da redação é de algo moderno. Os computadores são distribuídos em várias fileiras e logo adiante está a bancada do telejornal, que entra ao vivo com a redação ao fundo, utilizada pelos três telejornais da casa: Bom Dia Paraná, PRTV1 e PRTV2. O diretor de jornalismo, o chefe de redação e a chefe de reportagem trabalham também neste espaço, mas em salas reservadas por divisórias. Já o editor-chefe do PRTV e as duas editoras trabalham no mesmo ambiente dos repórteres.

Sobre os três telejornais da emissora, o editor comenta que o PRTV1 é o que tem fechamento mais apertado e corrido, pois “as coisas estão acontecendo durante o dia e quando se percebe uma movimentação durante a manhã, faz-se o possível para pôr no ar”. Com relação aos recursos, o editor revela que há uma verba destinada a todo o departamento de jornalismo da emissora, não sendo feita uma divisão por telejornais. E as equipes de reportagem produzem matérias para todos os programas, inclusive matérias pedidas para a rede.

Na emissora há dez ilhas de edição, que o telejornal administra com o Globo Esporte, programa que vai ao ar logo depois do PRTV1, e a redação caminha para uma modernização. As matérias não serão mais arquivadas em fitas betas, mas discos ficarão arquivados na

fitoteca. “A idéia é, no ano que vem, sair da edição linear e ir para a digital, que joga as imagens direto no computador, edita virtualmente e depois o computador monta”, resume o editor.

O PRTV1 é dividido em quatro blocos. Os três primeiros blocos são estaduais e o último é local, ou seja, com notícias da cidade. O telejornal já chegou a ter o seu primeiro bloco local, mas o que acabou sendo alterado por questão de audiência, segundo o editor. “A tendência da audiência é crescer no terceiro e quarto blocos. Assim valorizamos o jornal da praça, entregamos com audiência melhor”.

Durante as passagens de bloco, feitas no fim dos três primeiros blocos, o telejornal mostra ao vivo três cidades paranaenses e o que está acontecendo em cada uma, com a indicação da temperatura local e o horário. “Mostramos o Estado ao vivo para o telespectador saber o que está acontecendo. É uma forma de se ter imagens do Paraná. Escolhemos as melhores imagens, principalmente as que têm movimento”, explica o editor.

Outra ação que dá dinâmica ao telejornal, segundo o editor, são os *links*²⁰ entre os apresentadores das várias praças, em que Curitiba “chama” várias cidades. Nestes *links*, a rede sugere o assunto e a praça escreve o texto. Os editores estaduais recebem o texto e fazem algumas alterações, se necessárias. “Foz [do Iguaçu] abriu da mesma maneira que deram há um tempo atrás e mudamos”, explica o editor sobre as variadas situações que acontecem no dia-a-dia.

Sobre a linha editorial, o editor aponta que a prioridade é o factual, as notícias do dia. Segundo ele, a variedade de assuntos no telejornal é grande e parte para o lado comportamental. “Atiramos para todo o lado”, resume o editor em tom informal. Segundo Wolf (2003, p. 179), “a ‘intensa atividade’ empregada pela mídia para levar à agenda temas

²⁰ “É a ligação entre dois ou mais pontos para transmissão de sinais de imagem e som. Essa linha de transmissão é composta de antenas parabólicas ou pelo sistema digital. O mesmo que enlace”. (BARBEIRO e LIMA, 2002, p. 195).

diversamente visíveis representa uma fase de grande importância, mas de êxito incerto, ligado a múltiplas variáveis”.

O único assunto que nunca será abordado é o esporte, pelo fato de o programa seguinte na grade de programação ser esportivo. Um quadro que sempre está presente no telejornal é a previsão do tempo, no terceiro bloco, que é mais “informal”, conversada com as apresentadoras.

No telejornal não há comentaristas e quando se sente a necessidade de aprofundar algum assunto, buscam-se especialistas e entrevistas em estúdio, de acordo com o editor.

Não temos a figura do "comentarista" no PRTV-I. Agora, cada assunto que mereça maior aprofundamento, análise, será acompanhado da entrevista de um (ou mais) especialista(s), ao vivo, quer seja na bancada/estúdio ou link/externa. Nos assuntos polêmicos, mais pessoas são ouvidas. Promovem-se debates para tentar ampliar ao máximo a visão do assunto²¹.

O telejornal também não exhibe matérias de violência, nem produz. Sobre pessoas detidas pela polícia, seus rostos só aparecem se forem pegos em flagrante. Caso contrário, aparecem de costas - não é filmado o tradicional paredão com os presos um do lado do outro. Crianças em situação constrangedora também não são identificadas. O editor comenta da matéria exibida no dia anterior sobre trabalho escravo numa carvoaria, em que as crianças que lá estavam tiveram seus rostos camuflados.

O editor não tem uma visão exata do público, pelo fato de ser bem diversificado, o que é refletido no telejornal. Ele acredita que se trata de um “público mais maduro”. O *Manual de Telejornalismo*, de Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima (2002), esclarece que a organização das notícias, além de obedecer às regras do meio e do veículo específico, tem que sempre considerar o perfil do público-alvo para o qual o telejornal se destina. Segundo o editor, os telespectadores da segunda edição do telejornal já são mais definidos, de pessoas que chegam em casa após voltarem do trabalho.

²¹ Entrevista concedida por e-mail a Bruna Maestri Walter, no dia 9 out. 2006.

Uma das iniciativas para conhecer os desejos do público sobre os candidatos nesta eleição foi o projeto RPC Cidadania. Através de terminais espalhados por Curitiba, a população poderia votar nos quesitos que achava mais e menos importantes para um candidato possuir, como honestidade, ser trabalhador, assistencialista. Apesar de sempre presente no telejornal, a decisão de pôr o quadro no ar não foi da equipe do telejornal, mas da emissora. O último dia da pesquisa seria no sábado.

Sobre os quadros do telejornal, o quadro de culinária voltaria com o fim da eleição. “É um quadro interativo que as pessoas buscam a receita do prato apresentado no *site* da emissora. No Bom Dia Paraná, a receita é de um prato mais elaborado”, conta o editor. Outros quadros são a agenda cultural e a coluna de emprego.

7.1 COMEÇA A PRODUÇÃO DO DIA

Às 08h25min, tem início a reunião de caixa com as sete emissoras afiliadas a TV Paranaense no estado: TV Cultura, de Maringá, TV Coroados, de Londrina, TV Cataratas, de Foz do Iguaçu, TV Oeste, de Cascavel, TV Esplanada, de Ponta Grossa, TV Guairacá, de Guarapuava, TV Imagem de Paranavaí. O editor-chefe adianta que o telejornal do dia não está começando do zero.

Na reunião de caixa, que teve seu horário recentemente adiantado, algumas praças não estavam presentes no início e vão chegando aos poucos. O editor inicia a reunião com um “Bom dia” a todas as praças e em seguida se dirige a cada uma.

Nota-se que o contato com as praças é a principal fonte do telejornal estadual para saber do que está acontecendo em todo o Paraná. O jornalismo televisivo é “mais dependente dos sistemas institucionais de coleta”, segundo Wolf (2003, p. 229), como se as próprias notícias buscassem os jornalistas. “Na prática, o jornalista radiotelevisivo é relativamente

limitado na coleta que pode fazer, e a produção da informação televisiva é, em grande parte, a elaboração passiva de notícias que a redação não pode deixar de dar”. (WOLF, 2003, p. 229). Yorke (1998, p. 33) aponta que “qualquer relação entre estações de televisão ou de rádio afiliadas, locais ou regionais multiplica as fontes e aumenta a eficiência para colher a notícia”.

Na reunião, a praça de Ponta Grossa “ficou de ver” uma matéria e Londrina também não tinha nada a princípio, mas sugeriu uma passagem de bloco sobre a feira da solidariedade.

Maringá ofereceu uma nota coberta sobre o resultado do vestibular da sua Universidade Estadual que sairia naquele dia (o que editor preferiu uma nota pelada no telejornal com o endereço do site da emissora para os candidatos acessarem o resultado). A praça também sugeriu um VT de uma festa nipo-brasileira, o que o editor deixou para o telejornal local.

Paranavaí iria fazer uma geração para Umuarama de uma partida de futsal para o Globo Esporte. Foz do Iguaçu ofereceu um VT já fechado sobre a seca em Chopinzinho; um VT sobre uma barragem; e outro sobre o cadastro de sacoleiros no Paraguai. Cascavel também ofereceu um VT sobre a falta de água na sua região rural e um *link* com imagens da festa do morango para a passagem de bloco. Guarapuava não tinha previsão, mas poderia providenciar uma passagem de bloco. “Já tem bastante”, refuta o editor.

No final da reunião com as praças, cujos chefes estavam na sede da rede em Curitiba naquela sexta-feira, uma das apresentadoras-editora sugere resgatar o assunto Íris e fazer uma nota um pouco maior. Ela se referia ao deputado federal Íris Simões, do PPS, envolvido no esquema das sanguessugas. O assunto era capa da Gazeta do Povo daquela sexta-feira. “[...] no que se refere aos jornalistas televisivos os jornais são a fonte mais relevante para os valores/notícia e os modelos de profissionalismo”. (GOLDING-ELLIOTT, 1979, apud WOLF, 2003, p. 242).

Acatada a sugestão, o editor comenta que parece que o jornal local inteiro iria ser sobre seca. Para o quarto bloco local estava programado, inclusive, um *link* na sede da Vigilância Sanitária para uma entrevista sobre os bares que continuam funcionando no dia em que há racionamento em seu bairro. “Estamos denunciando e dando orientações”, aponta o editor.

O editor diz que a questão do racionamento é um assunto que a emissora tem “batido” muito. O interesse é pelo “dever de informar a população”. Segundo o pesquisador Hohlfeldt,

dependendo dos assuntos que venham a ser abordados – agendados – pela mídia, o público termina, a médio e longo prazos, por incluí-los igualmente em suas preocupações. Assim, a *agenda da mídia de fato passa a se constituir também na agenda individual e mesmo na agenda social*. (2001, p. 191) [grifos do original].

No telejornal local da capital, área mais afetada pelo racionamento, eram exibidas vinhetas com animações de como economizar água em diferentes situações. O mesmo não acontecia no interior do estado, onde o racionamento ainda não tinha sido decretado oficialmente.

No *Manual de Telejornalismo*, de Barbeiro e Lima (2002), a função de editor-chefe é definida como

o representante do telespectador na organização do aparente caos que é o emaranhado de fatos que acontecem simultaneamente. Ele tem o mandato para ordenar, classificar, escolher o que vai ser noticiado ou não. Daí a grande responsabilidade do editor no sucesso do telejornal (p. 56).

O telejornal local é exibido para Curitiba, Região Metropolitana e litoral. Apesar de gerado em Curitiba, há uma preocupação em não apresentar somente assuntos da capital. “Quando a prefeitura faz algo grande, aí sim entra no jornal”, aponta o editor. Outro quadro local é a oferta de emprego, “que entra às vezes”.

Sobre os *links* ao vivo, o editor explica que eles são feitos por um caminhão externo. “Quando se encontram boas condições de localização o *link* é montado de 10 a 15 minutos, como por exemplo, na praça Ruy Barbosa e no Centro Politécnico da UFPR”. Os problemas

que podem surgir se referem às restrições técnicas, em que os *links* não são feitos por satélite, mas por ondas. “Vários pontos do calçadão da rua XV não fecham”, aponta o editor. O *link* é pedido no dia anterior e às vezes, dependendo do local em que será montado, são feitos testes. “Isso é limitador. No Rio de Janeiro, por exemplo, é feito por satélite”. Ivor Yorke (1998) explica resumidamente como funciona o processo:

Sob condições atmosféricas normais, os sinais de imagem são transmitidos, a curtas distâncias, por microondas que se propagam em linha reta. Para transmissões a longa distância é preciso enviar os sinais ao espaço, onde são recebidos por satélites orbitais de comunicação e depois devolvidos para estações terrestres. (YORKE, 1998, p. 30).

Mas é preciso levar em conta de que sempre estar-se lidando com investimentos financeiros.

A tecnologia de microondas, por exemplo, representa um investimento financeiro que necessita de um uso programado e previsto, a fim de maximizar o uso cotidiano do equipamento. Infelizmente, uma programação rígida minimiza a disponibilidade dessa aparelhagem para “coberturas imediatas”. Por conseguinte, fatores econômicos e a necessidade de organização do trabalho podem limitar a capacidade do aparato de atingir seus objetivos. (BANTZ-MCCORKLE-BAADE, apud WOLF, 2003, p. 252).

No interior do estado, porém, a limitação é ainda maior. Em Guarapuava os *links* são feitos apenas em cima do morro da sede da emissora. “Aconteceu uma situação ao vivo em que a geração de um parque deu problema. Vários fatores influenciam”.

Naquele dia, nenhum entrevistado estava previsto no telejornal. Há casos especiais em que fontes especializadas no assunto são convidadas. Foi o que aconteceu quando a TV flagrou dois policiais roubando aparelhos de som dos carros estacionados no Largo da Ordem, setor histórico de Curitiba. Após a exibição, o secretário estadual de segurança pública foi ao telejornal falar sobre o incidente. “Naquele dia eu derrubei tudo que tinha para o secretário explicar a situação”, diz o editor.

As imagens foram flagradas após os cinegrafistas passarem dias filmando a região. A sugestão partiu de um repórter que tinha feito uma matéria sobre o roubo de carros naquele bairro e decidiu voltar lá para ver se a situação havia mudado. A participação dos policiais foi

surpresa. O editor revela que já houve tentativas de flagras em outras situações, mas que não tiveram sucesso. E em período eleitoral, abria-se brecha para muitas denúncias, e tudo deveria ser cautelosamente checado - o mesmo acontecia às inaugurações, cobertas com cuidado.

Um problema que estava sendo debatido naquele dia na redação era a propaganda eleitoral obrigatória que começaria na terça-feira e mudaria a grade. O telejornal ficaria mais curto e entraria 15 minutos antes. “É horrível essa mudança. Antecipar sempre é ruim, a audiência é mais baixa”, revela o editor. Algo parecido tinha acontecido na Copa do Mundo de Futebol, em que algumas situações o telejornal entrava antes. Segundo o editor, porém, nesse caso o evento atraía telespectadores.

Às nove horas nenhum sinal de que alguma matéria diferente do que estava previsto chegaria. Tudo indicava que o jornal só teria notícias do racionamento. O editor começa a montar o espelho²² do jornal. O programa de computador usado é o INEWS, com gerador de caracteres²³ integrado. Pelo sistema, o editor conseguia ver toda a rede nacional.

A nota coberta sobre o deputado Íris Simões foi planejada para o primeiro bloco. A dificuldade em conseguir contato com o deputado fez com que as imagens da nota fossem de arquivo.

A entrada ao vivo daquele dia seria de um laboratório da UFPR em que o repórter mostraria como medir a evaporação, que está afetando represas da região.

Com o fim do projeto RPC Cidadania, planejava-se fazer VTs temáticos sobre o Paraná e os desafios que aguardavam os candidatos ao governo do estado. Para a eleição também estavam planejadas entrevistas em estúdio, que começariam na próxima segunda-feira com o candidato Osmar Dias, do PDT. Vale frisar que

Os meios de comunicação de massa exercem a influência que têm, uma vez que constituem algo mais do que um simples canal, por meio do qual a política dos

²² “É a relação e a ordem de entrada das matérias no telejornal, sua divisão por blocos, a previsão dos comerciais, chamadas e encerramento”. (BARBEIRO e LIMA, 2004, p.195).

²³ “Método eletrônico para escrever na tela”. (YORKE, 1998, p. 197).

partidos é apresentada ao eleitorado. Ao filtrar, estruturas e enfatizar determinadas atividades públicas, o conteúdo da mídia não se limita a transmitir o que os porta-vozes proclamam e o que os candidatos afirmam [...] não apenas durante a campanha, mas também nos períodos intermediários, os meios de comunicação de massa fornecem perspectivas, modelam as imagens dos candidatos e dos partidos, ajudam a promover os temas sobre os quais versará a campanha e definem a atmosfera e a área específica de relevância e reatividade, marcadas por toda competição eleitoral particular. (LANG-LANG, 1962,apud WOLF, 2003, p. 141).

Como a lei exige que nos veículos eletrônicos, concessões do Estado, todos os candidatos ao governo do estado deveriam participar, os quatro melhores colocados nas pesquisas de intenções de voto apareceriam no PRTV1, enquanto os restantes no Bom Dia Paraná.

O editor ainda não sabia a duração que teria no telejornal do dia. O tempo é dividido com o Globo Esporte, na faixa dedicada pela rede nacional aos programas locais. A duração do telejornal é variável, pois às vezes a rede também altera o tempo, mas com uma diferença mínima, de um a dois minutos. “No nosso jornal tudo é adaptável”, garante o editor.

Uma preocupação é não repetir o repórter na mesma edição do telejornal, mas fazer uma distribuição. Sobre as reportagens que vêm das praças, o editor comenta que se a matéria chegar e tiver problemas, não entra no jornal. “Às vezes vêm com erro, não está no tom certo”, revela.

“Hoje está fraco”, comenta o editor. As matérias que ele tinha em gaveta também não ajudavam: uma era de Londrina sobre chás, o que não combinava com o calor que fazia no estado, e outra era sobre flores precoces que desabrochavam, mas também não poderia ser usada, pois a repórter aparecia no vídeo usando uma jaqueta para o frio.

Um assunto retomado da edição anterior foi o aparecimento de uma jaguatirica em uma rodovia. Após ser encontrada por um homem, ela seria solta em um zoológico em Tijucas do Sul no dia seguinte. Mas diferente do que foi apresentado, não se tratava de uma jaguatirica e, sim, de um gato maracajá.

Nos seus estudos sobre *newsmaking*, Wolf (2003, p. 213) coloca que “interessantes são as notícias que buscam dar ao evento a interpretação baseada no lado do ‘interesse humano’, do ponto de vista insólito, das pequenas curiosidades que atraem a atenção”. O que é complementado por outros dois estudiosos, Golding e Elliot (1979 apud WOLF, 2003, p. 213) que “a capacidade de entreter encontra-se em posição elevada na lista dos valores/notícias, seja como fim a si mesma, seja como instrumento para realizar outros ideais jornalísticos”. Já Schlesinger (1978) aborda a questão da familiaridade que o fato adquire ao ser dados novamente no dia seguinte.

A produção é organizada de modo tal, que sua dinâmica fundamental enfatiza a efemeridade das histórias. Se uma notícia se prolongar de um dia para outro, assume-se que o público, depois de um dia de exposição, esteja adequadamente familiarizado com o problema, de maneira que permita que o *background* seja amplamente dado por conhecidos. São sempre os desenvolvimentos do dia presente que ocupam o primeiro plano”. (SCHLESINGER, 1978, apud WOLF, 2003, p. 232).

Nesse momento o editor é avisado sobre um VT de um incêndio em Prudentópolis e sobre outro VT que viria de Maringá, apresentando uma cartilha com dicas dos *dekasseguis* que foram trabalhar no Japão e voltaram ao Brasil.

Na capital, mais uma equipe de reportagem fazia um VT sobre seca, na colônia Muricy, na Região Metropolitana de Curitiba. Lá, os produtores rurais estavam se virando contra um possível racionamento com três poços artesianos. Com a grande variedade de matérias sobre o assunto, o editor ligou para repórter fazer seu trabalho com calma que a matéria ficaria para o dia seguinte (sábado).

