

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

LAURA SILVEIRA DE SOUZA

**OS BASTIDORES DA NOTÍCIA E O TELESPECTADOR: A
COMPREENSÃO DOS ESTUDANTES DO CURSO DE JORNALISMO SOBRE A
CONSTRUÇÃO DO FATO NOTICIOSO**

**Caxias do Sul
2015**

LAURA SILVEIRA DE SOUZA

**OS BASTIDORES DA NOTÍCIA E O TELESPECTADOR: A
COMPREENSÃO DOS ESTUDANTES DO CURSO DE JORNALISMO SOBRE A
CONSTRUÇÃO DO FATO NOTICIOSO**

Trabalho de conclusão de curso para
obtenção do grau de Bacharel em
Comunicação Social – Habilitação em
Jornalismo, da Universidade de Caxias do
Sul.

Orientadora: Prof^a. MSc. Marliva Vanti
Gonçalves

CAXIAS DO SUL

2015

LAURA SILVEIRA DE SOUZA

**OS BASTIDORES DA NOTÍCIA E O TELESPECTADOR: A
COMPREENSÃO DOS ESTUDANTES DO CURSO DE JORNALISMO SOBRE A
CONSTRUÇÃO DO FATO NOTICIOSO**

Trabalho de conclusão de curso para
obtenção do grau de Bacharel em
Comunicação Social – Habilitação em
Jornalismo, da Universidade de Caxias do
Sul.

Aprovado em ___/07/2015

Banca Examinadora

Prof^a. MSc. Marliva Vanti Gonçalves
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof. MSc. Marcell Bocchese
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof. MSc. Daniel Ignacio Vargas Gomez
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Dedico esta monografia à minha mãe e a todas as pessoas que acreditaram sempre no meu potencial, me incentivando a lutar pelos meus sonhos.

Agradecimentos

Elaborar uma monografia mostra o quanto somos pequenos, o quanto temos que aprender e como é importante pesquisar os vários olhares sobre um mesmo assunto.

Agradeço primeiramente a Deus por me proteger todos os dias e me guiar no melhor caminho. À minha orientadora, Marliva Gonçalves, pela paciência, pelo carinho, por abraçar comigo esta pesquisa e me mostrar os melhores caminhos para atingir meus objetivos. Além de orientadora, esta monografia me deu de presente uma amiga que me ensinou que nada é impossível, basta que tenhamos foco e persistência diante dos obstáculos.

Agradeço ao meu amor, Ragner Iglécias, por fazer o possível e o impossível para que eu estivesse bem, por não medir esforços para me ajudar durante todo o processo. Pelo carinho, compreensão e atenção que ele teve nos dias em que achei que não conseguiria. Obrigada por não me deixar desistir e estar ao meu lado em todos os momentos. Também agradeço à minha irmã, Gabriela, por escutar meus desabafos e aflições, principalmente ao final desta pesquisa. Obrigada por estarem ao meu lado sempre.

Aos meus familiares, por me incentivarem ao longo do curso. À minha amiga, Laís Alende, pelo apoio durante o percurso. À equipe da RBS TV Caxias pela atenção e oportunidade de acompanhar a rotina de trabalho da redação do Jornal do Almoço e aos alunos que deixaram seus afazeres para ajudar nesta pesquisa e participar do Grupo Focal. Muito obrigada a todos vocês.

“O jornalismo é uma paixão insaciável que só se pode digerir e humanizar mediante a confrontação descarnada com a realidade. Quem não sofreu essa servidão que se alimenta dos imprevistos da vida, não pode imaginá-la. Quem não viveu a palpitação sobrenatural da notícia, o orgasmo do furo, a demolição moral do fracasso, não pode sequer conceber o que são. Ninguém que não tenha nascido para isso e esteja disposto a viver só para isso poderia persistir numa profissão tão incompreensível e voraz, cuja obra termina depois de cada notícia, como se fora para sempre, mas que não concede um instante de paz enquanto não torna a começar com mais ardor do que nunca no minuto seguinte”.

Gabriel Garcia Marquez

RESUMO

Esta pesquisa busca entender como os estudantes do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade de Caxias do Sul percebem a construção do fato noticioso. Para que se fizesse esta verificação, o programa Jornal do Almoço de Caxias do Sul foi escolhido como objeto de estudo. Três edições do JA Caxias foram mostradas para dez estudantes do referido curso na UCS. A pesquisadora também passou dez dias junto à redação do JA, fazendo Observação Participante. Concluiu-se que em parte, existem deficiências na forma como os estudantes do Curso de Comunicação Social – Jornalismo compreendem a produção dos fatos noticiosos. Ao mesmo tempo, constatou-se que a construção da notícia sofre influência da parte técnica e dos valores ideológicos dos agentes produtores da notícia.

Palavras-chaves: Jornalismo, Televisão, Jornal do Almoço, Observação Participante, Recepção.

ABSTRACT

This research intends to understand how the Social Communication – Journalism graduation's students perceive the construction of a news fact. To verify this, the TV program Jornal do Almoço, from Caxias do Sul, was chosen as the study's object. Three editions of JA Caxias were exhibited to ten students of the mentioned graduation at UCS. The researcher also spent ten days along with JA's editorial office, realizing the Participating Observation. It was concluded that, in part, there are some deficiencies in the way the Social Communication – Journalism students comprehend the production of the news facts. At the same time, it was observed that the construction of the news suffers influence of the technics and the ideological values of its producers.

Key-words: Journalism, Television, Jornal do Almoço, Participating Observation, Reception.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 INDÚSTRIA CULTURAL E MÍDIA DE MASSA	22
2.1 REVOLUÇÃO INDUSTRIAL E CULTURA DE MASSA	22
2.1.1 Indústria Cultural e sua relação com os “mass media”	24
2.2 HISTÓRIA E LINGUAGEM DA TELEVISÃO BRASILEIRA	30
2.2.1 Anos 50	31
2.2.2 Anos 60	34
2.2.3 Anos 70	36
2.2.4 Anos 80	38
2.2.5 Anos 90	40
2.2.6 Anos 2000	42
2.3 OS GÊNEROS TELEVISIVOS E O FORMATO HÍBRIDO	44
3 FATORES QUE INFLUENCIAM NA CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA	50
3.1 O FATO NOTICIOSO E SUAS INFLUÊNCIAS	50
4 METODOLOGIA	58
4.1 DESCRIÇÃO DOS MÉTODOS E TÉCNICAS APLICADOS	58
4.2 TÉCNICA DE OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE	60
4.2.1 Dia 19 de novembro de 2014	61
4.2.2 Dia 20 de novembro de 2014	65
4.2.3 Dia 21 de novembro de 2014	69
4.3 ANÁLISE DE CONTEÚDO	71
4.3.1 Pré Análise	72
4.3.2 A exploração do material	73
4.3.3 Tratamento dos resultados obtidos e interpretação	81
4.4 ESTUDO DE RECEPÇÃO: GRUPO FOCAL	82
4.4.1 Relatos do Grupo Focal	84

5 INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS	91
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	99
REFERÊNCIAS.....	106
ANEXOS	111
ANEXO A – CD COM TRÊS EDIÇÕES DO JA CAXIAS.....	112
ANEXO B – CD COM RELATOS DO GRUPO FOCAL.....	113
ANEXO C – PROJETO DE MONOGRAFIA.....	114

1 INTRODUÇÃO

Uma das características essenciais do ser humano é a necessidade de registrar e transmitir conhecimento, passar adiante informações. A comunicação proporciona não só uma forma de interação aos homens, mas também possibilita a convivência e a troca de conhecimento.