Às 10h, o editor procura saber qual será a duração do telejornal, que varia de um dia para o outro, com uma diferença pequena. O tempo total seria de 34 minutos e 30 segundos, com 28 minutos de produção (19 minutos para o jornal estadual e 9 para o local). Enquanto isso, as apresentadoras se encaminham à maquiagem e logo uma delas irá gravar a escalada do jornal, que não entra ao vivo.

A produtora que preparava o material sobre o deputado Íris Simões pergunta ao editor-chefe se ela deveria colocar na nota que ele é candidato à reeleição. Eles conversam rapidamente sobre o assunto.

Às 10h03min chega o primeiro VT, sobre a cartilha feita pelos *dekasseguis*, de Maringá. A história do gato maracajá estava prevista para chegar entre 11h15min e 11h30min. Às 10h30min o editor imprime o primeiro espelho e avisa que se o jornal estourar no tempo, prejudicará o Globo Esporte.

De prontidão, o rádio-escuta da redação avisa que duas pessoas foram presas usando irregularmente cartões-transporte de isentos na Praça da Ucrânia, na capital. Uma equipe de reportagem é escalada para ir até o local.

Organizado isso, o editor vai para a ilha de edição assistir os VTs prontos. Primeiro assiste um VT vindo de Ponta Grossa sobre a importância da mata ciliar na conservação dos rios. Na reportagem, as imagens não casavam com o *off* e não mostravam a mata ciliar preservada. “Usa lá na região”, afirma o editor, revelando que a matéria não entraria no telejornal estadual. Logo em seguida ele assiste o VT sobre a cartilha *dekasseguis*, de Maringá, que é aprovado. O editor só acrescenta uma sugestão de nota retorno com informações de como adquirir a cartilha.

Às 10h40min, o movimento na redação aumenta. Dez minutos depois, o editor assiste o VT de Foz de Iguaçu sobre o cadastro dos sacoleiros, que é aprovado. O VT dificilmente não seria aprovado, pois o editor havia previamente sugerido o repórter que iria fazê-lo.

Sobre o recebimento das matérias das praças, as chamadas gerações, o editor comenta que recebe as matérias durante todo o dia. Já na rede nacional há um horário delimitado (por exemplo, das 11h15min às 11h40min) para gerar o material, tempo que varia de jornal para jornal.

O tempo vai passando e o editor parece tranquilo. “Hoje está folgado, as matérias são frias”, comenta, talvez por se tratar de uma sexta-feira. Às 11h05min, Maringá oferece mais uma reportagem pelo telefone. Era sobre a festa nipo-brasileira. “Estou precisando de economia, nada festivo. Preciso dessa linha. Fujo de seca e matérias *light*”, comenta o editor que, caso aceitasse a matéria, teria que escolher entre esta e àquela sobre os *dekasseguis*, pois as duas eram da mesma repórter. “Fica a cartilha”, decide.

A noticiabilidade de alguns fatos, segundo os estudiosos Galtung e Ruge (1965 apud WOLF, 2003, p. 218) depende também de quanto uma categoria de acontecimentos já se encontra presente no produto informativo. “Se não estiver presente, a notícia tem a probabilidade de passar, mesmo se não for muito importante, justamente porque serve para equilibrar a composição global do noticiário”.

Há menos de uma hora para o jornal ir ao ar, o editor ainda não sabe se o caso do golpe do cartão-transporte em Curitiba tinha rendido e fica no aguardo. A agenda cultural também estava programada para o bloco local, mas o editor logo percebe que a duração do quadro estava um pouco grande: dois minutos, quando geralmente fecha com um. “E ainda tenho uma matéria de teatro de dois minutos programada. Vão ser quatro minutos só de cultura”, diz o editor.

7.1.1 Quase tudo pronto

Com as matérias fixas, que não corriam o risco de serem derrubadas, a apresentadora grava às 11h15min a chamada para o telejornal do meio-dia. Os assuntos foram o cadastro dos sacoleiros ilegais (laranjas) em Foz do Iguaçu e a situação da falta de água na região de Cascavel.

Quando o horário do jornal está chegando, o clima é de muita atenção e agilidade na redação. Apesar da concentração, qualquer informação passada é “pega” no ar. Foi o que aconteceu quando o editor falava sobre uma matéria de suco de laranja que tinha caído. “Laranja caiu?”, pergunta assustada a apresentadora que tinha acabado de gravar a chamada sobre o assunto dos laranjas que atravessavam a fronteira. Nada passou de uma pequena falha de comunicação.

No meio disso tudo, o editor também decidia alguns assunto para o telejornal do dia seguinte, de sábado. Na véspera do dia dos pais ficou acertada uma matéria sobre a data, em detrimento de um VT sobre deficientes.

Às 11h25min, o editor avisa que o bloco local está estourando. Assim, o assunto do gato maracajá ficou para o dia seguinte, pois o editor não derrubaria de novo o teatro sobre as eleições, um VT antigo, nem tiraria o *link* da vigilância sanitária. E ainda faltavam chegar as informações sobre o cartão-transporte.

O editor-chefe está o tempo todo trabalhando em conjunto com a chefe de produção e os editores de imagem e de texto. Ele tem total confiança no trabalho da equipe, tanto que às vezes não consegue assistir o VT antes de ir ao ar. No VT sobre o fogo, que o editor-chefe não teve tempo de conferir, quem ficou responsável pelo texto foi o editor que “pegou” a matéria, já que eles não são setorizados. A distribuição é feita cedo e no decorrer do dia o editor que está livre recebe o assunto. Esse acaba sendo o critério.

Ao arrumar novamente a distribuição dos blocos, o editor percebe que o terceiro bloco, em que entra a previsão do tempo, iria ficar grande, enquanto os outros estavam menores. O editor-chefe comenta que não chega a interferir na previsão do tempo, em que a apresentadora do mapa tem total autonomia.

Quinze minutos antes de o telejornal ir ao ar, a praça de Cascavel telefona avisando que seu VT sobre a falta de água fechou com um minuto e 21 segundos. O editor continua

conversando com os repórteres que entrarão ao vivo. A repórter que está na vigilância sanitária liga querendo saber qual será a deixa de entrada e o tempo que terá. Dez minutos depois, as apresentadoras gravam a escalada. Numa última revisão sobre o espelho, antes de subir para o *switcher*²⁴, o editor comenta: “Estamos dentro do tempo”.

O editor ainda está na sua mesa acertando os textos das cabeças e notas retorno. A praça de Londrina telefona e o editor tem que consertar a informação de que na feira de artesanato haveria doces.

As imagens e as informações sobre o cartão transporte chegam e o editor toma conhecimento do que se tratava o assunto: de um golpe simples do cartão. Apesar de terem sido presos em flagrante, a TV não conseguiu filmar o momento. A preocupação do editor agora é cuidar para não exibir os rostos dos detidos se forem menores de idade.

Faltando três minutos, o editor sobe para o *switcher* acompanhar o jornal. De lá poderá mudar de um terminal todo o espelho, inclusive enquanto vai ao ar. Ali trabalham quatro pessoas: uma responsável pelo Gerador de Caracteres, o diretor de TV, o editor-chefe e o responsável pelo Teleprompter²⁵. E é nesse horário que chega o VT de Cascavel, que entraria ao ar sem o editor ter assistido.

7.1.2 No ar para todo o Paraná

O editor ainda está montando o texto sobre a prisão de duas pessoas com cartão de ônibus de isentos, enquanto o jornal entra no ar. Sobre a situação, a analogia de Wolf (2003) é interessante:

²⁴ “Sala de controle onde ficam o diretor de TV, o sonoplasta e o editor-chefe do telejornal no momento em que está no ar”. (BARBEIRO e LIMA, 2002, p. 197).

²⁵ “Aparelho que permite a reprodução do script sobre a câmera, facilitando a leitura do apresentador. Ele não precisa decorar o texto ou baixar os olhos para ler no papel, basta olhar diretamente para o telespectador”. (BARBEIRO e LIMA, 2002, p. 198).

O processo de seleção das notícias pode ser comparado a um funil, no qual muitos dados são colocados e apenas um número restrito consegue passar pelo filtro: no entanto, pode-se compará-lo também a uma sanfona, visto que algumas notícias são acrescentadas, deslocadas, inseridas no último momento. (WOLF, 2003, p. 256).

O jornal vai seguindo, mas a apresentadora de Foz do Iguaçu, com quem se faria o *link*, ainda não tinha sentado na bancada. Pelo vídeo, nem sinal dela. Só às 12h06min, a apresentadora aparece no vídeo, dois minutos antes de entrar ao ar. Ela senta correndo, lê a sua parte e chama o VT. No final, longe das câmeras, solta um suspiro de alívio. Para facilitar na elaboração de *links* e evitar que o apresentador responda com atraso para Curitiba, as suas praças usam telefones celulares e não vai pela imagem do monitor, caso contrário geraria o chamado *delay*.

Após o imprevisto, tudo corre bem. “Está dentro do tempo”, comenta o editor. Ele avisa também que o *link* sobre a evaporação previsto para ter dois minutos e 30 segundos, terá três minutos. O repórter entra ao ar e explica detalhes de como ocorre o processo. “Está didático o jornal hoje”.

Durante a previsão do tempo, a apresentadora se perde no Teleprompter, fato que talvez nem foi percebido pelo telespectador que está em casa. Ela continua sua fala olhando para o papel e a seguir retoma o TP. Outro acidente que provavelmente quem está em casa nem tenha percebido foi a demora do infográfico com o horário e a temperatura aparecerem na tela em uma passagem de bloco.

O editor-chefe ainda está dando os ajustes finais no último bloco e pede para um editor confirmar se peça de teatro é apresentada somente aos finais de semana. Confirmada a informação, o último bloco fica pronto e entra ao ar. Enquanto isso, cada praça exibe sua programação, em Londrina há uma entrevista e em Foz do Iguaçu aparece um quadro de culinária.

Quando termina a edição do dia do telejornal, é feita uma reunião de pauta com possíveis assuntos a serem abordados nos próximos dias. Também se faz uma previsão de

assuntos para sábado, que tem um bloco a menos por causa da programação diferenciada do fim de semana. Os VTs já finalizados que não entraram nesta edição e ficaram para sábado foram o do gato maracajá, um *link* sobre o projeto RPC Cidadania e a seca na colônia Muricy.

Há uma reunião informal e naquele instante o editor tem a surpresa por e-mail de que a partir de segunda-feira aconteceria no estúdio a entrevista com os candidatos ao governo do estado.

Com o início da propaganda eleitoral obrigatória na terça-feira, o jornal entraria antes e ficaria mais curto, com duração prevista de 15 minutos. A redação teria que se organizar.

Observar este momento redefinição da rotina de produção foi importante para perceber que algo feito há tempo na redação é facilmente adaptável.

A existência desses momentos de crise corrige cada imagem do processo de produção como algo 'automático'. Em geral, enquanto a produção de notícias é feita de modo rotineiro, as próprias rotinas são continuamente corrigidas e os seus elementos entram em novas relações. (SCHLESINGER, 1978, apud WOLF, 2003, p. 193).

7.2 O SEGUNDO DIA DE VISITAS

Ao chegar à redação no dia 14 de agosto, segunda-feira, o editor já tinha uma previsão do que teria no telejornal. “Todos os dias, a produção de informação não começa do zero. Já de manhã, a cobertura de muitas histórias internas e externas está em curso”. (SCHLESINGER, 1978, apud WOLF, 2003, p. 252-253).

Estavam programados os VTs de dois incêndios; a taxa paga na fronteira entre Brasil e Argentina; o acidente que completava um ano em Londrina, em que um garoto morreu eletrocutado numa cerca elétrica; e um VT sobre os libaneses, que talvez o editor tiraria por não ser factual. No bloco local, mais uma vez, estava previsto o assunto racionamento.

Às 08h25min, na reunião de caixa, Londrina ofereceu o VT sobre o protesto da morte do adolescente eletrocutado e sobre o incêndio em Sapopema. O problema é que a cidade

onde acontecia o incêndio era longe de Londrina. O editor orienta que a equipe deixe, então, preparada uma arte, caso não dê tempo de o VT ficar pronto.

Ponta Grossa e Guarapuava estavam sem previsão. Cascavel ofereceu para o telejornal estadual o VT de mais um incêndio, desta vez em Céu Azul, no parque nacional. O repórter que faria a matéria era novo na casa, o que deixava o editor um pouco apreensivo. Outra sugestão foi um VT sobre o casal de velhinhos que foi preso por não pagar a pensão dos netinhos, negligenciada pelos pais. A reportagem foi produzida para o telejornal Fantástico na semana anterior, mas acabou não indo ao ar. Com longa duração, ela seria “enxugada” e entraria no PRTV.

Foz do Iguaçu sugeriu um VT sobre a taxa cobrada para atravessar a fronteira. O VT sobre os libaneses dependia do tempo para entrar. Paranavaí e Maringá estavam sem previsão, enquanto Curitiba decidia pelo assunto água.

No mesmo dia estava programada a entrevista com o candidato ao governo do estado, Osmar Dias (PDT), no segundo bloco. As entrevistas quase sempre acontecem nesse bloco. No terceiro, convencionou-se ficar o mapa tempo e após a previsão meteorológica entram matérias mais leves, como o quadro de culinária. No primeiro bloco, para abrir o jornal, entram as notícias do dia, o factual. “Isso tudo se convencionou. Não é obrigatório”, garante o editor.

Logo no início da manhã, o editor recebe a informação de que produtos importados foram apreendidos em dez barcos pela Polícia Federal. O editor já avisa que se a imagem for boa abrirá o telejornal com este assunto, dado em primeira mão. “Pode até render para o Jornal Nacional, talvez numa nota de 10 segundos”, diz o editor.

Na informação televisiva, a avaliação da noticiabilidade de um acontecimento concerne também à possibilidade de ele fornecer um “*hom*” *material visual*, ou seja, imagens que não apenas correspondam aos padrões técnicos normais, mas que também sejam significativas, que ilustrem os pontos de destaque do evento noticiado. (WOLF, 2003, p. 219).

O editor vai até a ilha de edição e assiste ao VT sobre o incêndio em Foz do Iguaçu. A preocupação era como localizar o incêndio para que o telespectador não imaginasse que fosse próximo às Cataratas do Iguaçu.

Naquele dia, o Globo Esporte também seria de 10 minutos e o bloco local não possui um factual forte. “Vou ver se consigo um *link*”, comenta o editor, que contava com poucos VTs e ainda tinha que escolher entre dois sobre um mesmo assunto. Um falava sobre uma barragem que estava seca e outro sobre uma campanha de racionamento feita na escola. O editor preferiu o VT da barragem.

Outro VT que estava programado para entrar no ar era o desenrolar da história do gato maracajá, anteriormente programado para sexta-feira e depois passado para sábado, em que também não foi exibido.

Para incrementar o local, o editor procurou saber se era possível montar a agenda cultural para a segunda-feira, mas poucos eventos tinham destaque no dia. Eram 10h15min e para o quarto bloco os assuntos estavam programados assim na tela do computador do editor: NC Casal preso - VT água barragens - VT escola água - TELA racionamento - VT reaproveitamento de água - TELA colégio Militar - TELA coluna emprego - VT gato maracajá - NP pé gato - NP boa tarde.

De maneira geral, o planejamento seria mantido. Do que acabou indo ao ar, foi cortada a nota sobre ao casal preso e o VT sobre a campanha na escola. O quarto bloco ficaria com sete minutos por causa da entrevista com o candidato. Era preciso avisar todas as praças para se programarem no seu bloco local. Outro aviso, esse agora aos telespectadores e que entraria no ar, era que o jornal começaria mais cedo, às 11h45min por causa da propaganda eleitoral e provavelmente teria três blocos. O tempo total seria de 20 minutos, sendo oito dedicados à entrevista com o candidato.

Às 10h30min, o editor decide fazer o *link* de Curitiba em uma passagem de bloco com vista área da capital. Para isso, a equipe nem precisou sair e montou o *link* de cima do morro da sede da emissora, algo usual. No mesmo horário o editor recebe uma notícia que completaria o bloco local, de um engavetamento na BR 277, que gerou uma nota pelada.

Às 10h45min o movimento na redação ainda está tranquilo. Dez minutos depois, chega uma notícia factual de Foz do Iguaçu: policiais militares com um mandado de busca e apreensão teriam invadido a casa errada. O editor, sem ter mais detalhes e nem ter recebido as imagens, que chegariam em cima da hora, escala o fato para o primeiro bloco, uma notícia coberta, a princípio.

Às 11h10min a apresentadora vai para a bancada gravar as chamadas sobre a primeira rodada de entrevistas. O editor liga para a produção para saber se o cronômetro que indicaria o tempo da entrevista na tela estava pronto. A pressa vai aumentando e às 11h30min chega o entrevistado Osmar Dias.

O candidato ao governo é encaminhado à maquiagem às 11h45min, quando já é possível ver pessoas mais apressadas. No meio disso, a impressora resolve não funcionar. O editor ainda comenta que os dois assuntos com os quais abriria o telejornal não tinham chego: as imagens de Umuarama e de Foz do Iguaçu. Ao acessar o espelho, o editor acaba colocando os dois assuntos para os próximos blocos. No espaço deixado pelas matérias, no primeiro bloco, entraria o VT sobre a taxa cobrada na fronteira com a Argentina.

7.2.1 Entrando ao vivo

Minutos antes de o telejornal entrar ao ar, o editor sobe para o *switcher*. De lá, observa, no fim do primeiro bloco, que o candidato Osmar Dias ainda não estava posicionado na bancada.

Como a bancada está na redação, durante a entrevista com o candidato foi possível observar que de vez em quando aparecia uma cabeça no seu quadro. Era de um homem que estava logo atrás na redação. O editor o avisa por telefone que ele estava aparecendo. Em outro momento o editor, acompanhando o telejornal pelo vídeo, comenta “quase aconteceu um acidente lá trás”, sobre o movimento na redação.

Na opinião de Barbeiro e Lima, sobre a construção do estúdio do ar na redação, “essa proximidade compromete todo o conjunto com o programa que está no ar, mas também é preciso conviver com os sons próprios de uma redação, como, por exemplo, dos telefones”.

O telejornal transcorre dentro do tempo, o que poderia garantir mais dois minutos ao Globo Esporte, mas o editor ainda está mexendo na cabeça da matéria do gato maracajá. Na hora que a apresentadora lê a cabeça ela confunde gato maracajá com maracujá. O editor aconselha que ela corrija na nota retorno. E logo em seguida vem um “boa tarde”.

Na reunião de pauta com o chefe de redação, os produtores e as duas editoras, a primeira coisa que se comenta é que o jornal do dia seguinte estaria apertado. Uma pauta sugerida foi mais uma vez a questão do racionamento, que ficaria extremamente crítico se as chuvas não chegassem até o dia 15 de setembro.

Outra meta que ficou estabelecida foi reativar o portal de voz, o que realmente viria a acontecer nas semanas seguintes. Na obra de Barbeiro e Lima a interatividade é altamente aconselhada.

Pratique a interatividade. Ela é uma ferramenta de trabalho, fonte de pauta, canal de comunicação com o telespectador e funciona como ombudsman dos programas. Divulgue o e-mail e o número do telefone de atendimento ao telespectador. (BARBEIRO e LIMA, 2003, p. 58).

8 O JORNAL DO ALMOÇO

Desde a estréia, em 5 de novembro de 1979, o Jornal do Almoço em Santa Catarina tem uma duração que varia de 50 minutos até uma hora, incluindo os espaços comerciais na grade de programação. No estado, o noticiário é coordenado a partir da sede da emissora em Florianópolis. O telejornal é dividido em blocos estaduais, gerados da capital, e em blocos locais, que ficam a cargo de cada emissora do interior do estado, com notícias da sua região.