Os meios de comunicação estão presentes na história da sociedade desde meados da década de 1930, no século XIX. A televisão surgiu no século XX e desde seu surgimento ocupa um lugar de destaque em qualquer país do mundo. A TV foi trazida para o Brasil em 1950, com a ajuda do empresário e jornalista Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, criador dos Diários Associados. Para inaugurar a primeira emissora de televisão da América Latina da qual Chateaubriand era proprietário, ele importou dos Estados Unidos alguns aparelhos de televisão. Além de fazer sucesso em uma época que o rádio era o principal veículo para informação e entretenimento, a partir da transmissão de imagens, a TV também se tornou um dos principais meios de comunicação do país, até os dias de hoje.

Uma pesquisa¹ realizada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República em fevereiro de 2014 aponta que mesmo com o crescimento da internet, 97% dos brasileiros afirmam ver TV em seus lares. Por mais que nos últimos dez anos a internet tenha assumido um papel determinante como meio de comunicação, mudando conceitos, padrões, hábitos, como também a noção de tempo e espaço, a TV continua sendo um veículo importante como fonte de informação e entretenimento.

A autora Ana B. Uribe Alvarado, citada no livro *Gêneros e formatos na Televisão Brasileira* (2004) do autor José Aronchi de Souza, aponta sobre a influência da televisão no cotidiano das pessoas, destacando que o ato de ver TV contribui para o modo como os indivíduos estruturam e organizam seu dia.

A televisão é um elemento importante da vida cotidiana [...], é um fluxo que tem presença determinante; ver televisão contribui para o modo como os indivíduos estruturam e organizam seu dia, com respeito às suas atividades cotidianas e ao tempo, à hora de dormir ou de trabalhar. Atualmente, representa uma tecnologia insubstituível, podendo faltar algum [...]

¹Disponível em <http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>. Acesso em 10 de março de 2015.

eletrodoméstico, mas a televisão é indispensável (ALVARADO, *apud* ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.18).

Apesar destas colocações, esta situação vem se modificando a partir das facilitações da internet em diferentes meios, como os celulares, por exemplo. Mas, mesmo com o avanço da tecnologia, as pessoas estão acostumadas a ver TV. Por se tratar de um meio de comunicação acessível, este tipo de mídia se tornou um fator condicionante na vida das pessoas, que passaram a usá-la como uma das principais fontes de lazer.

Apontada como meio de comunicação difusor de informações dos mais variados gêneros, para espectadores de todos os níveis, idades e classes (em especial em se tratando de TV aberta), a televisão também tem uma participação importante na formação das identidades e no aumento da economia do país. Considera-se a TV o meio de comunicação de massa de maior influência no Brasil, por ter a prática de envolver e capturar de forma abrangente a atenção dos indivíduos, influenciando atitudes, determinando valores, mudando comportamentos, redirecionando caminhos, questionando posturas, revelando avanços. Seus programas podem denunciar atrocidades, discutir, analisar, comentar, explicar, informar, entreter e também emocionar, chocar, revoltar, alegrar...

A Revolução Industrial, ocorrida no século XVIII, e a existência de uma economia baseada no consumismo foram requisitos essenciais para a existência da chamada cultura de massa e seus veículos de comunicação resultantes. A expressão “mass media”, como passou a ser utilizada pela sociologia norte-americana após a Segunda Guerra Mundial, é proveniente da difusão maciça de mensagens destinada a um público amplo. O fenômeno da industrialização deu origem, através das modificações geradas no modo de produção e na forma de trabalho humano, a um perfil particular de indústria (a cultural) e de cultura (a de massa), instituindo nas duas, as mesmas concepções vigentes na produção econômica em geral.

A indústria da cultura é fruto de uma sociedade capitalista, do uso crescente das máquinas, da exploração do trabalhador e tantos outros fatores que se solidificaram na sociedade e contribuíram para que a Indústria Cultural ganhasse força.

O conceito de Indústria Cultural foi divulgado pelos filósofos Horkheimer e Adorno em *A dialética do esclarecimento* (1985). Segundo Adorno, na Indústria Cultural tudo se torna negócio. Ao desejar uma formação igualada dos seus consumidores, a Indústria Cultural acaba não só adaptando seus produtos ao consumo das massas, mas também determinando o que as pessoas assistem. Assim, a cultura produzida industrialmente em abundância e para um demasiado número de pessoas não é notada como um mecanismo de livre expressão, crítica e conhecimento, mas sim como uma mercadoria que é trocada por dinheiro.

A jornalista Cremilda Medina (1978) comenta que as notícias deveriam manter o caráter e a neutralidade que se espera, mas acabam entrando no jogo de interesses do mercado cultural, como também, sofrendo influências das normas impostas pelas empresas jornalísticas e pelos valores notícia, que serão discutidos mais adiante, no capítulo sobre a construção da notícia. A autora retrata a notícia como um produto que é construído no meio desta era industrial e que a todo momento é veiculada a todas as classes, movimentando a economia e formando opiniões.

Na visão dos autores Horkheimer e Adorno (1971) a Indústria Cultural, com seus serviços, faz com que haja um reforço contínuo das normas sociais e, como consequência, promove-se o conformismo social. Segundo esta visão, ela obtém dos indivíduos uma atuação passiva, pois ao invés de colocar-se à disposição do consumidor, ela o dirige.

Preocupada com os homens apenas enquanto consumidores e empregados, a indústria cultural reduz a humanidade, em seu conjunto, assim como cada um dos seus elementos, às condições que representam seus interesses. A indústria cultural traz nela todos os elementos característicos do mundo moderno e nele exerce um papel específico, o de portadora da ideologia dominante, que dá sentido a todo o sistema (HORKHEIMER & ADORNO, 1971, p.287-295).