Segundo Nienkoetter (2005), a RBS TV foi a primeira emissora do país a criar um telejornal dividido em blocos estaduais e locais, “sendo algumas partes do jornal transmitidas ao mesmo tempo para todo o território catarinense e em outros momentos, cada emissora, das diferentes regiões do estado, fazendo sua produção local, transmitindo apenas para a própria região” (NIENKOETTER, 2005, p. 44). A estréia do jornal no horário do meio-dia foi uma surpresa para o público. Desde o início, a meta da emissora era ser uma forte marca entre os catarinenses.

Para alcançar esta meta a principal preocupação era o conteúdo do programa, já que as exigências do público, segundo a RBS, incluíam a necessidade de um noticiário comunitário, característico de cada região, de cada concentração urbana, e da formação étnica da comunidade, com a produção de variedades com identificação regional e municipal, bem como pela valorização dos aspectos históricos e culturais intrínsecos. (CRUZ, 1996, apud NIENKOETTER, 2005, p. 40).

Participam do jornal estadual seis emissoras afiliadas com sede em: Florianópolis, atingindo 25 municípios; Blumenau, 56; Joinville, 30; Criciúma, 43; Chapecó, 85; e o Centro-Oeste, 54. No total, abrange todos os 293 municípios catarinenses e 5.889.767 pessoas. Atualmente, a RBS TV – SC exibe duas horas de programação local por dia.

Além das estratégias já mencionadas, o Jornal do Almoço também apostou em outras fórmulas para conquistar o seu público, como a mistura de jornalismo factual com reportagens de variedades. Perguntado sobre a linha editorial do Jornal do Almoço, em 2005, o editor-chefe do telejornal respondeu que

A postura é de uma revista eletrônica independente, que procura atender os públicos de todas as idades, faixas econômicas e valores sociais. É objetivo primordial do JA estimular projetos e ações que promovam o bem-estar e o desenvolvimento cultural e intelectual da população, respeitando as diferenças e promovendo a melhoria de serviços, lazer e cultura (in NIENKOETTER, 2005, p. 69).

Vários quadros dentro do jornalismo da RBS foram criados, bem como outros produtos durante a programação.

O modo enfático como Sirotsky determina a produção da programação regional da RBS mostra que, na prática, muitas variáveis pesam na hora de decidir se um programa deve ser produzido e que podem romper com a necessidade de “viabilidade econômica”. São concessões que a empresa tem que fazer para manter a simpatia do seu público e reforçar sua atuação voltada à comunidade. Nos Estados Unidos, por exemplo, os telejornais locais são tão importantes que muitas estações de TV, como as de Chicago, Los Angeles e Detroit, mandaram equipes de jornalismo para a Guerra do Golfo. (BAZI, 2001, p. 64-65).

Vários quadros foram criados pela emissora, dentre eles *Doutor Barroso* e *Professor Papum*, nos quais os personagens (bonequeiros) participavam do telejornal da bancada do estúdio. Também estratégias da rede foram contextualizadas regionalmente e outras atrações trouxeram a participação da comunidade.

Um canal direto com a população foi a *Tribuna do povo*. “A produção do programa instalava no meio da rua um microfone, colocado em uma tribuna, onde as pessoas podiam fazer reclamações, ou elogios, sobre diversos assuntos” (NIENKOETTER, 2005, p. 51). Outro quadro foi o *Turista repórter*. “A idéia foi conquistar a audiência de visitantes que estavam passando por Florianópolis na temporada de verão e para isso os turistas eram convidados a mostrar no programa uma reportagem baseada no lugar que estavam conhecendo” (NIENKOETTER, 2005, p. 52). Já O *Repórter da terceira idade* “abriu espaço para falar sobre os idosos e as atividades por eles desenvolvidas, apresentado pelo repórter *Seu Milton*, um ator com mais de sessenta anos”. (NIENKOETTER, 2005, p. 52).

Um projeto familiar aos catarinenses foi o *Jornal do Almoço na Praça*. O projeto começou em 1989 com a idéia de levar o programa do estúdio para as mais diversas regiões de Santa Catarina. Durante quatro anos, o telejornal foi apresentado ao vivo de uma praça

pública em alguma cidade no interior do estado, criando um vínculo entre a equipe do telejornal e os moradores. Tornou-se comum os apresentadores darem autógrafos.

A TV quebra a impessoalidade do jornal impresso e cria personagens que ficam familiares ao público como repórteres, apresentadores, comentaristas, âncoras, testemunhas, entrevistados, etc. a imagem deles se torna familiar e entra no rol das pessoas conhecidas e tem suas declarações reproduzidas no cotidiano. (BARBEIRO e LIMA, 2002, p. 16).

Apesar de o projeto ter terminado há alguns anos, um quadro com características semelhantes foi produzido no ano de 2006. Trata-se do *Fala Santa Catarina*, inspirado na *Caravana JN* do Jornal Nacional, da Rede Globo, e criado no período eleitoral para ouvir os desejos dos eleitores pelo estado.

A cobertura política que tem como propósito informar o público e capacitá-lo a formar suas próprias opiniões deve proporcionar informação de fundo; e ao fazê-lo deve apresentar claramente e reforçar os pontos de vista contrastantes em determinados campos temáticos. (KUNCZIK, 2002, p. 275).

Mostrar os contrastes foi o que a emissora quis explorar ao percorrer o estado e retratar os problemas enfrentados pela população. “O Fala Santa Catarina mostrou um estado que nunca tinha sido mostrado. Teve empatia do público com a repórter”, diz a chefe de reportagem.

O quadro está presente nas quatro edições analisadas por este trabalho. Diariamente, durante um mês, a repórter entrava ao vivo no telejornal de um município diferente e uma reportagem sobre o local era exibida. Pela análise vertical, é possível constatar como funcionava o quadro e as inusitadas situações em que a repórter estava envolvida, sempre participando da ação que retratava.

8.1 A ROTINA DE PRODUÇÃO NA RBS

O dia de produção na RBS TV, localizada no alto do Morro da Cruz, em Florianópolis, começa com uma reunião de pauta, por volta das 08h45min. Antes da reunião com o editor

chefe e outras três editoras, a chefe de reportagem entra em contato com as praças do interior do estado para sugestões de matéria, por volta das 07h30min. O contato é feito tanto por e-mail quanto por telefone.

No horário da reunião, a chefe de reportagem apresenta as sugestões ao editor-chefe que define se os assuntos entrarão e em quais formatos (VT, nota coberta ou nota pelada). A reunião que presenciei contou com as sugestões de pauta dos dias dos candidatos ao governo do estado, em que o candidato Esperidião Amin (PPS) falava que votava em Lula; com um duplo homicídio, em que um homem matou a esposa a golpes de facão e, ao ser preso, foi morto na cadeia; o balanço das estradas de outubro com as imagens de um motorista detido ao dirigir alcoolizado; o serviço 148 disponibilizado pelo TRE; o balanço de um ano da campanha do desarmamento; e o crime envolvendo um garoto de 19 anos. Na edição final, ficaram de fora os assuntos do TRE e o balanço pós-campanha do desarmamento.

Na reunião são distribuídas às editoras as matérias pelas quais ficarão responsáveis. Após o encontro, o editor monta o primeiro espelho do telejornal no computador. O sistema usado é o *Newstar*, específico para telejornalismo, com Gerador de caracteres e Teleprompter integrados. O plano do editor é abrir o telejornal com uma nota coberta do menino de 19 anos que foi morto. Ele distribui as demais matérias por blocos. “O tempo é definido pela importância dos assuntos. Cada bloco não tem horário fixo”, afirma. O editor também indica ao sistema o tempo que ele dará a cada assunto e aos comentaristas. Após fechar a duração dos blocos, é feito o contato com o departamento de programação para repassar às praças o tempo definido.

Segundo o editor-chefe, a preferência é dada aos assuntos locais, pois pesquisas feitas pela emissora vieram a comprovar que o público prefere assuntos próximos a sua casa. No horário em que o telejornal vai ao ar, a emissora concorrente está com um noticiário local. “Então, se deixarmos de dar assunto local, o telespectador troca de canal”, diz.

Sobre os *links* ao vivo, em que nenhum estava planejado para aquela edição do jornal, o editor-chefe afirma que os *links* só entram pela importância do fato. “O vivo pelo vivo banaliza. Fazemos pela necessidade do fato”.

Durante o dia, a chefe de reportagem é a responsável pelos assuntos factuais que estão ocorrendo. As fontes são a Rádio CBN (localizada no mesmo prédio da emissora), os colegas de profissão e a própria população que “liga muito para a gente”. Outra fonte de informação é a ronda policial feita pelo repórter. Não é por telefone, mas a equipe de reportagem se dirige até os locais para pegar a informação no momento. “Se tiver factual, remanejo com as equipes, sempre repassando ao editor-chefe que está sendo feito. Sou responsável pelo fazer. Como vai ao ar dependo do editor-chefe. O formato a ser definido é com ele”, diz a chefe de reportagem.

Do mesmo modo que as rotinas de produção e os critérios de relevância em sua aplicação constante formam o quadro institucional e profissional dentro do qual a *noticiabilidade* dos eventos é percebida pelos jornalistas, a ênfase constante de certos temas, aspectos e problemas forma uma moldura interpretativa, um esquema de conhecimentos, um *frame* que se aplica (de maneira mais ou menos consciente) para dar sentido ao que observamos. (WOLF, 2003, p. 145).

De acordo com a chefe de reportagem, a estrutura do Jornal do Almoço se assemelha a um programa. “Tem a parte de entretenimento com o colunista social, tem esporte, tem o comentarista. Não é um telejornal de *hardnews*”, afirma e completa que no Jornal do Almoço é possível ousar mais.

Às 10h15min o clima ainda é descontraído na redação. Cada editor de texto já ficou responsável pela sua matéria na distribuição dos VTs e vão editando o material. O editor-chefe está em uma reunião com o chefe de redação.

Enquanto o editor-chefe está em reunião, percebe-se que, apesar de ser um modelo descentralizado, a produção do telejornal continua vinculada às decisões dele. Na redação, muitos procuram pelo editor. Uma dúvida que surgiu foi se um assunto seria dado como VT ou Nota Coberta. As editoras falaram que seria VT, mas ao acessar o espelho perceberam que

seria dada uma nota coberta. O motivo da escolha do editor foi porque a repórter iria aparecer no mesmo bloco com outra matéria.

Às 10h40min a redação fica mais agitada. Uma sugestão que surge da chefe de reportagem é cobrir uma decisão do TRE que seria anunciada naquele dia, considerada pouco relevante pelo editor. Se o assunto entrasse, o VT de osteoporose teria que cair. “Osteoporose é bem mais importante para a população”, conclui o editor.

Outra questão se referia ao destaque da afirmação de Amin que votava em Lula. A dúvida era se o depoimento seria anunciado numa passagem de bloco. A opção foi colocar o assunto dentro da nota sobre o dia dos candidatos.

Às 11h15min o editor prepara as chamadas e revisa o material. No mesmo horário entra ao ar a chamada da apresentadora sobre as notícias do telejornal. Na chamada, a apresentadora não aparece na bancada do telejornal, mas sim em pé no estúdio, o que gera um tom mais informal com diferentes ângulos de câmera.

Quarenta minutos antes de o jornal entrar ao ar, o comentarista de comportamento conversa com o editor sobre a pauta do dia. Ele iria comentar sobre o acidente de trânsito acusado pelo motorista dirigindo bêbado. Logo em seguida do VT ir ao ar, o comentarista entraria direto com o comentário, da bancada do JA.

Com o material ficando pronto, um método do editor é numerar cada fita com as reportagens, conforme o número apresentado no espelho. Assim ele organiza o que irá ao ar e tem controle do que já está pronto.

No mesmo instante, o editor é avisado pela chefe de reportagem que o estado de saúde da menina que tinha ingerido soda cáustica em Balneário Camboriú havia piorado. O Jornal do Almoço tinha mostrado a história em edições passadas, em que a faxineira da escola colocou o produto numa caneca que sem querer foi dada a menina para beber. “É grave?”, muitos perguntam na redação. Apesar da correria, nota-se que os profissionais estavam

sensibilizados com a história e ficaram ainda mais decepcionados quando souberam que a menina não resistiria por muitos dias.

Uma nota pelada foi dada sobre o assunto. Objetiva, a nota informava apenas que o estado de saúde da menina havia piorado e que complicações em outros órgãos tinham ocorrido. Não mencionava a pouca expectativa de vida da menina.

Na RBS, as ilhas de edição estão localizadas na redação, próximas aos computadores, só que em salas com divisas. Isso facilita o contato do editor-chefe com as reportagens que estão sendo editadas. Antes de ir ao ar, o editor não precisa assistir todas as reportagens. As editoras têm autonomia para tal. Mas como as ilhas estão na redação, é comum ele assistir e saber em que estágio se encontra para ficarem pontas. “Eu preciso assistir quando a editora tem dúvidas pontuais”, explica.

Às 11h35min faltam quatro VTs ficarem prontos. Ao chegar à redação, a repórter que foi cobrir o caso do preso assassinado traz uma sonora do delegado, que dizia que a responsabilidade dele é apenas prender e não de cuidar dos presos. A produção entra em contato com a Secretaria de Segurança Pública de Santa Catarina que responde que a função de cuidar dos presos é, sim, do delegado. A informação entra como nota retorno.

Chega o momento do telejornal entrar ao ar. No estúdio, o clima é de descontração. Naquele dia o apresentador tinha chegado uns poucos minutos antes do jornal ir ao ar e estava conversando com a equipe. Mas no clima de descontração do estúdio, o editor ainda aguardava o VT dos candidatos. Enquanto o jornal prosseguia, o editor chegou a cogitar de transferir o VT para outro bloco, mas a reportagem ficou pronta a tempo e foi ao ar no espaço inicialmente planejado.

Com relação às diferenças da produção por causa da propaganda eleitoral obrigatória, o editor explica que o fechamento é bem mais corrido. “Quarenta minutos é uma diferença muito grande”, afirma, se referindo ao fato do jornal entrar antes ao ar. Uma matéria que

entraria às 12h10min, por exemplo, tem agora que ficar pronta bem antes, de acordo com o editor.

No momento da previsão do tempo, a apresentadora aparece no estúdio. Ela conversa com os apresentadores e logo em seguida dá as informações do tempo no monitor da televisão disposta no estúdio. Ao contrário do que aconteceu por um curto período de tempo, incluindo as quatro edições gravadas para esta pesquisa, a apresentadora sempre está no estúdio. Nas edições analisadas verificou-se que a previsão do tempo era gravada como um VT.

Enquanto o jornal vai ao ar, a apresentadora percebe que numa das laudas havia um erro no texto. “Novembro: um mês que fica marcado por fortes emoções.” Ela pergunta: “novembro?”. Estávamos no mês de outubro. O lapso é corrigido antes de o texto ser lido, o qual chamava para a coluna de Cacau Menezes.

O quarto e último bloco daquela edição é fechado com notícias do esporte e com dois comentaristas em cena. Eles ficam na bancada do telejornal, enquanto o casal de apresentadores, sentado em sofás, está disposto do lado direito da tela do telespectador. O espaço geralmente é usado para entrevistas, conforme observado informalmente pela pesquisadora em outras edições do telejornal.

Com a edição encerrada, é feita uma reunião de pauta para o próximo dia. As editoras e a chefe de reportagem da reunião do início da manhã participam. Acompanham a reunião o próprio editor-chefe, as duas chefes de reportagem, duas repórteres, a apresentadora, dentre outros profissionais. A sala de reunião fica lotada e três pessoas ficam sem lugar para sentar. Assuntos previstos para jornal do dia seguinte eram uma novidade de financiamento, a suíte da morte do preso na cela, o dia dos candidatos e a reabertura da catedral de Florianópolis após as reformas.

Uma atração especial que iria ao ar na próxima semana, faltando apenas alguns ajustes finais, era a série Vida Louca sobre alguns problemas que envolvem o universo de jovens carentes: drogas, armas, perda, etc. Na tematização, a notícia contextualizada e aprofundada

[...] permite ou permitiria ultrapassar cada acontecimento para inseri-lo seja no seu contexto social, econômico, político, seja num quadro interpretativo que o vincula a outros acontecimentos e fenômenos. (WOLF, 2003, p. 165-166).

Na reunião também foi planejado o que pôr no ar após o fim do horário político. “Algo contundente para resgatar nosso telespectador”, sugere o editor.

8.2 A OPINIÃO NO JA

Quando o grupo gaúcho RBS se instalou em Santa Catarina, uma estratégia para cativar o público catarinense foi a de identificar o telespectador com os profissionais que apareciam na TV. “O sotaque dos apresentadores, por exemplo, tinha que ser o mesmo falado nas ruas da cidade. Uma das contratações que mais exemplifica esta idéia é a do comentarista Cacau Menezes [...]”. (NIENKOETTER, 2005, p. 45). Desde o início do Jornal do Almoço, Cacau tem um quadro de variedades, no qual comenta sobre tudo, do que vê nas suas viagens pelo estado até nas suas experiências fora do país.

Sobre a questão da opinião no telejornal, o editor-chefe aponta que dependendo do colunista, ele acaba sendo uma atração no telejornal. “Traz um posicionamento pessoal, individual. É provocador, questionador”, diz. E cada comentarista tem um perfil, segundo o editor. Luís Carlos Prates é de comportamento, Cacau Menezes de entretenimento. “Eles têm autonomia, mas obedecem à linha editorial da emissora”, completa.

O colunista Cacau Menezes tem autonomia para sua coluna, exibida para o estado, com exceção da região oeste de Santa Catarina. O editor apenas dá uma lida no comentário antes de ir ao ar. Na edição que acompanhei o editor não mudou em nada o texto do colunista,

mas revela que se precisar às vezes “dá um toque”. Ao comentarista Prates, na maioria das vezes o editor passa o tema do comentário.

Outro profissional que tem liberdade para emitir sua opinião é o próprio apresentador, que exerce a função de âncora. Ele elabora os comentários no calor do momento, nada é planejado previamente ou posto no *script*²⁶. “Às vezes, quando queremos marcar uma posição editorial, combinamos com o apresentador para emitir uma opinião”, diz o editor-chefe.

O apresentador Mario Motta é natural de Santo André (SP), mas desde 1975 vive em Santa Catarina. Ele apresentou o JA de 1986 a 1996, ficando de fora das telas por um curto período, numa aposta de reformulação da RBS, mas retomando a bancada devido a sua identificação ao público. “A figura (do animador ou do apresentador) que interpela tem de ser suficientemente familiar e descontraída para permitir uma relação de identificação com camadas heterogêneas do público”. (SODRÉ, 1976, p. 62).

Sobre a função do apresentador, Rezende coloca que

O apresentador desempenha também um papel muito importante para estabelecer o clima de conversação com o telespectador. Como as notícias na TV não são impessoais, o impacto do noticiário vai depender muito da atuação do locutor, repórter ou comentarista na relação que mantém com a audiência. (2000, p. 88).

As emissoras do interior do estado também têm a figura do comentarista. Isso ficou observado na análise de quatro edições geradas de Blumenau, que têm a participação de Cláudio Holzer (esporte) e Pedro Hering Bell (moda e variedades) no seu telejornal local.

Ao dar voz a diversas fontes, com seus diferentes enunciados, o telejornal não é visto por Arlindo Machado (2003) como um discurso unitário. O autor prefere destacar que o programa jornalístico na TV é um processo em andamento, concluído em cima da hora e fruto de várias vozes atuantes.

²⁶ “A lauda no telejornalismo. Possui características especiais e espaços que devem ser obedecidos na operação do telejornal. Em emissoras informatizadas, o mesmo formato de script foi criado nos terminais para serem escritos textos e matéria”. (BARBEIRO e LIMA, 2002, p. 197).