Ainda segundo os autores, a sociedade se auto-aliena em consequência da opressão vivida por meio da Indústria Cultural, pois ela impede a formação de indivíduos independentes, autônomos, que têm o poder de julgar e formar opiniões a partir de seus conhecimentos e ideais. Sua intenção é impedir que as pessoas sejam formadoras de opiniões, pois ela seria a própria ideologia.

Marilena Chauí (1980) traz a ideologia como sinônimo de teoria e a entende como “uma organização sistemática de todos os conhecimentos científicos, indo

desde a formação das idéias mais gerais, na matemática, até as menos gerais, na sociologia, e as mais particulares, na moral” (CHAUÍ, 1980, p.11).

A ideologia, no sentido de teoria, é construída pelos intelectuais que apanham opiniões costumeiras, estruturam, classificam e as corrigem, eliminando os componentes religiosos ou metafísicos que talvez existam nelas. Pode ser vista como a ciência que forma ideias tanto do ângulo psicológico, quanto do social. Enquanto teoria, a ideologia passa a ter uma função de controle em relação à vida dos homens, pois os mesmos submetem-se as suas normas antes de agir.

De acordo com os pensadores da Escola de Frankfurt, os indivíduos não têm mais escolhas, pois tudo já está classificado pela esquematização da produção da indústria da cultura. Ressaltam que o maior problema causado pela Indústria Cultural é a alienação provocada em seus consumidores, fazendo com que não consigam construir uma imagem de si diante da sociedade. Conforme os “frankfurtianos”, a Indústria Cultural mascara os fatos quando disponibiliza produtos de divertimento, fazendo com que os indivíduos procurem estes produtos que lhes fornecem uma fuga da realidade.

Contradizendo os conceitos dos filósofos da Escola de Frankfurt, Dominique Wolton (1996, p.65) diz que a televisão, sendo o principal instrumento informativo e de divertimento de grande parte da população, também é considerada instrumento de libertação “pois cada um se serve dela como quer, sem ter de prestar contas a ninguém”. De acordo com o autor, a relação do público com a TV é a distância, o que faz com que ela seja livre e sem restrições. Wolton (1996) afirma que a televisão contribui de forma direta para retratar e modificar as representações que as pessoas têm do mundo, contudo ele reconhece que não é fácil determinar o sentido que o espectador faz desta representação. Ainda para o autor, há um sentido flutuante e pluralista que é considerado perigoso, pois a imagem da televisão poderia e deveria favorecer ao receptor uma reflexão em relação ao conteúdo televisivo que se recebe.

Além disso, Wolton (1996) afirma que o público para o qual se dirigem os produtos televisuais é complexo, pois quando se fala de público, não está se referindo ao popular, nem à elite e tampouco a um público “médio” (1996, pg. 75). Wolton se refere à mistura dos três que, segundo ele, é chamada de forma imprópria de “público de massa” (*Ibidem*). Para o autor, a televisão é uma atividade coletiva, que impede uma leitura única de seus produtos, mesmo na TV aberta. Ele afirma

que algumas pesquisas constataram que o espectador faz uma triagem das informações que são recebidas, pois a percepção política da realidade funciona como um filtro.

Suas opiniões ideológicas [...] lhes permitem escolher, aceitando mais aquilo que lhes conforte em suas opiniões, e muitas vezes, rejeitando o que os perturba. Além disso, é esse processo de integração filtrada de informações que explica a modificação muito lenta de opiniões, cujo contexto cultural de cada país desempenha um papel importante em face das fiéis preferências dos espectadores (WOLTON, 1996, p. 76).

A forma como as pessoas recebem as informações estão de acordo com o meio social e cultural em que estão inseridas. Mesmo que haja semelhanças entre as programações das televisões no mundo, o modo como as pessoas as recebem será sempre diferente. Todos podem assistir às mesmas imagens, mas ninguém vê a mesma coisa. É nesta relação, meio social e cultural, e também por estarem sujeitas ao domínio mercadológico, é que a televisão se instaura como um meio de comunicação de massa com forte influência. Como diz Wolton, a TV é regida pelas leis do mercado, com preços reais, lucros e rentabilidade, assim como os profissionais que atuam nela.

Seguindo o mesmo raciocínio de Wolton, Pierre Bourdieu apresenta a possibilidade que a televisão tem de mostrar o fato de acordo com os seus interesses.

Desejaria dirigir-me para coisas ligeiramente menos visíveis mostrando como a televisão pode, paradoxalmente, ocultar mostrando uma coisa diferente do que seria preciso mostrar caso se fizesse o que supostamente se faz, isto é, informar, ou ainda mostrando o que é preciso mostrar, mas de tal maneira que não é mostrado, ou se torna insignificante ou construindo-o de tal maneira que adquire um sentido que não corresponde absolutamente à realidade (BOURDIEU, 1997, p.24).

O autor destaca que as notícias veiculadas sofrem, antes de irem ao ar, pressão política e econômica. Dessa forma, o conteúdo televisivo é determinado pelos jornalistas, pelos anunciantes que pagam a publicidade, pela empresa onde atuam e também pelo estado. Como consequência disso, o telespectador acaba formando uma opinião pessoal limitada aos interesses dos emissores, ainda mais quando a televisão é a sua única fonte de informação. Segundo Bordieu (1997), uma parcela significativa se encaixa nesse perfil.

Mesmo com as dificuldades de conviver com o paradoxo da Indústria Cultural, os jornalistas tem papel fundamental na construção da notícia nos telejornais. Ele atua como investigador dos fatos. Segundo Lacerda (1990, p.54), a função do jornalista é construir uma opinião pública bem informada, atenta e vigilante. “Apresentar um quadro da realidade sobre o qual os homens possam atuar. Eis a missão do jornal, pois, do jornalista”.

Para muitas pessoas o telejornal é o único contato com os fatos ocorridos no seu cotidiano. Assistir o noticiário faz com que os indivíduos participem de um mesmo e único mundo, partilhem das mesmas experiências e se informem sobre os acontecimentos que estão ocorrendo ao seu redor. É relevante considerar que o surgimento da TV segmentada propiciou ao espectador a oportunidade de escolher a programação que deseja assistir de uma forma mais específica. Mas a pesquisa² realizada em março de 2014, pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República revela que mesmo com o crescimento expressivo da TV por assinatura no Brasil, 67% dos brasileiros só assistem os canais abertos em seus lares.

Segundo dados levantados pelo Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística (2014), os pesquisados confiam mais nas notícias veiculadas pela TV, portanto, é importante ressaltar que as notícias têm interesse considerável para aqueles que as recebem. Pontes (2009) entende que a mídia noticiosa não tem como objetivo único informar o público em geral, mas existe também como a expressão da necessidade do público de querer se informar.

Mas, será que o telespectador conhece o processo pelo qual as informações são submetidas até que cheguem as suas casas?

A partir destes questionamentos a pesquisa busca entender até que ponto o telespectador compreende o processo pelo qual os fatos são submetidos até se tornarem fatos noticiosos. Na graduação estudam-se bastante as técnicas e as etapas para a elaboração de uma reportagem, mas não se dá tanta atenção para o entendimento do público em relação às influências que os fatos sofrem até que se tornem notícia.

A palavra fato³ significa “resultado acabado ou que está prestes a ocorrer, coisa cuja realidade pode ser consumada”. Os fatos são acontecimentos do

²Disponível em <http://brasillink.usmediaconsulting.com/2014/04/as-7-tendencias-mais-quentes-em-termos-de-consumo-de-midia-no-brasil/>. Acesso em 18 de março de 2015.

³Disponível em <http://www.dicio.com.br/fato/>. Acesso em 09 de dezembro de 2014.

cotidiano que “têm como característica principal a instantaneidade”, por isso algumas notícias passam a ser chamadas de factuais, pela atualidade da sua ocorrência. Marconi Oliveira da Silva (2006), em seu livro *Imagem e Verdade: jornalismo, linguagem e realidade*,

considera como sendo fato jornalístico um texto composto por uma série de enunciados, com valor relevante sobre estados, dados ou fatos da sociedade.

Afirma ainda que o fato jornalístico, quando concebido nas formas de notícia e reportagem, vem acompanhado de eventos mais interessantes, considerando os demais elementos como detalhes e circunstanciais.

Para entender melhor a produção do fato noticioso, como também as múltiplas influências a que estes fatos são submetidos, a pesquisa escolheu como seu objeto de estudo o Programa Jornal do Almoço da RBS TV Caxias.

Alguns fatores contribuíram para esta escolha como o de se tratar de um programa com grande audiência, bem como por seu horário de exibição, que facilitou o acompanhamento “In loco” pela pesquisadora. Outro fator que influenciou a escolha foi o tempo total de exibição do programa, que é de 15 minutos, o que possibilita um maior espaço para que os assuntos sejam discutidos e também uma produção mais trabalhada das matérias.

O Jornal do Almoço de Caxias do Sul possui um formato híbrido, portanto, segundo Aronchi de Souza (2004), o programa é considerado do gênero revista, que também pertence à categoria entretenimento. A Revista compreende a apresentação de vários formatos, que podem ser ao vivo ou gravados, com apresentador em estúdio chamando vários assuntos nos formatos entrevista, reportagem, videoclipe, telejornalismo, quadros humorísticos, musicais, entre outros que garantem a multiplicidade de assuntos e informações. Dentro da programação do Jornal do Almoço, a pesquisadora se interessou pela parte das notícias, tendo em vista que a formatação do gênero revista é muito semelhante a dos programas de jornalismo e variedades, mas possui como diferencial a postura mais comprometida com a categoria informativa.

Para encontrar as respostas para as problematizações referidas realizou-se uma Pesquisa Qualitativa. Segundo Minayo (1995), este tipo de pesquisa tem caráter exploratório, o que estimula os entrevistados a pensarem livremente sobre algum tema, conceito ou objeto. Mostra aspectos subjetivos e atinge explicações não explícitas, ou mesmo conscientes de maneira espontânea. É utilizada para

buscar percepções e entendimentos sobre a natureza geral de uma questão, abrindo espaço para a interpretação. Como destaca a autora a pesquisa qualitativa responde:

[...] a questões muito particulares. Ela se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado, ou seja, ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis (MINAYO, 1995, p. 21-22).

Este tipo de pesquisa procura responder as questões subjetivas dos indivíduos, preocupando-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais. Nesse sentido, utilizou-se o Levantamento Bibliográfico, como procedimento metodológico para um melhor entendimento e conhecimento sobre os conceitos e autores citados nesta pesquisa.

Segundo Vera Regina Boccato (2006), este procedimento é utilizado para que se faça uma pesquisa da bibliografia sobre determinado assunto ou autor. É a busca da solução de um problema a partir de referências publicadas. Auxilia na análise e discussão das contribuições científicas e culturais, propiciando ao pesquisador a bagagem teórica, através do conhecimento que adquire na realização das pesquisas.

Ainda de acordo com a autora, a pesquisa bibliográfica é uma revisão realizada em livros, periódicos, artigos, jornais, sites de internet, entre outras fontes, para responder as questões que norteiam um projeto científico. O autor especifica que “esse tipo de pesquisa trará subsídios para o conhecimento sobre o que foi pesquisado, como e sob que enfoque e ou perspectivas foi tratado o assunto apresentado na literatura científica” (BOCCATO, 2006, p.266).

Para entender melhor os padrões utilizados pela redação do Jornal do Almoço, como se dá a escolha dos fatos, quais critérios são usados na edição de uma matéria, como são redigidas, quais as dificuldades enfrentadas no desenrolar de uma reportagem, a relação entre o editor-chefe e a equipe, o processo final de edição e, por fim, a apresentação do programa, realizou-se uma observação participativa, onde a pesquisadora passou em média duas semanas na redação da RBS TV Caxias. Foi feito um acompanhamento “In loco” tanto no ambiente interno

da emissora, como também no externo, pois houve a oportunidade de se acompanhar repórteres e cinegrafistas em suas reportagens.

Este método implica na interação entre o observador e o seu objeto de estudo, visando coletar dados sistemáticos, diretamente do contexto ou situação específica do ambiente. De acordo com Peter Mann (1970, p.96), a observação participante é uma “tentativa de colocar o observador e o observado do mesmo lado, tornando-se o observador um membro do grupo de modo a vivenciar o que eles vivenciam e trabalhar dentro do sistema de referência deles”.

Esta observação é uma das mais utilizadas pelos pesquisadores que se servem da Metodologia de Pesquisa Qualitativa, tendo como objetivo ganhar a confiança do grupo que está se observando, fazendo com que os indivíduos compreendam a importância da investigação, sem ocultar o seu objetivo.

A partir do material recolhido e observado nestas duas semanas foram escolhidas três edições do JA Caxias do Sul, a fim de aplicar sobre ele o método de Análise de Conteúdo. De acordo com Laurence Bardin (2011) a AC é utilizada como um instrumento de análise das comunicações, pois o pesquisador que trabalha seus dados a partir deste instrumento está sempre procurando um texto atrás de outro texto, algo que não está aparente na primeira leitura e precisa de uma metodologia para ser desvendado.