Não existem, nos telejornais, desinências, sinalizadores, dispositivos de emolduramento que orientem a leitura no sentido de *como* se deve “ler” esses depoimentos e essas inserções de fontes, ou capazes de designar a voz “doadora”, sob a batuta da qual deveríamos reenquadrar todas as outras. Mesmo os telejornais opinativos, em que há forte direcionamento da “leitura”, não estão inteiramente livres de um reordenamento personalizado e imprevisível por parte do telespectador. (MACHADO, 2003, p. 112-113) [grifos do original].

O autor coloca que existem dois modelos de telejornais: *centralizado e opinativo*; e o *polifônico*.

“[...] enquanto o modelo “opinativo” baseia-se fortemente em mecanismos de identificação entre público e apresentador [...], o outro modelo não induz – pelo menos não ostensivamente – uma interpretação ou uma emoção que devam ser reiterados pelo espectador. Um modelo, portanto, não pode ser *em si* melhor ou pior que o outro: é preciso examinar cada caso individual e sua conjuntura concreta”. [grifos do original]. (MACHADO, 2003, p. 110).

O jornalismo é um feito de mediação, em que o repórter sai da redação em busca da notícia. Um processo que passa por uma interferência. Nesse momento, há recursos opinativos que interferem no telejornal, enquanto o modelo “padrão” é imaginado como destituído de identidade do apresentador.

Alguns modelos menos ortodoxos de telejornal podem “mascarar” essa situação de mediação, através da incorporação sutil de recursos narrativos da ficção audiovisual (por exemplo, música “dramática” na trilha sonora e até mesmo reencenação dos acontecimentos com atores), enquanto outros, pelo contrário, podem colocá-la a nu, fazendo basear o relato já não mais em atos de enunciação diversificados e heterogêneos, mas na autoridade de um âncora onisciente, onividente e onipresente, uma espécie de voz consensual que se intromete nos relatos e os fecha com um comentário de tipo editorial. (MACHADO, 2003, p. 107).

Em 1977, Schönbach analisou a adesão às normas que mantêm separados a notícia e o comentário. Ele distinguiu entre a combinação implícita (a seleção das notícias e a disposição, tamanho e apresentação dados na publicação) e explícita (quando aparecem nas notícias conceitos e formulações claramente avaliadoras).

Sobre os comentários, Schönbach (apud KUNCZIK, 2002, p. 254) coloca que “a informação é escolhida ou exibida de maneira que apóie a linha editorial expressa nos comentários, o que significa que os receptores são informados de modo unilateral, e não de modo amplo”.

Kepplinger (1982), em seu estudo numa cidade alemã das opiniões de várias classes (trabalhadora, elite local e jornalistas) sobre a importância dos assuntos regionais, nacionais e internacionais, constatou que “em geral os jornalistas escolhem as informações e as opiniões que estão de acordo com sua própria visão a respeito dos problemas” (KUNCZIK, 2002, p. 256). No caso do Jornal do Almoço, trata-se de comentaristas especializados, cada um dentro de uma temática.

9 ANÁLISE DAS EDIÇÕES

Como exposto na Metodologia, as quatro edições de cada telejornal foram desconstruídas na análise vertical para identificar os gêneros jornalísticos que os compõem.

O mapeamento dos telejornais, além destes elementos, trará informações consideradas importantes como a localização do fato, ou seja, a cidade a que se refere. O objetivo é observar de onde vêm as notícias dos veículos regionais.

9.1 PARANÁ TV 1ª EDIÇÃO - RPC

Edição de 10 de ago. 2006 (quinta-feira)		
Formato	Resumo	Cidade
1º Bloco – Estadual		
Vinheta do telejornal	Vinheta com as iniciais do telejornal PRTV, em tons de azul e laranja, dentro do padrão dos demais noticiários regionais da Rede Globo.	===
Escalada	Cinco notícias foram manchetes, todas com <i>teaser</i> de imagens.	===
Cabeça + VT + Nota retorno	Protesto dos bingos fechados por determinação judicial	Curitiba
Cabeça + link ao vivo	Curitiba “chama” Londrina sobre os rachas que vem acontecendo naquela região	===
Cabeça + VT + Nota retorno	Da apresentadora de Londrina sobre os rachas, que causaram acidentes com motoqueiros. Um assunto já mostrado pelo telejornal.	Londrina
Cabeça + VT + nota retorno	Roubo de gado, uma quadrilha que vem agindo nas fazendas da região.	Santa Cruz do Monte Castelo
Nota pelada	Prisão de assentados por corte, transporte e comércio ilegal de madeira.	Teixeira Soares
A seguir	“Empresas do norte do estado trabalham com chumbo, mas não seguem normas de segurança.”	===
Passagem de bloco	“A imagem é da Secretaria da Saúde da Capital. A seguir vamos falar dos riscos de quem mora ou trabalha perto de empresas de reciclagem de baterias de celular.” Em Curitiba 24 graus, 12:09.	Curitiba
2º Bloco – Estadual		
Cabeça + VT + comentário da apresentadora	Chumbo que provoca contaminação. Em regiões industriais que apresentam altos índices de chumbo. “É. E pelo que a gente vê são muitas as irregularidades e muitas empresas estariam nessa situação.”	Distrito de Pau D’Alho do Sul.
Link Curitiba + Entrevista	Na Secretaria da Saúde, entrevista com João Luiz Athayd, técnico de segurança do trabalho.	Curitiba
Nota coberta	RPC Cidadania, 22.076 pessoas já participaram.	
Tela + VT	RPC Cidadania. Por que os deputados demoram tanto para aprovarem os projetos?	Curitiba
A seguir	Índios fazem ritual para pedir chuvas e diminuir os prejuízos com a seca.	===
Passagem de bloco	Imagem da capital, 24 graus, 12:18. Daqui a	Curitiba

	pouco a previsão do tempo.	
3º Bloco – Estadual		
Nota coberta	Fogo na mata. Bombeiros ainda não conseguiram controlar o incêndio.	Rio Bonito do Iguaçu
Cabeça + VT	Dança da Chuva dos índios, um ritual para sair da seca.	Novás Laranjeiras
Comentário da apresentadora ao chamar a previsão do tempo	“Bem, o seu Olegário disse que vem chuva, né, Mira. Então vamos ver a previsão com a Adriana”.	Estadual
Previsão do tempo	Ao vivo no estúdio.	Idem
A seguir (local)	Vândalos tentam destruir uma escola estadual no centro de Curitiba	
Passagem de bloco (local)	Centro de operações da Sanepar. 24 graus em Curitiba 12:25.	Curitiba
4º Bloco – Local		
Nota coberta	Vandalismo: escola incendiada na madrugada.	Curitiba
Nota coberta	Acidente de trânsito hoje às 9h com duas pessoas feridas no bairro Bigorrião.	Curitiba
Nota coberta + Nota retorno	Filhote de jaguatirica atropelado na BR 116. Ficou o dia todo no carro da pessoa que a atropelou, que não sabia o que fazer. Depois o animal foi encaminhado ao centro de ressocialização para animais.	Curitiba
Cabeça + VT	Rodízio do fornecimento de água em Colombo	Colombo
Cabeça + Link	Entrevista com Antônio Carlos Girardi, gerente da Sanepar. Teve também pergunta do estúdio.	Curitiba
Cabeça + Tela	Bairros atingidos pelo racionamento	Curitiba
Tela	Drops de economia de água na hora de fazer a barba. “Vamos economizar”.	
Nota coberta	Agenda cultural	Curitiba
Nota pelada	Boa tarde	

Edição de 11 de ago. 2006 (sexta-feira)		
<i>Formato</i>	<i>Resumo</i>	<i>Cidade</i>
1º Bloco – Estadual		
Vinheta do telejornal	Vinheta com as iniciais do telejornal PRTV, em tons de azul e laranja, dentro do padrão dos demais noticiários regionais da Rede Globo.	
Escalada	Manchetes de quatro notícias, todas com <i>teaser</i> de imagens.	
Nota coberta + Nota retorno (imagens de arquivo)	“Um deputado paranaense está entre os 72 parlamentares que podem ter o mandato	Nacional contextualizado

	cassado pela CPI das Sanguessugas”. NR de que o deputado Íris Simões não foi encontrado.	
Cabeça + VT + nota retorno	“Histórias de sucesso de paranaenses que foram tentar a vida no Japão e voltaram para investir no Brasil estão sendo contadas em cartilhas, que serão lançadas hoje pelo Sebrae”. NR sobre como obter cartilha	Maringá
A seguir	Os “laranjas” que atravessam a fronteira	==
Passagem de bloco	Imagem ao vivo da feira de economia solidária e geração de renda 27 graus em Londrina, 12:05.	Londrina
2º Bloco – Estadual		
Cabeça + link	Curitiba chama Foz sobre “laranjas” que atravessam a fronteira na mira dos fiscais	Foz do Iguaçu
Link ao vivo + VT	Repórter de Foz explica a situação e chama VT sobre o cadastro da Receita Federal dos contrabandistas de mercadorias	Idem
Nota pelada	Resultado do vestibular da Universidade Estadual de Maringá. Relação completa dos aprovados no site da emissora	Maringá
A seguir	“Em instantes: moradores da área rural de Cascavel dependem de caminhões pipa para ter água.”	==
Passagem de bloco	Centro de eventos de Cascavel onde começa hoje a Festa do Morango. 30 graus em Cascavel, 12:10.	Cascavel
3º Bloco – Estadual		
Cabeça + link	Curitiba há uma semana no racionamento, situação também é crítica em outras partes do estado. “Cléia, como está o abastecimento por aí?”	Cascavel
Cabeça + VT	Abastecimento depende de caminhão pipa	Idem
Cabeça (apresentadora 1)	Rodízio no fornecimento de água no oeste	Medianeira
Cabeça (apresentadora 2) + VT	Seca no sudoeste altera rotina das escolas da região	Foz do Iguaçu
Cabeça + VT	Seca na represa do Iraí. “E para mudar essa situação é preciso que a chuva venha e, mais do que isso, que seja em grande quantidade. Um fato raro para o mês de agosto, que é o mais seco do ano.”	Curitiba
Cabeça + Link ao vivo	Estação meteorológica. “Alex, quando a umidade do ar está muito baixa, o que é que isso muda no nosso dia a dia?”	Curitiba
Link ao vivo + entrevista	Repórter explica o que isso significa na prática dos centros urbanos e principalmente para a agricultura.	Idem

	Entrevista com Luiz Renato Lazinski, meteorologista.	
Tela	Drops racionamento. use a capacidade máxima da máquina de lavar.	===
Nota pelada	Incêndio em marta nativa na região central do estado	Prudentópolis
Comentário da apresentadora sobre a previsão do tempo	“Vamos ter que esperar até setembro mesmo para ter chuva mais forte?”	Estadual
Mapa tempo	Do estúdio, apresentadora da previsão do tempo mostra as condições.	Idem
A seguir (local)	“O racionamento de água em Curitiba completa uma semana”	
Passagem de bloco (local)	Restaurante, onde “daqui a pouco vamos falar também da higiene nestes locais em época de falta de água”. Em Curitiba, 21 graus, 12:24.	Curitiba
4º Bloco – Local		
Nota coberta	Golpe com o cartão de ônibus nesta manhã, duas pessoas foram presas.	Curitiba
Cabeça + Link ao vivo	Fiscalização da vigilância sanitária em restaurantes. “A falta de água em casa já é um problema. Agora imagine a situação em bares e restaurantes!”.	Curitiba
Link ao vivo + entrevista	Rosana Zapi, coordenadora da Vigilância Sanitária.	Idem
Cabeça + Tela	Bairros afetados pelo rodízio de água	Curitiba
Tela	Agenda cultural	Curitiba
Cabeça + VT + Nota retorno	Peça de teatro relacionada às eleições	Curitiba
Nota pelada	Boa tarde	===

Edição de 12 de ago. 2006 (sábado)		
Formato	Resumo	Cidade
1º Bloco – Estadual		
Vinheta do telejornal	Vinheta com as iniciais do telejornal PRTV, em tons de azul e laranja, dentro do padrão dos demais noticiários regionais da Rede Globo.	===
Escalada	Manchetes de três notícias, duas com <i>teaser</i> de imagens.	===
Cabeça + VT	Assalto a uma carreta evitado por policiais rodoviários	Sertanópolis
Cabeça + VT	Projeto RPC Cidadania. “Veja alguns números”. “Ainda dá tempo para participar”.	Curitiba
Tela	RPC Cidadania, como começa um novo	Curitiba

	período de legislatura.	
Cabeça + VT	Chamada programa Caminhos do Campo	====
Editorial	“E por causa da transmissão do jogo de vôlei entre Brasil e Finlândia, que você acompanhou agora há pouco, o programa Plug de hoje não pôde ser exibido. Ele será apresentado no sábado que vem	
A seguir	“Moradores de Medianeira enfrentam o primeiro dia de racionamento de água.”	====
Passagem de bloco	“A imagem é do calçadão, em Londrina. Tempo quente na região norte. 29 graus. Agora, 12:21”.	Londrina e Cascavel
2º Bloco – Estadual		
Cabeça apresentadora 1 + cabeça apresentadora 2 + cab. apres. 1 + cab. apresent. 2 + cab. apres. 1 + VT + NR	1: Amanhã é dia dos pais! Para muitas famílias, dia de reunir todo mundo. 2: E você já ouviu aquela expressão: “tem pai que é uma mãe?” 1: Normalmente ela é usada quando o homem assume papéis que são mais comuns às mulheres. Nos cuidados com os filhos, com a casa... 2: Pois é... aquela figura do pai, que só se preocupava em trazer dinheiro para dentro de casa, aparece que pra muitos, é coisa do passado. 1: Tem razão! Hoje, eles participam muito mais da vida das famílias. Alguns, inclusive, assumem o papel de pai e de mãe, e dão muito bem conta do recado.	Cascavel
Cabeça + VT	Racionamento de água	Medianeira
Cabeça + VT	Seca na colônia Muricy, construção de açudes para garantir parte da produção agrícola;	São José dos Pinhais
Vinheta + Nota coberta	Previsão do tempo (sem apresentadora)	Estadual
A seguir (local)	“Piloto morre na queda de um avião monomotor na região metropolitana”	====
Passagem de bloco (local)	Imagem da capital 27 graus em Curitiba, 12:32.	Curitiba
3º Bloco – Local		
Nota pelada	Queda de um monomotor. Piloto não resistiu.	Campo Largo
Cabeça (apresentadora 1) + cabeça (apresentadora 2) + VT + Nota retorno	O tempo que leva o retorno da água às casas após o fim do período de racionamento	Curitiba
Cabeça + Tela	Racionamento mapa do rodízio.	Curitiba
Tela	Drops economia hidrante, ficar atento quando está vazando.	====
Tela	Agenda cultural	Curitiba
Nota pelada	Boa tarde	

Edição de 14 de ago. 2006 (segunda-feira)		
Formato	Resumo	Cidade
1º Bloco – Estadual		
Vinheta do telejornal	Vinheta com as iniciais do telejornal PRTV, em tons de azul e laranja, dentro do padrão dos demais noticiários regionais da Rede Globo.	
Escalada	Manchetes de seis notícias, duas com teaser de imagens.	
Cabeça + VT	Protesto de um ano da morte do garoto eletrocutado na cerca elétrica da escola	Londrina
Cabeça + VT	Cobrança da taxa de saída da Argentina	Foz do Iguaçu
Cabeça + VT	Velhinhos presos porque filho não pagou pensão alimentícia da neta	Cascavel
A seguir	“Candidato do PDT, Osmar Dias fala das suas propostas ao governo do estado. É no próximo bloco”.	
Passagem de bloco	Imagem do centro de Cascavel onde acontece o festival de dança. Em Cascavel 29 graus, 12:05.	Cascavel
2º Bloco – Estadual		
Editorial	“Começamos hoje aqui no Paraná TV uma série de entrevistas com os candidatos ao governo do estado. Eles irão responder a perguntas sobre o programa de governo. As entrevistas terão uma duração de oito minutos. O nosso entrevistado de hoje é o candidato Osmar Dias, do PDT. O tempo começa a contar a partir deste momento”.	
Entrevista	Osmar Dias	
Nota retorno	“Amanhã, nosso entrevistado é o candidato do PPS, Rubens Bueno”	
A seguir	“Bombeiros não conseguem controlar incêndio no parque Nacional do Iguaçu”	
Passagem de bloco	Ao vivo de uma avenida de Foz do Iguaçu. “Tempo bom na fronteira, 29 graus, 12:16”.	Foz do Iguaçu
3º Bloco – Estadual		
Nota coberta	Apreensão de 10 barcos com mercadorias contrabandeadas	Guairá
Nota coberta + Nota retorno	Polícia invade casa errada para cumprir mandado de busca e apreensão e descobre que estava na casa errada.	Foz do Iguaçu
Cabeça + Nota coberta + nota retorno	Incêndio no parque Nacional do Iguaçu e outro incêndio em Lindoeste. Mais informações por telefone.	Céu Azul
Tela com foto do repórter e	Fogo em Sapopema numa área de mata	Sapopema

mapa do estado localizando a cidade.	nativa, que começou no sábado. Informações por telefone	
Cabeça + chamada previsão do tempo	“Todos esses incêndios são conseqüências da falta de chuva. Alguma boa notícia para essa semana pelo menos?”	
Estúdio	Previsão do tempo	
A seguir (local)	“A situação das represas na Região Metropolitana de Curitiba”	
Passagem de bloco	Imagem é da capital. 28 graus, 12:24.	Curitiba
4º Bloco – Local		
Cabeça + VT	Nível de água nas barragens continua caindo.	Curitiba
Nota coberta	Vazamento de água no Uberaba	Curitiba
Cabeça + Tela	Racionamento em Curitiba	Curitiba
Tela	Drops reaproveitamento de água do último enxágüe da máquina de lavar.	
Nota pelada	Acidente na BR 277 deixou quatro mortos.	Paranaguá
Tela	Inscrições abertas para o curso de admissão do Colégio Militar.	Curitiba
Cabeça + Tela com vagas	Coluna emprego	Curitiba e São José dos Pinhais
Cabeça + VT + Nota retorno	“O centro de animais silvestres, um lugar onde diversas espécies de animais recebem tratamento, já abriga mais de 700 bichinhos em Tijucas do Sul. É para lá que foi o gato maracujá, atropelado na semana passada, como você acompanhou aqui no Paraná TV”	Tijucas do Sul
Comentário	“Fazendo uma correção: é gato maracajá.”	
Editorial	“A partir de amanhã o Paraná TV começa mais cedo, pro causa do início da propaganda eleitoral obrigatória, no rádio e na TV: vinte para o meio-dia. Uma boa tarde pra você e até lá.”	
Nota pelada	Boa tarde	