Esta pesquisa monográfica contou com a participação de telespectadores “especialistas”, pois os 10 estudantes escolhidos para participar deste trabalho fazem parte do Curso de Comunicação Social, da área de Jornalismo, da Universidade de Caxias do Sul. Aplicou-se o método de Estudo de Recepção por meio da técnica de Grupo Focal com o objetivo de entender o modo como os estudantes recebem as notícias.

Segundo Morgan (1997 *apud* TRAD, 2009), o Grupo Focal é uma forma de coletar dados a partir das interações grupais ao se discutir um tema especial sugerido pelo pesquisador. Pode caracterizar-se como um recurso para compreender o processo de construção das percepções, atitudes e representações sociais de grupos humanos. Já o Estudo de Recepção tem como principal objetivo pensar a forma como as pessoas recebem os conteúdos. As autoras Jacks e Toaldo (2013) destacam que este método está preocupado com a relação que estabelecem os receptores com determinados gêneros e programas, na busca pela interpretação e produção de sentido.

Após o encontro com o grupo, para fazer a análise de como este público compreende a construção das notícias do JA Caxias do Sul, o método de Análise de Discurso também será utilizado. Esta prática busca revelar construções ideológicas presentes em um texto. Empreender a análise do discurso significa tentar entender e explicar como se constrói o sentido de um texto e como esse texto se articula com a história e a sociedade que o produziu. É relevante esclarecer que para facilitar a leitura e a compreensão do trabalho, todas as notas de rodapé reiniciam numericamente em cada subcapítulo.

A partir dos conceitos abordados e das reflexões levantadas, os objetivos específicos são identificar a forma como os estudantes recebem os fatos noticiosos veiculados pelo Jornal do Almoço de Caxias do Sul; analisar se o fluxo de conteúdo transmitido pelo programa faz com que o telespectador tenha dificuldade ou não para fazer uma reflexão a partir das informações de cunho jornalístico; verificar suas percepções sobre o processo de construção da notícia, a partir das três edições do programa JA Caxias escolhidas; identificar se o tempo de duração das matérias veiculadas influencia o modo de reflexão do telespectador; verificar se os estudantes compreendem a questão do hibridismo e como ela influencia o formato dos programas.

Três hipóteses foram levantadas acerca do tema: existem deficiências na forma como os estudantes do Curso de Jornalismo compreendem a produção dos fatos noticiosos; em consequência do tempo de duração do Jornal do Almoço de Caxias do Sul e de sua característica enquanto revista, há uma grande quantidade e variedade de informações, o que resulta na falta de espaço para que o telespectador faça uma reflexão; a construção da notícia sofre influência em dois momentos: num primeiro momento da parte técnica, pois os fatos passam por uma equipe que segue formatos e normas impostas pela empresa jornalística. No segundo momento as informações são influenciadas pelos valores ideológicos e subjetivos dos agentes produtores da notícia, como: repórteres, cinegrafistas, editores de texto e imagem, apresentadores dos programas jornalísticos, pois estes profissionais estão mais diretamente ligados à execução do processo noticioso.

O segundo capítulo deste trabalho aborda os principais conceitos sobre Indústria Cultural e também suas relações com os meios de comunicação de massa, o poder e a sociedade. Este capítulo também apresentará a História da Televisão Brasileira, assim como a linguagem utilizada por esse meio difusor de informações.

Ainda neste capítulo serão discutidas as categorias dos gêneros televisivos encontrados na programação da televisão brasileira. Considerando o objeto de estudo desta pesquisa, o gênero revista será melhor aprofundado e explicado.

O terceiro capítulo busca compreender as etapas e influências pelas quais as informações passam até que se tornem notícia. Para que isso seja averiguado, serão abordados os valores da notícia e as diferenças entre fato e fato noticioso.

O quarto capítulo apresentará a história do Jornal do Almoço de Caxias do Sul, bem como os profissionais que compõe a equipe e seu processo de produção. Ainda neste capítulo a pesquisadora irá relatar a observação realizada na redação do JA Caxias do Sul e, com isso, desenvolverá a metodologia e a análise necessária para responder as hipóteses desta pesquisa. Por fim, o último capítulo é dedicado às considerações finais desta pesquisa.

Com este trabalho, busca-se também contribuir para a reflexão sobre a grade curricular do Curso de Jornalismo da Universidade de Caxias do Sul.

2 INDÚSTRIA CULTURAL E MÍDIA DE MASSA

Para realizar a análise do conteúdo das três edições escolhidas do Jornal do Almoço de Caxias do Sul e também investigar a forma como os estudantes da área de jornalismo recebem estas notícias, sentiu-se a necessidade de discutir neste capítulo as origens da cultura de massa, consequência do modo econômico consumista característico do sistema capitalista implantado na Revolução Industrial.

O esclarecimento destas relações trará suporte para uma compreensão mais aprofundada sobre a Indústria Cultural e alguns fatores que influenciam na construção do fato noticioso.

2.1 REVOLUÇÃO INDUSTRIAL E CULTURA DE MASSA

A industrialização iniciada em meados do século XVIII baseou-se em um conjunto de transformações tecnológicas com grande repercussão no processo produtivo, mas que atingiu também o setor social, político e cultural. Com a superação da área agrícola, o maquinário substituiu o trabalho humano e novas relações surgiram neste período.

A aceleração das máquinas aumentou a produção e os lucros. A mão-de-obra assalariada e a “liberdade” para consumir produtos geraram o liberalismo econômico, que de acordo com Adam Smith (1976 *apud* GANEM, 2000), tem como ponto principal a defesa da liberdade política e econômica, ou seja, é contra o controle do estado na economia e na vida das pessoas, bem como defende a propriedade privada, uma das principais características do capitalismo. Instalou-se, neste período, uma economia de mercado caracterizada pela divisão do trabalho, oposição das classes, exploração do trabalhador e consumo excessivo de bens.

É relevante lembrar que na era da industrialização a classe que tinha condições de se apropriar da mão-de-obra humana, assim como, dos prazeres imediatos que sobrevinham com o avanço tecnológico era a burguesa, pois o capitalismo já nasceu em uma sociedade dividida entre “senhores e escravos”, agravando a desigualdade entre as classes.

O autor Teixeira Coelho (1980) destaca dois princípios que merecem atenção quando se fala sobre a forma de trabalho que surgiu no século XVIII, e que se mantém, muitas vezes, nos veículos de comunicação que, segundo o autor,

servem a esta ideologia imposta pela Revolução Industrial. Um deles é a reificação, ou a transformação do ser humano em coisa, em simples objeto, ou ainda, de acordo com termo introduzido por Marx (1923 *apud* COELHO, 1980), o homem foi transformado em um “*modelo maquinal*”, ou seja, foi “coisificado”.

O segundo princípio é o da alienação, pois para a sociedade da era industrial o homem acaba, por si só, sendo alienado de tudo: do seu trabalho e também do produto do mesmo, pois o valor que recebe pelos seus esforços é tão baixo que não lhe dá condições de comprar aquilo que ele mesmo produz. Enfim, aliena-se de seus projetos de vida, do que acontece em seu país e de sua própria vida, pois se tornou um indivíduo sem tempo livre para fazer uma reflexão crítica de si e da sociedade.

A partir destes dois princípios Marx (1923 *apud* COELHO, 1980) destaca que o homem passa a ser dominado pelo sistema capitalista, não pertencendo mais a si mesmo, mas tornando-se mercadoria para seus empregadores. Este modelo econômico implantou-se como um sistema ortodoxo na época, transformando a economia e as relações entre os indivíduos que aprenderam a prática do consumismo.

É nas relações de poder a qualquer custo, aproveitando os modos de produção que avançavam rapidamente e pensando em produzir para todo tipo de público que surge a cultura de massa, o qual toma força no início do século XX com o aparecimento da televisão.

Para disseminar seus produtos o sistema transformou a obra de arte e a cultura também em mercadoria. Os fabricantes passaram a produzir, além de objetos, bens de consumo cultural para todas as classes, como exemplo: fotografia, cinema, disco, cassete, vídeo, imprensa, etc.

Em sua obra *Comunicação e Controle Social*, o autor Pedrinho A. Guareschi (2001) explica a transformação da cultura no contexto da Revolução Industrial.

A cultura, transformada em mercadoria, perde sua característica de cultura e se transforma em valor de troca que ajuda, por sua vez, a reproduzir o sistema. Onde a mercadoria reina absoluta, tudo precisa se transformar em mercadoria: a arte, as idéias, os valores espirituais, as invenções, a criação (GUARESCHI, 2001, p.63).

Segundo os autores referenciados neste capítulo e a partir de uma compilação de suas ideias sobre o tema, a cultura passa, assim, a ter o valor de um

produto qualquer, não possuindo mais como finalidade formar o intelecto dos indivíduos e suprir suas necessidades ideológicas e espirituais. Como produto para venda, o único objetivo com a sua produção é o lucro. A cultura de massa, consequência do sistema capitalista, auxilia na propagação da ideologia e suas regras sociais, políticas e econômicas impostas à sociedade pelo capitalismo. É nesta esfera que os pensadores da Escola de Frankfurt criam a expressão Indústria Cultural.

2.1.1 Indústria Cultural e suas relações com os “mass media”

Como referenciado no primeiro capítulo, o conceito de Indústria Cultural foi divulgado pelos filósofos da Escola de Frankfurt Max Horkheimer e Theodor W. Adorno no clássico *Dialética do esclarecimento*, escrito no ano de 1942 e publicado em 1947.

A Escola de Frankfurt, cuja história iniciou-se com a fundação do Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt em 3 de fevereiro de 1923 é a primeira atividade sistemática e organizada das ações específicas dos meios de comunicação de massa, no contexto capitalista. Formada por sociólogos alemães, teve como propósito fazer uma reflexão crítica sobre a transformação da cultura em mercadoria, como também sobre a ideologia transmitida através dos meios de comunicação.

Em relação à primeira crítica, Horkheimer e Adorno analisaram os motivos que levaram à produção da cultura a não ser mais vista com valores de uma experiência autêntica, mas como mercadoria. Em razão disso, os sociólogos preferiram utilizar o termo Indústria Cultural ao invés de cultura de massa, pois esta última parece tratar-se “... de algo como uma cultura surgindo espontaneamente das próprias massas, em suma, da forma contemporânea da arte popular” (ADORNO, 1971, p. 287).

Para os sociólogos alemães da Escola de Frankfurt a cultura de massa surge do próprio público, de forma natural, dos seus costumes e suas regionalizações, não tem como objetivo ser comercializada. Diferente dos produtos da Indústria Cultural que são programados, visando unicamente o lucro.

Contraopondo-se a esta ideia, Edgar Morin (1997) prefere utilizar estes termos como sinônimos. Concorda que a Indústria Cultural, por apresentar ideias

difundidas por uma indústria, nem sempre é espontânea, pois a mesma tem como principal instrumento a técnica, a qual ajuda na divulgação dos seus produtos. Entretanto, ao utilizar esta expressão, não enxerga problemas em associar a cultura de massa com a indústria Cultural.

De acordo com Horkheimer e Adorno (1985), com a colaboração da ciência e das técnicas modernas utilizadas na produção, a Indústria Cultural passou a ser uma nova fórmula para garantir a perpetuação da produção capitalista, passando a ter fundamental importância para assegurar a manutenção e a sobrevivência do sistema. A ideologia do capitalismo é que a arte seja empacotada e vendida como mercadoria. Desse modo, o capital e a Indústria Cultural são uma coisa só e os meios de comunicação compõem o sistema.

A indústria da cultura popularizou a arte. Aquela que era produzida para uma minoria passou a ser difundida para o público em geral através dos meios de comunicação de massa. Isso, segundo Horkheimer e Adorno, foi deteriorando e condicionando a consciência e o pensamento crítico das pessoas.

É relevante lembrar que a cultura produzida na época da Revolução Industrial nem sempre atingiu a classe menos favorecida, pois nos séculos XVIII e XIX a arte era produzida para o público elitizado e só era entendida por eles. Com o aparecimento da televisão no século XX a disseminação ganhou força, atingindo pessoas de todas as classes que passaram a ter acesso a todos os produtos da Indústria Cultural: obras literárias, filmes, amostras de arte, cinema, etc.

Com a rápida transformação nos modos de produção, os indivíduos viram-se obrigados a cumprir vários papéis, como os de produtores, comerciantes, operários, etc... Ao mesmo tempo, também atendiam as necessidades familiares e, assim, passaram a viver em dois mundos: o real: das normas, costumes e afazeres obrigatórios, sejam eles dentro ou fora de casa; e o mundo da fantasia, subjetivo, dos sonhos, proporcionado em grande parte, pelos meios de comunicação de massa.

A ideologia da Escola de Frankfurt critica a relação estabelecida pelos meios de comunicação com o mundo fictício. Para Horkheimer e Adorno (1985), as produções da Indústria Cultural buscam iludir as pessoas com a idealização de um mundo perfeito, fazendo com que acreditem que a ficção é a realidade. Ainda de acordo com os autores, as pessoas passam a desejar viver tais experiências,

refugiando-se num mundo fantasioso o qual não lhes orienta a fazer uma reflexão sobre sua real situação, no sentido de ajudá-los a enfrentar seus problemas.