9.2 JORNAL DO ALMOÇO - RBS

Edição de 21 de set. 2006 (quinta-feira)		
Formato	Resumo	Cidade
1º Bloco – Local		
Vinheta do telejornal	Vinheta com as iniciais do telejornal JA, em tons dourados, fora do padrão dos demais noticiários regionais da Rede Globo.	===
Escalada	Cinco notícias foram manchetes no jornal local, todas lidas sem imagem ou <i>teaser</i> .	===
Nota pelada	Homem que morreu ontem ao cair num fosso do elevador trabalhando na manutenção.	Balneário Camboriú
Cabeça + VT + Nota retorno	Biblioteca pública municipal será informatizada. O convênio foi assinado hoje com a Caixa Econômica Federal	Blumenau
Vinheta Oktoberfest + Cabeça 1 + Cabeça 2 + VT	Preparativos de trajes típicos para a Oktoberfest.	Blumenau
Cabeça + Link ao vivo	Preparativos Marejada	Itajaí
Nota Coberta	Da apresentadora do link em Itajaí, com imagens dos preparativos do pavilhão onde será a festa.	Itajaí
Cabeça + VT	Curso de mecânica para cerca de cem mulheres promovidos por uma concessionária	Gaspar
A seguir (apresentadora 1: nota pelada + sobe som)	“Daqui a pouco, Fala Santa Catarina.”	===
A seguir (apresentadora 2: nota pelada + sobe som)	A seguir, caso de doping de atleta que competia por Blumenau.	Blumenau
2º Bloco – Estadual		
Cabeça (apresentadora da bancada)	Hora de conferir por onde anda a equipe do Fala Santa Catarina, que está completando quase dois mil quilômetros de estrada.	===
Comentário (apresentador diante do monitor, com imagem do link da repórter ao fundo)	Laine Valgas, você foi agora pescar no oeste do estado?	===
Link ao vivo + Entrevista	A repórter ao vivo, num pesque-pague, uma das atrações da região, conversa com o instrutor Diogo (sem identificação do GC). Logo depois, troca de função com o instrutor e pesca um pacu. Chama VT.	Presidente Castelo
Vinheta	Aparece o mapa de Santa Catarina com as distâncias já percorridas pela equipe. A cidade em que a repórter está aparece no mapa com sua localização regional, número de habitantes e economia.	===

VT	Uma cidade em harmonia com a natureza	(idem)
Nota retorno ao vivo da repórter	Agora ela come o peixe e retorna ao estúdio conversando com os apresentadores e encerra com a pergunta “Ta servido?”	(idem)
A seguir (apresentadora: nota pelada)	“Logo depois do intervalo.”	===
A seguir (apresentador: nota pelada)	Cacau Menezes e a cultura para acesso de todos	===
3º Bloco – Estadual		
Comentário (apresentadora)	“É preciso muita água fria para acalmar os incêndios na política nacional, não é, Cacau?”	Assunto nacional
Comentário Cacau Menezes 1 (nota pelada)	Que Lula levou um banho de água fria do Lorenzetti [ex-presidente do Besc, banco de Santa Catarina], isso todos sabem.	Assunto nacional contextualizado
Comentário Cacau Menezes 2 (nota coberta)	Vitória do Figueirense, “disparado o melhor desempenho entre os times catarinenses”, e um panorama do momento do futebol do estado.	Estadual
Comentário Cacau Menezes 3 (nota pelada)	Tribunal Regional do Trabalho de São Paulo determinou que carícia nas mãos ou convite para sair não é suficiente para caracterizar assédio sexual	Assunto nacional
Comentário Cacau Menezes 4 (nota coberta)	No município de Salete, com 7.350 habitantes acontece festival de dança no final de semana.	Salete
Comentário Cacau Menezes 5 (nota coberta)	4º Intercâmbio nacional de capoeira e manifestações afro-brasileiras	São José
Comentário Cacau Menezes 6 (nota pelada)	“Olhem só a diversificação do estado: São José se transforma a partir de hoje na capital catarinense da capoeira; Joinville na capital do judô; Itajaí na capital das tradições gaúchas e Salete na capital da dança. Porque quem fica parado é poste”.	Estadual
Comentário Cacau Menezes 7 (nota pelada)	Presidente da Confederação Brasileira de Tênis reclama da vaidade de alguns atletas	Nacional
A seguir (apresentador: nota pelada)	Logo após o intervalo	===
A seguir (apresentadora local: nota coberta)	Atleta que competia por Blumenau é flagrado no exame anti-dopping	===
4º Bloco – Local		
Cabeça (apresentadora 2)	Notícias do esporte. Agora aqui no Jornal do Almoço, assunto para Cláudio Holzer.	===
Comentário Cláudio Holzer (nota coberta)	“Começo com uma notícia ruim para o esporte”. Um atleta foi flagrado em exame anti-doping.	Blumenau
Cláudio Holzer (nota retorno)	Mais ciclistas punidos. “Na minha opinião, atleta que se dopa deveria ser banido pra sempre do esporte”.	===

Cláudio Holzer (cabeça + VT)	Troféu Brasil de Atletismo, atleta blumenauense quer se consagrar como maior vencedor da competição mais importante do país. VT sobre marcha-atleta, um esporte tradicional na região.	Blumenau
Cláudio Holzer (nota pelada)	Outros atletas que participam da competição.	Blumenau
Cabeça previsão do tempo (apresentadora 1)	Veja detalhes no mapa	
VT Mapa tempo	Com uma apresentadora indicando as temperaturas.	Estadual
Nota coberta (apresentadora 2)	Motorista embriagado que provocou confusão no trânsito em Blumenau foi liberado	Blumenau
Comentário (apresentadora 1)	“Ficamos por aqui lembrando que hoje é o último dia para tirar a segunda via do título de eleitor”	Estadual
Comentário (apresentadora 2)	Encerra com imagens de grupos de dança. Boa tarde.	Blumenau
Comentário (apresentadora 1)	“Boa tarde. A gente se vê no RBS Notícia às quinze para as sete da noite”.	===

Edição de 22 de set. 2006 (sexta-feira)

<i>Formato</i>	<i>Resumo</i>	<i>Cidade</i>
1º Bloco – Local		
Vinheta do telejornal	Vinheta com as iniciais do telejornal JA, em tons dourados, fora do padrão dos demais noticiários regionais da Rede Globo.	===
Escalada	Quatro notícias foram manchetes no jornal local, todas lidas sem nenhuma imagem ou <i>teaser</i> .	===
Cabeça + VT + Nota retorno	Seminário sobre viver e envelhecer com qualidade	Blumenau
Cabeça	E agora Pedro Hering Bell	
Comentário Pedro Hering Bell (cabeça + VT + Nota retorno)	Imagens em primeira mão do desfile da Rosa Chá em Nova York, empresa que possui capital catarinense da Marisol	Nova Yorke contextualizado.
Comentário Pedro Hering Bell (nota pelada)	Duas dicas de programação cultural. “Cristiano, agora é com você”.	Blumenau
Vinheta	“Momento Atlântida”	
VT com Moisés Cristiano, comunicador da Atlântida	Promoção para assistir o VMB e equipe estará em Brusque. “Até a próxima.”	Brusque
Nota pelada (apresentadora)	Rotary Clube promove churrasco	Blumenau
A seguir	E ainda hoje: Daqui a pouco, Fala Santa Catarina.	===

	Mais de 200 policiais reforçam a segurança no Vale a partir de hoje	
2º Bloco – Estadual		
Cabeça (apresentadora)	Equipe do Fala Santa Catarina em uma cidade com acesso muito precário.	===
Comentário (apresentador)	Vamos saber que lugar é esse com Laine Valgas.	===
Link ao vivo de um estúdio de uma rádio + entrevista	Em Timbó Grande de 10 comunidades só uma tem telefone. Uma solução é a rádio comunitária. Entrevista com Marcos (sem GC de identificação)	Timbó Grande
Vinheta Fala Santa Catarina VT		
	Cidade tem o pior Índice de Desenvolvimento Humano do estado	(idem)
Nota retorno ao vivo	No momento coração da rádio, a repórter ofereceu a música <i>Feiticeira</i> para os apresentadores do estúdio.	(idem)
Nota pelada (apresentador)	“Acompanhe depois do intervalo: Cacau Menezes e a conturbada vida de escândalos de uma jovem estrela”	===
Comentário (apresentadora)	É um instantinho só	===
3º Bloco – Estadual		
Comentário (apresentador)	“A vida complicada de uma estrela envolvida em escândalos. Tá na boca do povo, hein, Cacau Menezes”.	
Comentário Cacau Menezes 1 (nota coberta)	Escândalo com apresentadora de TV famosa. Final da história é inacreditável: GM tirou do ar campanha com Daniela Cicarelli. [imagens de Cicarelli com Cacau]. “Não faça amor, galera. Faça a guerra”.	Nacional
Comentário Cacau Menezes 2 (nota pelada)	Prefeitura de Florianópolis assumiu o Parque de Coqueiros, à revelia de alguns moradores. “Vai ficar melhor”.	Florianópolis
Comentário Cacau Menezes 3 (nota pelada)	“Não aderi ao dia sem carro”. Na Europa fiquei dois meses sem carro e não senti falta porque lá tem uma infra-estrutura urbana adequada	Florianópolis
Comentário Cacau Menezes 4 (nota coberta)	Fidel Castro: “já não se fazem mais revolucionários como antigamente”.	Mundial
Comentário Cacau Menezes 5 (nota pelada)	Chegada da primavera	Nacional
A seguir (apresentador: nota pelada)	Depois do intervalo	===
A seguir (apresentadora 1 local: nota coberta)	Mais de 200 policiais reforçam a segurança no Vale a partir de hoje	===
4º Bloco – Local		
Nota pelada	Dois homens presos em Balneário Camboriú por contrabando e descaminho	Balneário Camboriú

Nota pelada	Também em Balneário Camboriú, 221 policiais estão sendo formados hoje.	Balneário Camboriú
Nota pelada	Tribunal Regional Eleitoral tira dúvidas da população pelo telefone 148	Estadual
Nota pelada	“Agora esporte”. Pontuação dos Jogos Abertos de Santa Catarina	Estadual
Cabeça + VT	Clima mais quente da Primavera para entrar em forma	Nacional contextualizado
Nota coberta (imagens de arquivo)	Começa no alto Vale o Festival de Dança de Salete	Salete
Nota pelada	La Sagra, uma das mais tradicionais festas italianas do estado.	Rodeio
Nota pelada	Apresentação da orquestra da câmara.	Blumenau
Comentário	O Jornal do Almoço fica por aqui desejando parabéns ao jornal Santa que completa 35 anos de fundação. Até às quinze para as sete	===

Edição de 23 de set. 2006 (sábado)

<i>Formato</i>	<i>Resumo</i>	<i>Cidade</i>
1º Bloco – Local		
Vinheta do telejornal	Vinheta com as iniciais do telejornal JA, em tons dourados, fora do padrão dos demais noticiários regionais da Rede Globo.	===
Escalada	As principais manchetes do jornal local, todas lidas sem nenhuma imagem ou <i>teaser</i>	===
Cabeça + VT	Capacete de proteção aos motociclistas	Blumenau
Nota coberta	As primeiras câmeras de segurança começam a ser instaladas	Balneário Camboriú
Nota coberta	Escolhidas ontem as representantes da 20ª Marejada	Itajaí
Nota coberta	Música de graça: Câmara da orquestra de Blumenau se apresentou hoje cedo, marcando os 35 anos da Unimed.	Blumenau
Nota pelada	Começou agora o primeiro concurso de bandas e fanfarras	Imbuia
A seguir (nota pelada)	A seguir tem o Fala Santa Catarina. E daqui a pouco tem esporte, com a meia maratona do Bela Vista	===
2º Bloco – Estadual		
Cabeça (apresentadora em pé diante do monitor do estúdio) + VT	TRE disponibilizou um serviço ao eleitor: a central 148	Estadual
Cabeça (apresentador da bancada)	Última semana do Fala Santa Catarina pelo estado	===
Comentário (apresentadora)	Laine Valgas está num lugar em que a falta	Bela Vista do

em pé)	de oportunidades está desmotivando os moradores	Toldo
Link ao vivo + entrevista	Se a agricultura vai mal, o comércio também. Entrevista com a comerciante Roseane (sem GC de identificação)	Idem
Vinheta	VT sobre as dificuldades do município	Idem
Nota retorno ao vivo	Conversa com o agricultor Ivo (sem GC). Ele diz que quem canta seus males espanta. Despedem-se com uma música seguida do acordeão.	Idem
A seguir (apresentador: nota pelada)	Depois do intervalo, a chegada da primavera e a ao vivo a previsão do tempo.	===
A seguir (apresentadora: nota pelada)	Polícia prende suspeito de vários estupros em adolescentes de uma pacata cidade catarinense	===
3º Bloco – Estadual		
Cabeça + VT	Polícia de São Bento do Sul prendeu um homem acusado de estupro	São Bento do Sul
Cabeça + VT	Recadastramento de armas de fogo, renovação obrigatória prevista em lei. Em Santa Catarina nem 10% ainda não foram cadastradas	Nacional contextualizado
Comentário Mapa tempo (apresentadora)	São mudanças típicas da região, não?	
Link ao vivo	Condição de chuva, tempo encoberto. Confira no mapa.	São José
Mapa tempo (apenas o mapa, sem apresentadora)		Estadual
Cabeça + VT	Contar duas histórias de superação de limites, de luta contra o preconceito da síndrome de down e que agora repassam isso adiante.	===
A seguir (apresentadora: nota pelada)	Depois do intervalo	===
A seguir (apresentadora local: nota coberta)	Corredores se aquecendo para meia maratona do Bela Vista.	===
4º Bloco – Local		
Cabeça (apresentadora)	Joguinhos Abertos terminam em Criciúma e Joinville é campeã. “Era esperado Cláudio Holzer?”	Joinville e Criciúma
Comentário Cláudio Holzer 1 (nota pelada)	“Era sim”.	===
Comentário Cláudio Holzer 2 (nota coberta + nota retorno)	Corredores se aquecendo para maratona	Blumenau
Comentário Cláudio Holzer 3 (nota pelada)	Ciclista argentino foi inocentado na contra-prova no exame de doping.	Blumenau
Comentário Cláudio Holzer 4 (Cabeça + VT)	Skate vem atraindo mais participantes.	Blumenau
Comentário Cláudio Holzer 5	A divisão especial do futebol catarinense	Local

(nota pelada)		
Nota pelada (apresentadora)	Furb visita sua rua: serviços gratuitos	Blumenau
Comentário	Encerramos com imagens do coral de Viena que se apresentou ontem.	Blumenau

Edição de 25 de set. 2006 (segunda-feira)		
<i>Formato</i>	<i>Resumo</i>	<i>Cidade</i>
1º Bloco – Local		
Vinheta do telejornal	Vinheta com as iniciais do telejornal JA, em tons dourados, fora do padrão dos demais noticiários regionais da Rede Globo.	===
Cabeça 1 + cabeça 2 + VT + Nota retorno	Entidades empresariais realizam campanha para incentivar o eleitor a votar em candidatos da região.	Blumenau
Nota coberta	Retomadas hoje as buscas de funcionário de empresa de extração de areia que desapareceu.	Navegantes
Nota pelada	Corpo encontrado de um rapaz.	Ipên
Nota pelada	Equipe do Hospital Santa Isabel, de Blumenau, premiado nacionalmente.	Nacional contextualizado
Nota pelada	Campanha para o dia nacional do doador de órgãos do Hospital Marieta.	Itajaí
Cabeça	Previsão do tempo no estado	===
Mapa tempo		Estadual
Cabeça + VT	Criadores de pastor-alemão participam do campeonato regional envolvendo as regiões sul e sudeste do país no final de semana.	Blumenau
Nota pelada	Projeto Raio X: visita à Universidade do Alto Vale em Rio do Sul	Rio do Sul
A seguir	Daqui a pouco o Fala Santa Catarina	===
A seguir	O esporte. E assassinato de uma professora de Itajaí	===
2º Bloco – Estadual		
Comentário (apresentadora)	Fala Santa Catarina na fase final	===
Comentário (apresentador)	25º município do percurso. É a cidade com a melhor estrutura ferroviária do estado	===
Ao vivo + entrevista	Paulo Folador, engenheiro civil.	Mafra
Vinheta Fala Santa Catarina		===
VT + Nota retorno	A repórter tenta manobrar uma locomotiva.	Idem
Nota retorno (apresentador)	Fala SC na internet	===
A seguir (apresentadora)	Depois do intervalo, a maçã catarinense, que já faz parte da merenda escolar na Europa, só agora chega ao estado.	===
3º - Estadual		
Cabeça	Informações de Cacau Menezes	
Comentário Cacau Menezes	Manifestação no Parque de Coqueiros	Florianópolis

1 (nota pelada)	contra administração pública, perto de onde Cacau foi criado. “Não tem substância”.	
Comentário Cacau Menezes 2 (nota coberta)	Figueirense perdeu para o Paraná, “resultado injusto”, e Avaí também perdeu em casa.	Estadual
Comentário Cacau Menezes 3 (nota pelada)	Não vingou o Claro que é Rock, que acabou cancelado.	Florianópolis
Comentário Cacau Menezes 4 (nota coberta)	Maçã catarinense no projeto Mais Frutas na Escola, agora as crianças do estado terão o mesmo privilégio das crianças da Inglaterra.	Estadual
A seguir (apresentador: nota pelada)	Em instantes	=====
A seguir (apresentadora local: nota coberta)	Enterrada a professora que foi assassinada pelo sobrinho	=====
4º Bloco – Local		
Cabeça	Hora do esporte	
Comentário Cláudio Holzer 1 (nota pelada)	Campanha de Blumenau nos Joguinhos Abertos Catarinense.	Blumenau
Comentário Cláudio Holzer 2 (Cabeça + VT)	22ª edição da meia maratona do Bela Vista, destaque para os gaúchos.	Blumenau
Comentário Cláudio Holzer 3 (cabeça + VT+ Nota retorno)	Corredores blumenauenses também fizeram bonito.	Blumenau
Comentário Cláudio Holzer 4 (cabeça + VT + NR)	E agora futebol e amanhã, vôlei.	Local
Nota pelada	Incêndio agora a pouco em Blumenau detalhes às quinze para às sete da noite.	Blumenau
Cabeça + VT	Preso jovem que matou a tia a facadas	Itajaí
Cabeça (apresentadora 2)	Cerca de 600 pessoas acima de 60 anos participaram da noite cultural	Blumenau
Comentário (apresentadora 1)	“E deram show”. Encerramos com imagens	=====
Comentário	Boa tarde. Até às quinze para as sete da noite.	=====

9.3 A DURAÇÃO DE CADA TELEJORNAL, DIVIDIDO POR BLOCO

Jornal do Almoço ²⁷	Paraná TV
Quinta-feira (21/09/06)	Quinta-feira (10/08/06)
1. 06:15	1. 07:27
2. 04:10	2. 07:11
3. 04:39	3. 04:58
4. 05:07	4. 08:28
Total 20:11	Total 27:24
Sexta-feira (22/09/06)	Sexta-feira (11/08/06)
1. 06:14	1. 04:08
2. 04:19	2. 03:09
3. 04:37	3. 11:13
4. 04:47	4. 08:45
Total 19:17	Total 27:15
Sábado (23/09/06)	Sábado (12/08/06)
1. 06:06	1. 05:09
2. 06:53	2. 07:52
3. 08:25	3. 04:51
4. 05:23	
Total 26:07	Total 17:12
Segunda-feira (25/09/06)	Segunda-feira (14/08/06)
1. 06:13	1. 06:48
2. 04:41	2. 08:34
3. 04:51	3. 06:05
4. 06:09	4. 07:23
Total 15,01	Total 28:10
TOTAL 1h20min36s	TOTAL 1h39min21seg

²⁷ Duração do telejornal em período eleitoral.

9.4 OS GÊNEROS JORNALÍSTICOS

A partir do delineamento da estrutura vertical do telejornal, é possível mapear os vários gêneros jornalísticos inseridos: informativo, opinativo, serviço, enquête e perfil. De acordo com o professor Marques de Melo (1985), à categoria informativa correspondem as informações que

[...] se estruturam a partir de um referencial exterior à instituição jornalística: sua expressão depende diretamente da eclosão e evolução dos acontecimentos e da relação que os mediadores profissionais (jornalistas) estabelecem em relação aos seus protagonistas (personalidades ou organizações). (MARQUES DE MELO, 1985, apud REZENDE, 2000, p. 144).