Quanto mais densa e integral a duplicação dos objetos empíricos por parte de suas técnicas, tanto mais fácil fazer crer que o mundo de fora é o simples prolongamento daquele que se acaba de ver no cinema (HORKHEIMER; ADORNO, 1990, p.175).

Os sociólogos acreditam que o avanço das técnicas e a divulgação maciça deste tipo de conteúdo faz com que as pessoas assimilem rapidamente a fantasia imposta neles, tornando a vida real uma mera representação da ficção, em uma espécie de inversão de valores e percepção.

Os pensadores da “Escola de Frankfurt” apontam ainda que os veículos transmissores da informação causam uma alienação no telespectador, pois os produtos da Indústria Cultural são esquematizados de acordo com as necessidades do mercado, o qual impõe suas próprias normas aos indivíduos sem que percebam, pois o receptor é objeto da Indústria Cultural e não “o rei”, como ela o faz crer.

Contrapondo-se a Horkheimer e Adorno, o sociólogo francês Dominique Wolton (1990) levanta a importância dos programas que misturam a realidade do público com o seu imaginário. De acordo com o autor, este tipo de conteúdo une as pessoas, servindo como laço social. A maneira como esses programas são elaborados, escritos e preparados faz com que haja uma interação entre as pessoas ou segundo a expressão utilizada pelo autor na obra *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão* “um verdadeiro ritual do ‘estar juntos’” (WOLTON, 1990, p.165). O autor explica que não está idealizando este gênero da televisão, mas tentando evidenciar como este produto pode possuir uma atribuição cultural e social e, ao mesmo tempo, buscar a audiência.

Ainda segundo Wolton (1990), a TV não distancia os membros de uma sociedade, pois o espectador, ao consumir estes programas, se depara com suas próprias experiências, sejam elas pobres ou ricas e isso compõe o meio social.

Edgar Morin (1997) analisa e entende as ideias propostas pela Indústria Cultural, como também os padrões impostos pelo sistema e pelas instituições sobre a produção da cultura, mas defende que entre estas relações há lugar para a criação. Para Morin (1997), em algum momento as produções precisam de algo novo, da invenção. O setor burocrático obriga-se a procurar o novo para ser original. Nesta esfera, afirma que a produção cultural não pode estar totalmente integrada em

um sistema de produção industrial, é preciso haver individualidade. Estes fatores, conseqüentemente, descentralizam a concorrência entre os meios e emissoras tradicionais, dando espaço a criações alternativas.

O autor também acredita que o interesse principal da Indústria Cultural é a busca do lucro por meio da venda da mercadoria e que o mercado impõe seus padrões para produção deste produto, entretanto, discorda de Adorno e Horkheimer, que defendem que a indústria da cultura possui o objetivo de manipular o homem e difundir a sua própria ideologia. Mas, aponta que há o lado positivo do avanço da tecnologia e da difusão massiva da cultura.

Conforme Morin (1997), mesmo sendo utilizada em prol do capitalismo, graças à evolução das técnicas de produção, grande parte das pessoas pode ter acesso à cultura. Ainda segundo Morin (1997), “não há dúvida de que, sem o espírito prodigioso do sistema capitalista, essas invenções não teriam conhecido um desenvolvimento tão radical e maciçamente orientado” (MORIN, 1997, p.22). Destaca também que, além de ser regida pelo sistema capitalista, a Indústria Cultural sofre influências das normas impostas pelas instituições que regem a vida em sociedade.

Nesta mesma linha, Dominique Wolton (1996) discorre sobre a relação da televisão com a Indústria Cultural, apontando que o veículo é regido pelas leis do mercado, com preços reais, lucros e rentabilidade.

A televisão é uma indústria como as outras, cultural, sem dúvida, mas mesmo assim indústria, e por isso submetida às leis inerentes do mercado – fusões, concentração, falências, alianças, conquistas de mercado, como vemos no movimento editorial, na indústria do disco, do cinema... (WOLTON, 1996, p. 36).

Mesmo sendo uma indústria é preciso reconhecer que a televisão trouxe facilidades quanto ao envolvimento das pessoas com os meios de comunicação. O fato de não precisar se programar e sair de casa para assistir um filme ou prestigiar um concerto tornou mais próxima a relação do público com a cultura. Por outro lado, lhes tirou parte da autonomia, a partir da imposição da programação.

De acordo com os criadores do termo Indústria Cultural, a liberdade sobre as suas decisões é uma mera ilusão. O homem, fascinado em manter um controle imaginário sobre si mesmo, não percebe que esta liberdade é mais uma das

categorias ideológicas. Quando acreditam que têm o poder de escolha, não observam que estão sendo monitorados pelo sistema.

“... a crença na independência radical do ser individual em relação ao todo nada mais é do que uma aparência. A própria forma do indivíduo é a forma de uma sociedade que se mantém viva em virtude do mercado livre, no qual se encontram sujeitos econômicos livres e independentes” (HORKHEIMER; ADORNO 1973, p.53).

Por mais que possam escolher sua programação, quem produz, escolhe e coloca os programas à disposição é a indústria. Segundo os criadores do termo Indústria Cultural, o mercado, que visa unicamente obter lucro, irá veicular produtos que obtenham bastante audiência. Mesmo com o aparecimento da televisão segmentada, os indivíduos ainda estão sujeitos à programação imposta pelo mercado.

Contraopondo-se a esta ideia, Wolton (1996, p. 75) explica, como foi referenciado na introdução desta pesquisa, que a relação entre o público e a televisão é a distância, o que lhe dá a liberdade para servir-se dela como quiser. Reconhece que o sentido pluralista no qual o conteúdo televisivo se produz é perigoso e que produzir conteúdo para um público abrangente é complexo, pois este público é amplo demais para uma produção específica. A TV é uma atividade coletiva, na qual fica difícil produzir um conteúdo só para a elite, ou público médio, ou ainda o popular. Quando o autor se refere a público abrangente, significa mistura entre as três categorias definidas por ele (de elite, médio e popular), ou como ele mesmo chama, “público de massa”.

Atualmente, com avanço das tecnologias digitais este contexto vem se modificando, pois as pessoas possuem maior liberdade de acesso a todos os conteúdos produzidos; assim, são vários tipos de conteúdos para vários tipos de públicos. Esses públicos específicos não só recebem as informações, como faziam quando os únicos meios de comunicação eram a TV aberta, o rádio ou o jornal impresso, mas, através da internet vai ao encontro daquilo que lhe interessa. O mesmo público de massa que assistia a televisão, está hoje diretamente conectado às redes sociais, pois em consequência das mudanças no âmbito tecnológico, está havendo uma segmentação cada vez maior dos públicos.