Outro gênero jornalístico definido por Marques de Melo é o opinativo, em que “[...] a estrutura da mensagem é co-determinada por variáveis controladas pela instituição jornalística e que assumem duas feições: autoria (quem emite a opinião) e angulação (perspectiva temporal ou espacial que dá sentido à opinião)”. (MARQUES DE MELO, 1985, apud REZENDE, 2000, p.145).

Em um levantamento sobre a imprensa regional de São Paulo, em 1996, o professor acrescentou mais três gêneros: serviço, enquête e perfil. Serão esses cinco gêneros que se procura nas edições citadas dos telejornais. Ao contrário do estudo de Rezende (2000) sobre os três principais telejornais do horário nobre, que não considerou os gêneros de enquête e perfil em sua análise como formatos autônomos, eles serão acrescentados neste trabalho sobre telejornalismo regional.

De Rezende, se pega emprestado os três formatos (sub-categorias) que identificam o gênero opinativo: editorial, comentário e crônica. Na desconstrução dos noticiários será também entendido como comentário uma fala do apresentador em tom mais informal, na qual percebe-se certa opinião ou algo não programado. Para o gênero informativo entram todos os

11 formatos descritos no capítulo anterior, por entender que eles formam o “esqueleto” de qualquer telejornal.

Enquete define-se como a opinião de várias pessoas sobre um assunto; perfil como uma matéria com o objetivo de destacar algum aspecto interessante da vida de alguém; e serviço como uma informação de importância à audiência, “tanto uma reportagem como um comentário econômico podem ser de extrema utilidade pública, à medida que neles estiver embutida a intenção de esclarecer, orientar ou mesmo despertar a consciência do telespectador quanto a um problema qualquer” (REZENDE, 2000, p. 159). Barbeiro e Lima completam:

O “serviço”, que ocupa parte importante da programação, vai desde as informações de trânsito, estradas, aeroportos, rodoviárias, pagamento de impostos, previdência social, mercado financeiro, licenciamento de veículos, oferta de empregos, previsão do tempo, agenda cultural etc. (2002, p. 117).

Mas é importante frisar que não se podem fixar limites rigorosos entre os gêneros jornalísticos. Em alguns momentos do estudo, portanto, trata-se de uma interpretação da autora para detectar para que lado (informativo, opinativo, serviço, enquete e perfil) pende mais a informação do telejornal.

9.4.1 Paraná TV

Nas edições do Paraná TV analisadas, quatro gêneros jornalísticos estão presentes: informativo, serviço, enquete e perfil. Do gênero opinativo, o comentário, a crônica e o editorial não são verificados no telejornal.

O gênero que prevalece é o informativo²⁸. Ao se propor em ser um jornal de *hard-news*, as reportagens, as notas, as cabeças lidas, integram o gênero informativo. Dentro deste gênero as características que se destacam são clareza, concisão e imparcialidade.

²⁸ As matérias do gênero informativo serão tratadas aprofundadamente na próxima seção.

O gênero opinativo não foi verificado. Durante algumas edições houve alguns comentários, mas não espontâneos e que se encontravam descritos no *script*. Na edição de sexta-feira, ao tratar do racionamento na capital, a apresentadora de Curitiba falou que a situação também era crítica em outras partes do estado e a pergunta à apresentadora de Cascavel (“Cléia, como está o abastecimento por aí?”) já estava formulada no *script*. A mesma situação da resposta: “Mira, os moradores da área rural aqui de Cascavel dependem de caminhões pipa para ter água nas casas”, novamente igual ao que passou no Teleprompter.

Outro exemplo retirado do script: “E para mudar essa situação é preciso que a chuva venha e, **mais do que isso**, que seja em grande quantidade. Um fato raro para o mês de agosto, que é o mais seco do ano.” [grifos do original]. Como foram previamente escritos, não são considerados comentários nesta análise.

No gênero de serviço, o exemplo mais comum no telejornalismo é a previsão do tempo. No Paraná TV a previsão do tempo é feita no estúdio, com a tendência de clima para aquele dia e para os próximos três que se seguirão.

No período analisado, Curitiba e algumas cidades da região metropolitana estavam sofrendo com a falta de água. Um rodízio no abastecimento foi implantado na capital. A cada edição, o Paraná TV trazia a relação dos bairros atingidos pelo racionamento. Era comum o público ligar a TV para ver se o seu bairro entraria no rodízio e teria por 24 horas o abastecimento interrompido. Matérias de serviço sobre o funcionamento de bares e restaurantes em época de racionamento também foram exibidas.

Outra ação visando à conscientização foram os *drops* de economia de água. Eram telas que traziam desenhos de situações em que a água poderia ser economizada: na hora de fazer a barba, ao usar a máquina de lavar com capacidade máxima, à atenção ao perceber que um hidrante está vazando e o reaproveitamento da água do último enxágüe da máquina. O texto era lido em *off* pela apresentadora que encerrava com: “Vamos economizar”.

Outro serviço no bloco local é a agenda cultural, que dá opções de lazer na capital, como teatro, show e exposições. Há imagens de algumas atrações ou até mesmo reportagens mais aprofundadas, e todas são seguidas de nota de serviço (preço, horário, local). Na edição de segunda-feira, além da agenda cultural, o telejornal deu o serviço que as inscrições para o curso de admissão do Colégio Militar estavam abertas e trouxe a coluna emprego, com ofertas de trabalho.

O gênero enquête está presente através do projeto RPC Cidadania. Na edição de quinta-feira, dia 10 de agosto, o projeto rendeu uma nota coberta: 22.076 pessoas já tinham participado. Logo em seguida entrou um VT também com a vinheta RPC Cidadania que explicava na Assembleia Legislativa do Paraná por que os deputados demoram tanto para aprovarem os projetos. O assunto foi retomado no sábado, em uma reportagem sobre o último dia que as urnas do projeto ficariam disponíveis para votação, seguida de outro VT sobre como começa um novo período de legislatura. O projeto seria, então, tanto de enquête, ao procurar saber a opinião da população, quanto de serviço, ao explicar o funcionamento da Assembleia Legislativa.

O gênero perfil faz-se presente em uma reportagem exibida no sábado, dia 12 de agosto. Na véspera do dia dos pais, o jornal trouxe o perfil de um pai que criou sozinho os três filhos. O VT trazia a história da família e os depoimentos dos filhos e do próprio pai. A matéria foi aberta da seguinte forma (trecho retirado do script):

Apresentadora 1: Amanhã é dia dos pais! Para muitas famílias, dia de reunir todo mundo.

Apresentadora 2: E você já ouviu aquela expressão: “tem pai que é uma mãe?”

1: Normalmente ela é usada quando o homem assume papéis que são mais comuns às mulheres. Nos cuidados com os filhos, com a casa...

2: Pois é... aquela figura do pai, que só se preocupava em trazer dinheiro para dentro de casa, aparece que pra muitos, é coisa do passado.

1: Tem razão! Hoje, eles participam muito mais da vida das famílias. Alguns, inclusive, assumem o papel de pai e de mãe, e dão muito bem conta do recado.

A reportagem contou a história de um pai de Cascavel que criou três filhos sozinhos.

9.4.2 Jornal do Almoço

No Jornal do Almoço foram verificados quatro gêneros: informativo, opinativo, serviço e perfil. O gênero enquête não esteve presente nas quatro edições analisadas. O gênero opinativo foi verificado através do comentário e da crônica, sem a incidência do editorial.

No telejornal, o gênero informativo e o opinativo andam juntos, ou seja, não há uma discrepância nítida entre o tempo de cada um. Todo o quadro Fala Santa Catarina, por exemplo, foi em tom mais informal, em que a repórter “conversava” com os apresentadores que estavam no estúdio. A repórter aparecia em situações inusitadas, como pescando um peixe num pesque-pague, na sede de uma rádio e manobrando uma locomotiva. No final do quadro, ou ela comia o peixe, perguntando à equipe do estúdio se estava “servida” ou dedicava uma música no rádio. Ao assistir o quadro, percebe-se que boa parte das falas e comentários era improvisada, o que garantia a empatia do público.

Também as reportagens produzidas sobre as cidades em que o Fala Santa Catarina se encontrava eram informativas, mas traziam algumas características de crônica. O gênero foi definido por Rezende.

No limite entre a informação jornalística e produção literária, a crônica é um gênero opinativo que, mesmo que remeta a um acontecimento da realidade, vai além da simples avaliação jornalística do real. Mediante um estilo mais livre, de uma visão pessoal, o cronista projeta para a audiência a visão lírica ou irônica que tem do detalhe de algum acontecimento ou questão, que passa despercebido ou pouco

valorizado no noticiário objetivo. Na linguagem da TV, a crônica conta com outros recursos expressivos além da palavra, as imagens e a música. (REZENDE, 2000, p. 159).

No gênero opinativo, há a presença dos colunistas. Eles ficam encarregados de fazer os comentários. Alguns possuem colunas autônomas, que produzem todo o conteúdo e a interferência do editor-chefe é pouca. Em outros casos há a presença do editor, que sugere a pauta, dentro do conceito de comentário:

Matéria jornalística em que um jornalista especializado em um determinado assunto (economia, esporte, política nacional etc.) faz uma análise, uma interpretação de fatos do cotidiano. Em sua apreciação, o comentarista, muitas vezes, além de explicar os acontecimentos e problemas, orienta o público, que pode conferir ao seu trabalho uma conotação de jornalismo de serviço. (REZENDE, 2000, p. 158).

Nas edições analisadas, Cacau Menezes trouxe em sua coluna assuntos de cidades catarinenses, temas nacionais contextualizados regionalmente, além de sua vivência no exterior. Há 25 anos ele possui sua coluna no JA.

[...] fui indo e integrando o estado, integrando distância, fui falando com simpatia de Blumenau pra nós aqui, e fui levando o pessoal daqui pra Oktoberfest, e fui contando as coisas de fora que eu via para Santa Catarina, e no final todos se orgulharam. Os catarinenses hoje são orgulhos da sua capital e a capital é orgulhosa do seu interior. A Festa do Pinhão em Lages tem 60% do público da Grande Florianópolis, a gente torce pelo balé Bolshoi, vibra com a Oktoberfest, com a Fenarreco, gosta de subir a serra pra curtir o frio de São Joaquim e eles gostam da gente, então eu acho que eu tive um papel – talvez a história vá reconhecer isso mais tarde – eu tive um papel de ligação do nosso estado muito importante. (MENEZES apud NIENKOETTER, 2005, p. 78-79).

No bloco local, há dois comentaristas, um especializado em esporte e outro em moda. Cláudio Holzer, sempre no último bloco, traz um panorama do esporte local, nas várias modalidades. A coluna conta com reportagens produzidas pelo próprio jornalista e dá atenção especial aos esportes tradicionais na região, como a marcha atlética. Já Pedro Hering Bell é o colunista de moda. Na edição de sexta-feira, dia 22 de setembro, ele trouxe imagens “em primeira mão” do desfile da Rosa Chá, em Nova York, empresa que possui capital catarinense da Marisol. A região em que o telejornal local é produzido, no Vale do Itajaí, é tradicional na produção têxtil.

O telejornal, no bloco local, sempre procura encerrar com a imagem de algum acontecimento ou uma nota de serviço. Na quinta-feira, dia 21 de setembro, por exemplo, as apresentadoras encerraram lembrando ao público que aquele era o último dia para tirar a segunda via do título de eleitor e o jornal trouxe também imagens de grupos de dança.

Em período eleitoral, uma nota de serviço dada constantemente foi a central 148, disponibilizada pelo Tribunal Regional Eleitoral para tirar dúvidas do eleitor. Na edição de sexta-feira, o assunto rendeu uma nota pelada no último bloco local e no dia seguinte, sábado, foi exibido um VT no bloco estadual.

A previsão do tempo, como é padrão nos telejornais, é diária, feita no estúdio ao vivo. Nas edições analisadas, contudo, a previsão era gravada diante do mapa, não no estúdio, o que foi corrigido junto ao editor-chefe que disse tratar-se de uma exceção. Na edição de sábado, a apresentadora do mapa-tempo estava num *link* ao vivo em São José, falando sobre o tempo encoberto e acrescentou as condições de chuva no estado. “Confira no mapa”, finalizou.

O gênero perfil se fez presente no telejornal através de uma reportagem de sábado, que contava duas histórias de superação de limites, da luta contra o preconceito da síndrome de down e que agora as personagens repassavam a lição adiante.

9.5 A PROCEDÊNCIA DOS ASSUNTOS

O objetivo deste capítulo é analisar a procedência dos assuntos dos telejornais, nos blocos estaduais, ou seja, quais cidades se fazem mais presentes no noticiário. “As tevês regionais por uma série de questões procuram dar cobertura maior para a cidade mais importante da sua região. Este fato tem gerado muitas críticas e discussões sobre o papel que as emissoras deveriam prestar para a região [...]”. (BASTOS DA SILVA, 1997, apud, BAZI,

2001, p. 16). O autor completa que as emissoras de maneira geral se defendem alegando que não possuem equipes suficientes para aumentar a cobertura de sua produção.

O Paraná TV do dia 10 de agosto (quinta-feira) trouxe uma contradição nesse aspecto. Por um lado, registrou-se a presença de pequenos municípios como Santa Cruz do Monte Castelo (VT), Teixeira Soares (NP), Distrito de Pau D'Alho do Sul (VT), Rio Bonito do Iguaçu (NC) e Novas Laranjeiras (VT) no telejornal, com assuntos ligados a roubo de gado, prisões por corte ilegal, incêndio, índios que faziam a “dança da chuva” e empregados de indústria que trabalham com chumbo acima do nível permitido.

Por outro lado, à exceção de Londrina que participou com um *link* ao vivo e VT, as demais matérias foram geradas da capital. Um VT sobre bingos, a passagem de bloco na Secretaria de Estado de Saúde (SESA) para tratar do assunto do chumbo, um *link* ao vivo da SESA, um VT sobre a Assembleia Legislativa, e a passagem de bloco da capital como chamada para a previsão do tempo do próximo bloco foram produzidos por Curitiba.

A edição do dia 11 de agosto (sexta-feira) trouxe notícias das principais praças: Londrina, Maringá, Foz do Iguaçu, Cascavel e da sede Curitiba. As demais cidades que participaram, através de notas peladas, foram: Medianeira, com a questão da seca, e Prudentópolis, com um incêndio, fatos causados pela falta de chuva. Com o texto lido pela apresentadora de “Há uma semana um milhão e oitocentos mil moradores de Curitiba e de algumas cidades da Região Metropolitana convivem com o racionamento. E a situação também é crítica em outras partes do estado” percebe-se que para retratar a situação do interior partiu-se da visão do problema ocorrido na capital.

O assunto que abriu o telejornal foi a nota coberta da possível cassação de um deputado paranaense, que estava entre os 72 parlamentares envolvidos no escândalo das sanguessugas. O recurso empregado foi contextualizar um assunto nacional, com aspectos regionais.

No sábado, dia 12 de agosto, com dois blocos estaduais e tempo mais curto, o telejornal trouxe poucas reportagens: de Curitiba, Sertanópolis, Cascavel, Medianeira e São José dos Pinhais. O único factual foi o de Sertanópolis, onde a polícia evitou um assalto a uma carreta.

O início das entrevistas com os candidatos ao governo do Paraná aconteceu no dia 14 de agosto, segunda-feira. A entrevista foi realizada no segundo bloco com o candidato Osmar Dias (PDT) no estúdio.

Como se observou no sábado, não houve nesta edição nenhum *link* ao vivo, com outro estúdio de uma afiliada, recurso que se faz comum no telejornal. O que aconteceu foi uma tela em que por telefone o repórter trouxe informações ao vivo de um incêndio em Sapopema. Nenhuma matéria da capital foi exibida nos blocos estaduais.

As edições analisadas do Jornal do Almoço, devido à campanha obrigatória gratuita, trouxeram dois blocos locais (o primeiro e o último) e dois estaduais (segundo e terceiro).

O bloco estadual do dia 21 de setembro, quinta-feira, começou com o quadro Fala Santa Catarina, com a apresentadora da bancada introduzindo o assunto e o apresentador na frente do monitor conversando com a repórter. Laine Valgas estava em Presidente Castelo, num pesque-pague. Após pescar um pacu, ela chama o VT da cidade. Entra no ar a tela com o mapa de Santa Catarina, os quilômetros percorridos e indicações da cidade onde a equipe se encontra. A repórter retorna ao vivo, agora comendo um peixe e perguntando aos colegas de estúdio se estão servidos.

A seguir, a chamada é para a coluna de Cacau Menezes, que ocupa todo o terceiro bloco. Na sua coluna, Cacau inicia regionalizando a polêmica nacional dos escândalos do Partido dos Trabalhadores, nos quais estava envolvido Jorge Lorenzetti, ex-presidente do Banco do Estado de Santa Catarina (Besc). Os demais assuntos da coluna vieram de Salete, São José, Joinville, Itajaí, abordando o esporte, assédio sexual e festas municipais.

A estrutura foi semelhante no telejornal de 22 de setembro, sexta-feira, em que a equipe do Fala Santa Catarina estava em Timbó Grande. A temática da coluna de Cacau Menezes novamente foi diversificada, tratando do escândalo envolvendo a modelo Daniela Cicarelli, a polêmica do Parque Coqueiros de Florianópolis, ao dia sem carro e uma analogia com sal estada na Europa, uma frase de Fidel Castro e à chegada da Primavera.

O segundo bloco da edição de sábado, dia 23 de setembro, iniciou com uma reportagem de serviço sobre a central 148 do Tribunal Regional Eleitoral, criada para esclarecer dúvidas. A seguir, o quadro Fala Santa Catarina, com a repórter ao vivo de Bela Vista do Toldo. As duas chamadas para o próximo bloco são de reportagens, o colunista Cacau Menezes não participou da edição.

O terceiro bloco foi aberto com o factual, com um VT sobre a prisão de um homem acusado de estupro em São Bento do Sul. A segunda reportagem tratou de uma questão nacional, mas com olhar regional: o cadastramento de armas de fogo. Depois da informação sobre os prazos, os dados estaduais de que em Santa Catarina nem 10% ainda não foram cadastradas. A terceira reportagem, depois da previsão feita em um *link* ao vivo, trouxe duas situações de luta contra o preconceito da síndrome de down que não especificava a cidade.

A edição estadual de segunda-feira, dia 25 de setembro, iniciou com o Fala Santa Catarina, que estava na fase final, na cidade de Mafra. O bloco seguinte trouxe os comentários de Cacau Menezes, que tratou da manifestação do Parque Coqueiros, em Florianópolis, do futebol catarinense, do festival Claro que é Rock cancelado na capital e do projeto Mais Frutas na Escola.

De modo geral, percebe-se que a capital não se faz presente nas edições analisadas do Jornal do Almoço. A exceção talvez fique para os comentários de Cacau Menezes que, apesar de diversificar sua cobertura, acaba dando mais destaque a Florianópolis.

9.6 A COMPARAÇÃO COM O CONTEÚDO DOS JORNAIS

Conforme exposto na Metodologia, paralelamente à análise dos telejornais, o acompanhamento aos jornais impressos seria feito. Trata-se de uma ferramenta de consulta e verificação na análise comparativa editorial. Busca-se no impresso saber o que estava sendo pautado durante o período em que os telejornais foram analisados.

No Paraná, foram escolhidos os dois jornais de maior circulação: Gazeta do Povo (pertencente ao grupo RPC) e o concorrente O Estado do Paraná (do grupo Paulo Pimentel).

Em Santa Catarina, foi difícil encontrar dois jornais diários de grande circulação concorrentes. Todos pertenciam ao grupo RBS, que recentemente adquiriu também o jornal A Notícia, de Joinville. A escolha foi, então, por um jornal regional, o Jornal de Santa Catarina, e outro estadual, o Diário Catarinense, ambos pertencentes ao grupo citado. Como coloca Caparelli:

Foram os donos de jornais, em parte pela disponibilidade de recursos industriais afins (equipes profissionais, serviços informativos, enfim, experiência jornalística), e em parte pela própria influência política, alguns dos contemplados com as outorgas de emissoras para a sua exploração comercial. (CAPARELLI, 1982, p. 101).

O conteúdo dos jornais foi analisado dando-se mais ênfase às notícias estaduais e àquelas que recebiam mais destaque. Como aponta Green (1973 apud REZENDE, 2000, p. 86) “[...] as notícias de televisão são basicamente notícias de primeira página”.

A edição da Gazeta do Povo de quinta-feira, dia 10 de agosto, trouxe como destaques estaduais na capa: PMDB apela a Alckmin para manter aliança no PR; Enade reprova 56 cursos superiores no estado; Reforço de aparência: a PM aumentou sensivelmente a presença no setor histórico de Curitiba, região pródiga em furtos e onde foram flagrados dois policiais furtando o toca-cds de um carro; Racionamento poderá se tornar mais drástico.

No caderno de Paraná também tiveram destaque as matérias: Idosos são presos porque filho não pagou pensão; Força-tarefa tenta controlar incêndio em mata nativa (em Rio Bonito do Iguaçu); Policiais militares impedem reabertura de casas de bingo em Curitiba.

Em um primeiro momento, percebe-se que a maioria dos destaques estava presente na edição de quinta-feira do telejornal.

O Estado do Paraná trouxe na capa neste dia: Futuro de aliança está nas mãos de Alckmin (tucanos negociam saída para restaurar coligação com PMDB no Paraná); Reforma agrária gera emprego e renda no PR; Conselheiros tutelares e Incra visitam assentamento; Polícia prende bandido que extorquia empresário; Desigualdades regionais desafiam futuro governador.

Os destaques do Paraná foram: Coligação no Paraná fica nas mãos de Alckmin; Portal vai fiscalizar ação de políticos do PR; Desenvolvimento desafia os candidatos ao governo; Lula e Alckmin fazem campanhas no PR; Sem chuva, problema da estiagem se agrava (em Londrina e Curitiba); Produção industrial cai em 5 de 14 regiões (no Paraná, a queda de 1,2% está entre as menores do País e é a menor dos três estados do sul).

O jornal também trouxe uma nota sobre o flagrante dos policiais feito pela TV Paranaense no Largo da Ordem, assim como a Gazeta do Povo trouxe uma reportagem sobre o assunto.

A capa da Gazeta do Povo de sexta-feira trouxe: CPI pede a cassação de Íris Simões e mais 71 parlamentares; Osmar vai ao TRE contra Hermas; Enade mostra a força do interior.

Nesta edição, o jornal traz os desdobramentos das notícias dadas anteriormente, como a nota que dizia que os idosos presos por dívida do filho foram soltos e outra sobre o fogo contido em reserva florestal na região oeste. Também o Estado do Paraná de sábado levanta em nota que os técnicos do IAP investigam a causa de um incêndio que começou na última

segunda (dia 7) em Pedra Branca (Prudentópolis), que poderia ter tido ação criminosa. Desdobramento semelhante não é visto na TV.

A reportagem de capa da Gazeta do Povo trazia como título: Íris Simões levou R\$ 219 mil, mostra CPI. O assunto também teve destaque no Paraná TV. Foi a primeira notícia dada no telejornal de sexta-feira.

O Estado do Paraná de sexta trouxe: PMDB espera resposta dos tucanos até hoje; Desapropriação da Araupel foi irregular, aponta TCU; Aftosa causou perdas de US\$ 242 mi ao Paraná; Empresário na cadeia por chefiar quadrilha de roubo de cargas (na Grande Curitiba).

Destaques no Paraná: Osmar no TRE contra propaganda do PMDB; Partidos buscam apoio junto aos trabalhadores; Racionamento entra no segundo ciclo; Bombeiros controlam incêndio na região central (em Rio Bonito).

A Gazeta do Povo de sábado também trouxe novamente na capa um assunto político - PMDB lançará Pessuti para vice, vaga ao Senado está indefinida -; além de: Efeito prolongado: a barragem do Iraí, em boa parte seca, mostra a extensão e a gravidade da estiagem que castiga Curitiba há alguns meses; Receita prepara “lista negra” com 14 mil sacoleiros; Centro Vivo identificará problemas na área central de Curitiba.

Os destaques do Paraná foram: Antiga fábrica vira condomínio exclusivo de catadores de papel; Efeitos da estiagem poderão ser sentidos no verão (acionamento é adotado também em Medianeira); Prudentópolis: serra da Boa Esperança está em chamas; Biarticulado atropela menino de dois anos; Requião terá Orlando Pessutti como vice; PMDB pretende registrar nomes na segunda-feira; Beto Richa tenta amenizar efeitos da disputa interna do partido; Entrevista Hermas Brandão, presidente da Assembléia Legislativa; Lista com 14 mil nomes de sacoleiros vai reprimir compras ilegais no Paraguai.

Também os destaques de capa do O Estado do Paraná de sábado foram políticos: Tucanos sepultam aliança e PMDB vai de chapa pura; Criança morre atropelada por ônibus biarticulado; Subsídio vai baratear passagem de ônibus. Os destaques do Paraná no interior do jornal foram: Surtos de varicela geram preocupação; Fiscalização flagra golpe' do cartão (Praça da Ucrânia); Cavas de Pinhais ajudam abastecimento.

O Estado do Paraná de domingo trouxe: Hermas assume o governo; Beto não tem pressa para decidir apoio; Calçadas: martírio para os deficientes físicos; clima atípico é resultado das agressões; Aeroplano cai e piloto morre (nota).

Os destaques de capa da Gazeta do Povo de segunda-feira foram: Menores infratores, vítimas do tráfico; Crise da agricultura já afeta o pólo de malhas; Parzianello deve disputar vaga ao senado pelo PMDB; Marqueteiro político constrói marca do candidato. Destaques do Paraná: argentinos criam taxa no estilo “pague na saída”; Seca prejudica pesca e negócios no Iguaçu; Mães contra filhas na hora da balança; Vinho gelado para brindar o calor (quinta festa do vinho em São José dos Pinhais).

E mais uma vez a política entrou na pauta: Contas em dia, mas com pouca sobra; e Candidato ou sabão (marqueteiros políticos tentam desmistificar a idéia de que superproduzem clientes). A mesma atenção dada à cobertura política não foi verificada na TV.

Em Santa Catarina, a edição do Jornal de Santa Catarina trouxe as seguintes manchetes na capa: Renovação de carteira exige 15 horas de aula; Chope da Oktober fica em R\$ 3.50; Sontag e Dias revelam planos para a região; ciclista de Blumenau cai no antidoping; Estádio Aderbal Ramos da Silva: TCU recomenda bloqueio de verba para obras no Estado; TRE cria serviço para informar os eleitores.

As notícias que se repetiram no Jornal do Almoço, conforme seu formato no impresso, foram: Biblioteca Fritz Muller deve ser informatizada (nota); trajes e lucros da Oktober

(nota); Homem causa acidentes e dá trabalho à Guarda de Trânsito (reportagem), Clima de despedida na 20ª Marejada (construção do novo centro de eventos) (reportagem); Jovem é enterrado no litoral (reportagem); Homem morre ao cair em fosso (nota); Ciclista de Blumenau é pego no antidoping (reportagem); Joguinhos Abertos (nota).

O Diário Catarinense de sexta-feira, dia 22 de setembro, trouxe: “Mexer com bandido não dá certo”, diz Lula; Estado cai no ranking das exportações; SC adere ao pacto contra a mortalidade; No Dia Internacional da Paz, crianças e adolescentes fazem apresentação do que aprenderam em oficinas na Alfândega, na Capital; Guga treina com André Sá para jogar no sábado; Fala SC: Presidente Castelo Branco – Base Econômica voltada para a produção agrícola.

Nota-se nos telejornais que as matérias de macroeconomia, àquelas referentes aos números do estado, não recebem o destaque que têm os assuntos referentes ao bolso do consumidor e números de vendas. O Jornal de Santa Catarina trouxe a notícia Cresce setor de serviços em SC: oferta foi de 305 mil postos de trabalho em 50 mil empresas do Estado. Outro assunto foi Setor quer esquecer 2005: Estado amargou no ano passado queda de 10% nas vendas e crescimento do PIB de apenas 1%, não mencionado no telejornal.

Os colunistas da TV também têm seu espaço no jornal. É o caso de Cláudio Holzer com sua coluna de esporte no Jornal de Santa Catarina; Cacau Menezes de comportamento, Luiz Carlos Prates e Roberto Alves de esportes têm sua coluna no Diário Catarinense.

A série Fala Santa Catarina estava presente na versão impressa. Um espaço era dedicado ao quadro, que trazia uma reportagem e o Diário de Viagem escrito por Laine Valgas, a repórter da TV. O mesmo mapa exibido na vinheta do quadro estava na versão impressa. As notícias da TV, no entanto, vinham antes. Enquanto a reportagem de Presidente Castelo Branco foi exibida na quinta-feira, no jornal ela foi veiculada na sexta. O programa Patrola, da RBS TV, também tem um espaço no DC.

Outro aspecto que comprova essa interligação dos veículos é que na sexta-feira, dia 22 de setembro, o Jornal de Santa Catarina fazia 35 anos de fundação. A comemoração foi destacada na capa do jornal e na nota de encerramento da edição do JA: “O Jornal do Almoço fica por aqui desejando parabéns ao jornal Santa que completa 35 anos de fundação”.

A edição da data em que era comemorado o Dia Sem Carro trouxe na capa as manchetes: Muitos anos de vida (referindo-se ao próprio jornal); Nova legislação triplica pena por agressão à mulher; Candidatos revelam planos para o Vale; PF refaz trajeto do dinheiro para o dossiê; Escola na 470 teme pela falta de lombada; Camboriú terá marina com campo de golfe.

Notícias que se repetiram no telejornal: apresentação da Orquestra de Câmara; a estréia de Diabo Veste Prada; e o início do festival de Saleté (nota).

A sexta-feira não contou com a participação do colunista esportivo Cláudio Holzer. A coluna dele no jornal trazia sua opinião sobre o caso de antidoping: “Difícilmente uma contraprova em um exame antidoping dá negativo. O ciclista argentino Matias Médici deverá mesmo ser suspenso por pelo menos dois anos do esporte”. No dia seguinte, o colunista fala na TV que a contraprova tinha inocentado Médici.

As manchetes de sábado e domingo foram: Prefeitos elegem esgoto e BR 470 como prioridades; Doutoradas em honestidade: quatro estudantes de Pomerode encontraram um envelope com R\$ 483 que devolveram ao dono; Fiscais fecham dois bares na feira livre; PM de Balneário terá 40 câmeras de vigilância; Paulinho brilha na categoria de base do Grêmio; Saiu as tabelas dos Jogos do Catarinão 2007.

Notícias que se repetiam no telejornal: polícia forma novos soldados (nota) e Contraprova inocente Médici (reportagem).

As manchetes de segunda-feira: Vai ficar mais difícil entregar água mineral; Falta pouco: Justiça Eleitoral entregou a presidente de mesa os cadernos de votação e o material de

expediente para as eleições; Blumenau fica em segundo nos Joguinhos; Novo Blumenau bate de virada o Navegantes; Guga perde no retorno à Copa Davis; Médico morre de moto na Jorge Lacerda.

As notícias de segunda no DC foram: Dossiê inflama semana decisiva da campanha; Polícia Federal pede a quebra de sigilo do catarinense Lorenzetti; Ritmo frenético na busca pelos votos para o governo do estado; estudo mostra o futuro do turismo em SC; Erosão está sob controle na agricultura; Acusado por estupros é preso no Norte.

Como se percebe, o jornal a cada dia trazia uma cobertura das eleições, seja reportagens com os candidatos, o perfil deles ou a opinião dos prefeitos do Vale. Enquanto isso, o telejornal trazia mais matérias de serviço aos eleitores de como votar e tirar dúvidas. A edição impressa de segunda-feira, por exemplo, trouxe a reportagem Reta final intensifica campanhas. O próprio DC também possuía em cada edição um espaço Eleições 2006.

Notícias que se repetiram: Rapaz mata tia com oito facadas (reportagem); Sérgio Galdino e Jadel Gregório ficam com prata (nota); Uma manhã erudita em Blumenau (nota).

9.7 OS RECURSOS USADOS NOS TELEJORNAIS

Um vídeo que juntou imagens de telejornais de todo o mundo, o *Cross-cultural Television*, dos videoartistas Antonio Muntadas e Hank Bull, em 1987, mostrou como seus formatos são parecidos. Os organizadores concluíram que “o telejornal se constrói da mesma maneira, se endereça de forma semelhante ao telespectador, fala sempre no mesmo tom de voz e utiliza o mesmo repertório de imagens sob qualquer regime político.” (MACHADO, 2003, p.104). As únicas exceções, além das diferenças econômicas, ficavam para as variações locais ditadas por especificidades culturais.

O editor-chefe do Paraná TV coloca que “o visual do jornal é inspirado em padrão adotado pela Rede, quer seja nas vinhetas, bancadas e cenários. Agora a proposta de termos um jornal paranaense, sendo assistido em todo o estado (em alguns outros estados esses jornais são totalmente regionalizados) é diretriz da RPC²⁹”.

A vinheta é a mesma do RJTV, SPTV, MGTV, DFTV, por exemplo. Com o nome do estado em branco no fundo azul bidimensional e com a palavra TV em laranja num fundo amarelo tridimensional, é estruturada a marca do Paraná TV. Durante a vinheta, blocos gráficos azuis caem formando uma espécie de edifícios.

O cenário, como mencionado, tem a redação ao fundo. Durante o telejornal é comum para o telespectador ver pessoas passando atrás das apresentadoras. Na parede da redação, uma cortina na parede traz a logo da RPC. Um aparelho de TV com tela plana compõem o estúdio. Pelo monitor, as apresentadoras “conversam” com os jornalistas em *links* ao vivo e é na frente de onde a apresentadora do mapa tempo dá as informações meteorológicas do estúdio. A bancada é padrão da Rede Globo, verificada também no Jornal do Almoço, bem como o aparelho de TV no estúdio.

A vinheta do Jornal do Almoço é diferente da dos demais telejornais regionais da Rede Globo. É feita com as iniciais do telejornal JA, em tons dourados. Uma variação de estúdio do PRTV que se percebe pelas edições analisadas é a presença de sofás na redação do JA, que ficam no lado esquerdo da tela do telespectador. No local, são realizadas entrevistas e é

²⁹ A situação mencionada pelo editor-chefe, de telejornais somente regionais, é comum e verificada principalmente nos maiores estados do país, cujo noticiário acaba dividido. Um exemplo é o Jornal Regional 1ª Edição (JRI), criado em 1983, da emissora EPTV, no estado de São Paulo. É uma espécie de revista eletrônica, exibida ao meio-dia, trazendo informações da região onde está instalada a afiliada. Basicamente, é composto por cinco blocos: o primeiro traz as manchetes e as primeiras notícias, além de uma breve conversa com o entrevistado do dia; depois, é a vez da “Entrevista de Estúdio”, um ou dois blocos dedicados a um assunto pré-pautado, com a participação da população por meio do telefone ou fax; nos demais são exibidas reportagens e notas, com destaque para o esporte regional. (BAZI, 2001, p. 47).

também onde os apresentadores ficam enquanto os colunistas de esporte ocupam a bancada no último bloco do telejornal.

Segundo Bazi, no caso da EPTV, “no dia 25 de outubro de 1999, o cenário do telejornal foi modificado, atendendo a uma determinação da Rede Globo, que enviou um catálogo contendo sugestões de novos cenários. Aliás, nessa data, todas as emissoras da Globo no interior de São Paulo mudaram de visual” (BAZI, 2001, p. 47). O autor completa, no entanto, que “o projeto idealizado pela Globo sofreu algumas modificações para atender a um contexto regional, onde a EPTV atua”. Foi o que aconteceu no Paraná e em Santa Catarina, que, apesar de alguns elementos visuais semelhantes, possuem suas particularidades.

10 CONCLUSÃO

Após o traçado temporal feito pela pesquisa, percebe-se quão importante são hoje os veículos regionais, tendência que se mantém forte em um mundo globalizado. O primeiro ponto a reforçar a tese é o efeito economicamente rentável da regionalização das emissoras de televisão. Apesar da escassa bibliografia no tema proposto, a pesquisa mostra que o público, antes de saber o que acontece do outro lado do mundo, quer estar informado das notícias perto de sua casa, seja na sua cidade, região ou estado.

Foi a partir dos anos 80 que o processo de regionalização pôde ser visto. Chegou-se à conclusão que o desenvolvimento global tinha por base a existência de comunidade. Apesar de não ficar imune ao elevado estágio do capitalismo contemporâneo, cada vez mais a cultura local impõe uma resistência ao mundo global.

Pode-se dizer que a divulgação cotidiana de notícias ajuda a construir as imagens culturais que edificam as sociedades – e tratar de cultura nos tempos atuais exige estudá-la como um processo dentro da globalização. Daí a importância do conteúdo da programação regional em fornecer informações que venham ao encontro do anseio da comunidade, gerar novos conhecimentos com uma consciência crítica, e resgatar hábitos e costumes da cultura local.

A pesquisa de campo feita sobre os critérios de noticiabilidade junto à TV Paranaense e a RBS TV verificou que os conceitos da teoria do *gatekeeper* estão personificados na figura do editor-chefe, que determina o que entra ou não no jornal. Mas ao acompanhar a rotina de produção, na abordagem do *newsmaking*, que sai do nível individual da teoria anterior e aborda a organização do trabalho dos jornalistas, nota-se que o contexto da redação exerce, sim, uma certa influência nas escolhas dos *gatekeepers*. Alguns exemplos são encontrados na

descrição da rotina de produção, pois desde a reunião de pauta até o telejornal ir ao ar, tem-se um trabalho em equipe.

Para isso, as linhas editoriais são diversas. O Paraná TV adquire a postura de um telejornal de *hardnews* e implanta o modelo de outros telejornais regionais, como o SPTV, RJTV e MGTV. Por outro lado, o Jornal do Almoço caminha para a linha de variedades, uma revista eletrônica. Reconhecida como a principal emissora regional, a RBS procura produzir um jornal com o qual o público se identifique. O fato é que os dois telejornais de maneiras diversas acabam se comunicando muito bem com seu público, sendo líderes de audiência.

Ambos também incentivam a participação dos espectadores, pois a população, mais próxima dos meios de comunicação, tem a oportunidade de sugerir assuntos e manter um contato direto com a redação. Seja uma central telefônica no Paraná TV ou atendendo aos vários telefonemas dos telespectadores na redação do Jornal do Almoço, há um esforço em retratar as tradições de cada estado, mostrá-lo ao vivo e manter o público bem informado. Mas preservar as especificidades de cada estado é uma difícil tarefa para ser delegada a veículos norteados por interesses comerciais. Engana-se, então, quem pensa que será pelos veículos regionais que a democratização da informação está a um passo de concretizar-se.

Não há um veículo que mobilize a comunidade nos interesses dela. Caparelli (1982) já colocava a frase em 1982 e acrescentava que uma televisão mobilizadora para objetivos populares está muito longe do modelo existente. Bolaño (2005) também acredita que é preciso estimular a produção local e independente, pois não se pode limitar a criatividade popular nacional por necessidades de mercado. Enquanto aguarda-se a implantação de uma TV mobilizadora, o fato é que o primeiro passo de aproximar o público dos meios de comunicação já foi dado: pelo processo da regionalização.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, William Pereira de. **Processo de mudança no Jornalismo Regional**. XX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos (SP), setembro de 1997. Disponível em <http://www.eca.usp.br/alaic/Congreso1999/14gt/willian%20pereira.rtf>. Acesso em 02 de out. 2006.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BARRETO, Gustavo. **Jornalismo regional**. 21 de março de 2004. Disponível em <http://www.piratininga.org.br/artigos/2004/01/barreto-regional.html>. Acesso em 02 de out. de 2006.

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. **TV Regional - trajetória e perspectivas**. Campinas: Editora Alínea, 2001.

BENEVENUTO JR., Álvaro in BRITTOS, Valério Cruz, e BOLANÕ, César Ricardo Siqueira (orgs.) **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.

BOLANÕ, César in BRITTOS, Valério Cruz, e BOLANÕ, César Ricardo Siqueira (orgs.) **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.

CABRAL, Eula Dantas Taveira e CABRAL FILHO, Adilson Vaz . **Do massivo ao local: A Perspectiva dos grupos de mídia**. Disponível em <http://www.ourmedianet.org/papers/om2004/Cabral-Filho.om4.port.rtf>. Acesso em 05 out. 2006.

CAPARELLI, Sérgio. **Televisão e Capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.

CARMONA, Beth, e FLORA, Marcus... [et al.] (orgs.). **O desafio da TV pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade**. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.

CICLO DE PALESTRAS RPC/PUC DE JORNALISMO IMPRESSO (1.: 2006: Curitiba).

COHN, Gabriel. **O meio é a mensagem: análise de McLuhan**. São Paulo: Quero, 1987.

CORREIA, João Carlos. **Jornalismo regional e cidadania**. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-jornalismo-regional.html>, Acesso em 02 de out. 2006.

DIÁRIO CATARINENSE, 22, 24, 25 set. 2006.

DUARTE, Fábio. **Global e local no mundo contemporâneo: integração e conflito em escala global**. São Paulo: Moderna, 1998.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina 2000: "Um olhar sobre os estudos culturais latino-americanos", **Coletânea Mídias e Recepção**, São Leopoldo (RS) Compós/Unisinos, 19-36.

FERNANDES, Jorge. **Entrevista com Carlos Abranches, âncora do Jornal Vanguarda - TV Globo no Vale do Paraíba**. Portal Imprensa. Vale do Paraíba (SP), 28 de out. de 2004. Disponível em http://portalimprensa.uol.com.br/new_ultimasnoticias_data_view.asp?code=142. Acesso em 02 de out. de 2006.

FRIEBE, Arnaldo. **Entrevista concedida por e-mail a Bruna Maestri Walter**. Curitiba, 9 out. 2006.

GAZETA DO POVO, 10, 11, 12, 13 e 14 ago. 2006.

GONTIJO, Silvana. **O Mundo em Comunicação**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2001.

GRILO, Andressa de Ornelas; SÁLVARO, Luciana Rodrigues. **Adolescentes e a televisão: análise da recepção crítica do programa Malhação**. 2003. Monografia - Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (orgs). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001

JORNAL DE SANTA CATARINA, 21, 22, 23, 24 e 25 set. 2006.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul: Manual de Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

LIMA, Luiz Costa (comentários e seleção). MCLUHAN, Marshall. **Visão, som e Fúria**. In Adorno et ali. **Teorias da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **O local e o global nos estudos latino-americanos de recepção.** Texto apresentado no IV Colloque Franco-brésilien SFSIC/Intercom. Université Stendhal, Grenoble 3. Novembro de 1996.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério.** 3 ed. – São Paulo: Editora Senac, 2003.

MARINI, Wilson. **Somos todos regionais.** Disponível em [http://www.portrasdasletras.com.br/pdtl2/sub.php?op=artigos/docs/somos todos regionais](http://www.portrasdasletras.com.br/pdtl2/sub.php?op=artigos/docs/somos_todos_regionais). Acesso em 02 de out. de 2006.

MARTINS, Salvador Lopes e SILVA, Esdras Domingos da. **A cara do jornalismo no interior.** Disponível em [http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd3/jornal/salvadorlopesmartins esdrasdomingosdasilva.doc](http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd3/jornal/salvadorlopesmartins_esdrasdomingosdasilva.doc). Acesso em 02 out. 2006.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional: a notícia faz história.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

NARLOCH, Leandro. A Voz do Brasil. **Super Interessante.** Nº 214, p. 48-57, jun. 2005.

NIENKOETTER, Lisandra. **Jornal do Almoço – 25 Anos: Estratégias para a conquista do público em Santa Catarina.** 2005. Monografia - Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça.

O ESTADO DO PARANÁ, 10, 11, 12 e 13 ago. 2006.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira.** 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PEREIRA JR, Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo.** 2 ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial.** 2 ed. São Paulo: Summus, 2000.

SAMPAIO, Walter. **Jornalismo Audiovisual.** São Paulo: Vozes, 1971.

SEELING, Marília. **Luz, Câmera, (Improvis)Ação**, O início da História da Televisão no Paraná. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2006.

SIQUEIRA, Daniele. **A relação palavra-imagem no telejornalismo**: uma análise do Jornal Nacional. 2003. Monografia – Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

SODRÉ, Muniz. **O Monopólio da fala**; função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1977

SOUSA, Mauro Wilton de (orgs). MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social (1991). In **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Seja o primeiro a saber**: a CNN e a globalização da informação. São Paulo: Summus, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**, porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

TURRER, Rodrigo. **Para Dimenstein, jornalismo é uma forma de educar**. Faculdade Cásper Líbero, 08 de mai. de 2006. Disponível em http://www.facasper.com.br/jo/entrevistas.php?id_noticias=711, Acesso em 02 de out. de 2006.

VARIOS AUTORES. **Manual de comunicação e meio ambiente**. Realização WWF-Brasil.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003

_____. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 1995.

YORKE, Ivor. **Jornalismo diante das câmeras**. São Paulo: Summus, 1998.

ZANCHETTA JR, Juvenal. **Imprensa escrita e telejornal**. São Paulo: UNESP, 2004.

APÊNDICE A - ROTEIRO DE PERGUNTAS AO EDITOR-CHEFE³⁰

Linha editorial

1. Qual a linha editorial do telejornal?
2. Que espaço e importância as notícias “genuinamente” regionais têm? Notícias de abrangência nacional recebem um enfoque regional, são contextualizadas?
3. Quando são então enviadas matérias para a rede nacional seguem com o mesmo enfoque ou é feito outro VT para ser enviado à rede? Isto é uma determinação da rede ou política interna regional?
4. Com que frequência matérias do Paraná são exibidas nacionalmente?
5. Para quais assuntos/ editorias é dado mais destaque? Há uma escala de importância? Ou procura-se diversificar a cobertura?
6. Como se distribui as notícias nos blocos? Existe um critério para a distribuição das matérias?
7. Como foi criada a estrutura do telejornal? Foi inspirado no modelo nacional da TV Globo ou com o praticado em outros estados?
8. Quais características da cultura/ história do estado são verificadas no telejornal?
9. O jornalismo opinativo é exercido? Comentaristas colaboram com o telejornal? Por que?
10. Que mudanças ou reestruturações o senhor acha que poderiam ser feitas? Em que pontos o telejornal falha?
11. Promove-se a interatividade com o público?

Rotina de produção

12. Como inicia a preparação do telejornal?
13. Quem acompanha o trabalho (estrutura da equipe)?
14. Como funciona a seleção das notícias que entrarão no telejornal?
15. Há um manual de redação ou código de ética da emissora? Impresso ou apenas verbal?
16. Quais são as principais fontes de informação?
17. Quantas equipes de reportagem compõe o quadro da emissora?
18. A relação com os outros telejornais da casa.

³⁰ O questionário foi entregue aos editores no dia da visita à redação, que preferiram enviar as respostas por e-mail. Apenas as respostas do editor-chefe do PRTV foram recebidas dentro do prazo.

ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO

1. Escolha das pautas e critério de seleção de notícias
2. Atentar para o fato se as informações passadas pelo editor realmente são confirmadas na prática.
3. Estrutura física da redação (localização, tamanho, informatização)
4. Sistema de informática da redação é específico para telejornalismo, o sistema busca integrar os telejornais da emissora (nacional e regional)?
5. Como o jornal entra ao vivo?
6. Comentários de bastidores e clima da redação
7. Imprevistos que acontecem
8. Chegada dos repórteres
9. Edição das matérias e comentários sobre isto entra, isto não pode entrar (caráter subjetivo da edição)

DADOS E MATERIAIS A SEREM SOLICITADOS PARA A PESQUISA

1. Gravação em DVD ou VHS das edições do telejornal na semana em que a visita foi realizada e respectivos espelhos e scripts.
2. História da emissora, o início do trabalho.
3. Atual cobertura e abrangência da emissora e dados de audiência.
4. Dados da estrutura física.

APÊNDICE B – RESPOSTAS DO EDITOR-CHEFE DO PRTV – 1ª EDIÇÃO

Linha editorial

1. Qual a linha editorial do telejornal?

O Paraná TV 1ª Edição (PRTV-1) têm como objetivo informar e orientar o telespectador. Informar, trazendo os principais fatos ocorridos em todo o Paraná, e orientar, quer seja detalhando e/ou explicando as implicações e conseqüências desses fatos no dia-a-dia das pessoas. O jornal procura também trazer ao público, quer seja através de reportagens e/ou entrevistas, orientações sobre saúde, educação, economia, meio ambiente e cultura, entre outros.

O telejornal vai ao ar ao meio-dia, horário em que muitas coisas ainda estão acontecendo. Queremos mostrar isso, usar o verbo no "presente". Deixar o nosso público com a sensação de que está recebendo informações em primeira mão. E ao mesmo tempo, informar o que vai acontecer nas próximas horas.

2. Que espaço e importância as notícias “genuinamente” regionais têm? Notícias de abrangência nacional recebem um enfoque regional, são contextualizadas?

Todo o espaço do PRTV-1 é destinado a informações do Paraná. Assuntos, porventura de abrangência nacional (e em alguns casos até internacional) passam por um "olhar" paranaense. Sempre buscamos destacar os aspectos de mais interesse para nosso público.

3. Quando são então enviadas matérias para a rede nacional seguem com o mesmo enfoque ou é feito outro VT para ser enviado à rede? Isto é uma determinação da rede ou política interna regional?

Quando possível, por questões técnicas e de tempo de produção, buscamos produzir matérias com enfoques diferentes para a rede e para o jornal regional. Normalmente o material de veiculação local deve ter informações mais detalhadas. Além disso, a norma da Rede é a de não usar reportagens idênticas às exibidas nos telejornais locais.

4. Com que frequência matérias do Paraná são exibidas nacionalmente?

Nossa participação na Rede Globo é diária, tanto nos jornais (Bom Dia Brasil, Jornal Hoje, Globo Esporte, Jornal Nacional e Jornal da Globo) quanto em programas como Globo Rural, Fantástico. Temos participado também de produções seguidas para o Globo Repórter.

Para atender essa demanda, o jornalismo da RPC tem editores destinados exclusivamente a esses jornais de rede.

5. Para quais assuntos/ editorias é dado mais destaque? Há uma escala de importância? Ou procura-se diversificar a cobertura?

O público do PRTV-1 é bastante variado, quer seja por faixa etária ou por classe econômica/social. Por isso, buscamos os mais variados assuntos, que atendam as expectativas dessas pessoas.

Em uma mesma edição, buscamos trazer informações para a dona de casa, para os idosos, mas também não podemos deixar de lado, por exemplo, o agricultor, já que o Paraná é um estado em que o agronegócio representa uma grande parcela de sua economia.

6. Como se distribui as notícias nos blocos? Existe um critério para a distribuição das matérias?

O PRTV-1 é dividido em 4 (quatro) blocos, sendo 3 de alcance estadual e um local. Tem tamanho médio de 35 minutos de produção. Nos blocos estaduais (os 3 primeiros), inserimos os fatos mais importantes, e que, de alguma forma sejam de interesse de todos os paranaenses. São diárias as participações das equipes das praças do interior (Londrina, Maringá, Paranaíba, Foz do Iguaçu, Cascavel, Guarapuava e Ponta Grossa) com reportagens e entradas ao vivo. Já no último bloco (cada praça exibe o seu) concentramos as informações de interesse mais localizado: serviços do município e arredores, ofertas de emprego, agenda cultural, etc.

Obs: neste ano de 2006, tivemos momentos (copa do mundo e horário da propaganda eleitoral obrigatória) em que fomos obrigados a se adaptar a horários flutuantes e tempos reduzidos de produção. Por isso, serão encontrados, nesses períodos correspondentes, edições com duração de 14, 15 minutos, e com apenas 3 blocos.

7. Como foi criada a estrutura do telejornal? Foi inspirado no modelo nacional da TV Globo ou com o praticado em outros estados?

O visual do jornal é inspirado em padrão adotado pela Rede, quer seja nas vinhetas, bancadas e cenários. Agora a proposta de termos um jornal paranaense, sendo assistido em todo o estado (em alguns outros estados esses jornais são totalmente regionalizados) é diretriz da RPC.

8. Quais características da cultura/ história do estado são verificadas no telejornal?

Nesse aspecto, o PRTV-1 é um dos principais espaços da RPC para a divulgação das manifestações culturais dos paranaenses. Com frequência exibimos reportagens especiais sobre turismo, culinária, folclore, e damos cobertura para as festas populares e/ou religiosas nos mais diversos municípios do Estado. Também resgatamos acontecimentos, personagens que fazem parte da história do Paraná.

9. O jornalismo opinativo é exercido? Comentaristas colaboram com o telejornal? Por que?

Não temos a figura do "comentarista" no PRTV-1. Agora, cada assunto que mereça maior aprofundamento, análise, será acompanhado da entrevista de um (ou mais) especialista(s), ao vivo, quer seja na bancada/estúdio ou link/externa. Nos assuntos polêmicos, mais pessoas são ouvidas. Promovem-se debates para tentar ampliar ao máximo a visão do assunto.

10. Que mudanças ou reestruturações o senhor acha que poderiam ser feitas? Em que pontos o telejornal falha?

O jornal pode se tornar ainda mais dinâmico. Tecnicamente, precisamos criar condições para maior participação de nossas equipes de reportagem das cidades do interior, com entradas ao vivo. Também em Curitiba precisamos ter mais mobilidade, mais equipes. Acho que ainda falhamos no aprofundamento de alguns temas, muitas vezes pela falta de tempo adequado. Em algumas ocasiões, sentimos que deveríamos ter dado mais espaço para as discussões, para os entrevistados.

11. Promove-se a interatividade com o público?

Aos poucos, vamos caminhando nesse sentido. A falta de equipamento adequado ainda é um problema para isso. Usamos o recurso da consulta via internet, em nosso site. Detalhes das reportagens, dos serviços também são ali encontrados. Agora estamos dando os primeiros passos num sistema de consulta via central telefônica. Já percebemos que o retorno é muito maior do que na internet. As pessoas participam, dando opinião sobre temas. Deixam recados, sugestões de pauta.

Rotina de produção:

12. Como inicia a preparação do telejornal?

O início da preparação do jornal, dá-se no dia anterior, logo após o encerramento do jornal. Assim que ele acaba, é feita uma reunião de avaliação e, em seguida, de discussão de pautas com a produção. Dessa reunião, saem as orientações para os pauteiros, que se encarregam da produção em Curitiba. Ao mesmo tempo, eles encaminham para as chamadas "praças" (via reunião feita pela "caixa" - um canal de voz interno), os pedidos direcionados para cada uma delas. Nessa mesma reunião, as "praças" podem (se ainda não o fizeram antes) oferecer novas pautas também. No fim da tarde, o editor-chefe do jornal faz uma avaliação do que foi devidamente encaminhado e das novidades surgidas. É a partir dessa previsão que inicia-se o "dia seguinte". Na manhã seguinte, além de avaliar possíveis novidades da noite/madrugada, o editor chefe coordena nova "reunião de caixa", agora com a participação dos editores e apresentadores de Curitiba, e com os editores das praças. A partir dessa reunião é que: monta-se o chamado "espelho" do jornal (ordenamento das matérias, links e entrevistas de estúdio nos diversos blocos); e que se distribui as "responsabilidades" para cada editor (que material ficará a cargo de quem, desde o acompanhamento da produção na rua, pelo repórter; até o fechamento da edição e da respectiva página).

13. Quem acompanha o trabalho (estrutura da equipe)?

O PRTV-1 é comandado pelo editor-chefe. Sua equipe é composta por 3 a 4 editores de texto, além de dois apresentadores (também editores). Ainda fazem parte dessa equipe dois produtores fixos, podendo haver colaboração de outros produtores da redação.

14. Como funciona a seleção das notícias que entrarão no telejornal?

O principal critério é "ser notícia"! Os assuntos do dia, sempre terão prioridade. Quando a avaliação é a de que o assunto merece mais do que apenas uma reportagem, abrimos espaço para entradas ao vivo, entrevistas de estúdio, enfim, o que for necessário para aprofundar a questão. Em casos de grandes temas, o espaço ocupado no jornal pode se ampliar por mais de um bloco. Outro critério é o da clareza do material que será exibido, e de sua confiabilidade. Uma informação que não foi bem apurada, ou que os diferentes lados envolvidos na questão não foram ouvidos, pode "ficar pelo caminho" até que o material ganhe consistência.

15. Há um manual de redação ou código de ética da emissora? Impresso ou apenas verbal?

A RPC possui uma Carta de Princípios, impressa e distribuída a todos os seus jornalistas, em que estão as normas básicas e orientações gerais para uma cobertura ética, transparente e que tenha como meta sempre, manter a credibilidade da empresa e dos seus telejornais.

16. Quais são as principais fontes de informação?

É salutar, para cada jornalista, manter fontes confiáveis e diferenciadas, já que é essa diversificação que garante uma gama maior de cobertura dos mais variados assuntos e temas. Nossa produção mantém constante contato com órgãos que são fontes de informação (bombeiros, polícia, defesa civil, ou instituições como universidades, ONGs, etc). É claro que somos bastante servidos de informações de assessorias (públicas e privadas) e também buscamos valorizar as contribuições, as sugestões enviadas pelo nosso telespectador, seja por e-mails, cartas ou telefonemas. Vale ressaltar também que levamos muito em conta, a credibilidade, o respaldo, por exemplo, da comunidade científica, acadêmica, para o acesso a profissionais (médicos, psicólogos, advogados, pesquisadores) que são ouvidos sobre temas afins.

17. Quantas equipes de reportagem compõe o quadro da emissora?

15 equipes de reportagem em Curitiba.

42 equipes de reportagem em todo o Paraná (incluindo Curitiba).

18. A relação com os outros telejornais da casa.

A relação com os demais jornais é a de continuidade. É claro que alguns temas são de interesse exclusivo de cada jornal. Mas o factual, a notícia "fresquinha" será usada sempre no jornal "da vez", ou seja, o próximo! Na sequência, para os jornais seguintes, vamos em busca de novos enfoques, mais detalhes, etc. Ou seja, apesar de serem equipes diferentes que comandam cada um dos telejornais, existe uma afinação com o setor de produção, com a coordenação de reportagem, para que, por um lado, não se deixem "escapar" notícias e por outro, não tenhamos simplesmente repetições de um jornal para o outro. O processo visa à atualização da notícia a cada período do dia (ou seja, em cada um dos telejornais).