Wolton (1996) defende que a imagem transmitida deveria instigar o receptor a uma reflexão crítica sobre o que está assistindo. Nesse sentido, mesmo que as pessoas possam escolher o que preferem assistir, a ideologia imposta pelo sistema

desde a Revolução Industrial mecanizou os indivíduos para que não saibam elaborar uma opinião própria diante dos conteúdos televisionados. Por mais que a programação seja diversificada, o público para o qual ela é produzida não foi estimulado a refletir sobre aquilo que assiste.

Neste âmbito, como afirma Wolton, fica difícil produzir e controlar a programação para certos grupos, como também, programar conteúdos que agradem a todos. De acordo com a pesquisa citada na introdução deste trabalho monográfico, 97% dos brasileiros afirmam assistir televisão em seus lares, o que a torna o meio de comunicação mais utilizado pelas pessoas. Produzir uma programação específica para ser transmitida para quase 100% da população brasileira, formada por pessoas de todas as idades, classes e cultura do país, em rede aberta, é praticamente impossível. Mas, com a chegada da televisão segmentada, mesmo que também obedeça a uma programação imposta pelo mercado, dá ao telespectador maior liberdade de escolher qual o tipo de programa que lhe agrada mais.

Nesse aspecto, o autor Pierre Levy (1993) defende que há a oportunidade de uma comunicação alternativa além da habitual; as brechas passaram a existir de forma mais contundente através das redes digitais. Com a estrutura hipertextual, a forma clássica emissor-receptor de trocar informações foi descentralizada, dando lugar a uma tecnologia exterior aos padrões do sistema e diferente da programação da televisão, imposta por aqueles que podem e assistida sem escolhas. Por intermédio das redes, o sujeito poderia agir de forma mais autônoma e democrática. Levy (1993) entende o hipertexto como conexões que acontecem em lugares significativos, independente de qualquer hierarquia entre uma informação e outra.

O autor considera relevante considerar que a virtualização é uma característica da comunicação, presente na sociedade desde o momento em que o homem passou a produzir textos. A comunicação que ocorre através das redes virtuais trouxe uma mutação não só no processo de criação de novos sentidos, mas abriu lacunas no sistema imposto pela Indústria Cultural, que de acordo com Horkheimer e Adorno, retirou a identidade dos indivíduos e “enlatou-a”, para que tudo fosse alinhado. Essa nova forma de comunicação possibilitou o acesso do público a todo tipo de conteúdo, como também a liberdade de expor suas reflexões críticas, assim como criar e expressar um novo tipo de cultura.

Diante das teorias analisadas pelos autores referenciados pode-se compreender que Horkheimer e Adorno defendem que o ser humano passou a ser

regido pelo sistema capitalista que, visando o lucro, tornou a cultura uma forma de rentabilidade. Com uma visão menos radical e centralizadora, os autores Dominique Wolton e Edgar Morin enxergam nesta Indústria da Cultura formas positivas de relacionamento. Morin levanta que graças à difusão maciça da cultura pela Indústria Cultural, as pessoas podem ter acesso aos conteúdos veiculados pelos meios. Wolton defende que a televisão é uma forma de aproximar os indivíduos.

O autor Pierre Levy explica que as tecnologias mudaram a forma de relação entre as pessoas e os veículos de comunicação e que atualmente é possível ter acesso a quase qualquer conteúdo. As brechas que surgiram com o avanço tecnológico trouxeram novas formas de interação entre o público e as informações, o que também gerou um novo olhar em relação ao pensamento “engessado” sobre a Indústria Cultural.

Com a história da televisão brasileira se buscará compreender o caminho até chegar a estas plataformas virtuais, que mudaram não só a forma tradicional do telespectador receber as informações, como a interação entre homem e os meios de comunicação.

2.2 HISTÓRIA E LINGUAGEM DA TELEVISÃO BRASILEIRA

Como citado anteriormente, a televisão no Brasil teve como protagonista o jornalista e empresário Assis Chateaubriand. Segundo a autora Vera Íris Paternostro (1999), há algumas controvérsias em relação às primeiras imagens televisivas transmitidas no Brasil. Como conta Paternostro, no início da década de 1940 aconteceu no Museu de Arte de São Paulo uma apresentação do sistema para o público.

Ainda na década de 40, precisamente no ano de 1946, as imagens transmitidas foram no Rio de Janeiro, quando a Rádio Nacional realizou algumas experiências transmitindo para televisores instalados em locais determinados, imagens do que acontecia no estúdio do Programa *Rua 42*.

Mais tarde, na década de 50, o ex-ator de cinema Frei José Mojica protagonizou uma transmissão em âmbito fechado na empresa de Chateaubriand, *Diários e Emissoras Associadas*. Diretamente do auditório do Museu de Arte, Frei Mojica cantou para alguns telespectadores. Mas foi no dia 18 de setembro deste mesmo ano que o primeiro programa da televisão brasileira foi transmitido.

O cenário desta transmissão fora os estúdios instalados no Palácio do Rádio, na cidade de São Paulo. Através do canal PRF-3 TV Difusora, Cassiano Gabus Mendes dirigiu o espetáculo de estreia TV na Taba, que durou quase duas horas. Para que o público pudesse assistir a transmissão e comprovar a existência da TV no Brasil, Assis Chateaubriand importou dos Estados Unidos 200 aparelhos televisivos e os instalou pelas praças, padarias e museus da cidade de São Paulo.

Para conhecer a trajetória histórica da televisão, como também entender as variações da linguagem da TV no Brasil, foi preciso buscar dados nas obras de alguns autores.

Vera Íris Paternostro (1999), em sua obra *O Texto na TV: Manual de Telejornalismo*, relata momentos importantes da história da televisão brasileira desde seu surgimento; os livros *O Monopólio da Fala: Função e linguagem da televisão no Brasil*, do autor Muniz Sodré (1999) e *Televisão*, de Ciro Marcondes Filho (1994) trazem uma reflexão sobre a função da linguagem na televisão.

Também se viu necessário realizar um levantamento em alguns sites da internet, os quais: *Tudo sobre TV*¹, que contém dados importantes do percurso da televisão desde seus primórdios e *Grupo RBS*², o qual foi imprescindível para conhecer momentos importantes da emissora afiliada à Rede Globo, a RBS TV Caxias, escolhida para fazer parte desta pesquisa.

O trabalho monográfico *A Televisão como Veículo na Disseminação Da História* (2008) também foi utilizado por conter citações e momentos importantes sobre a História da Televisão Brasileira. Os dados e textos a seguir são resultado desta compilação.

2.2.1 Anos 50

No dia 18 de setembro de 1950, a primeira estação brasileira de televisão, a TV Tupi de São Paulo, canal 3, pertencente aos Diários e Emissoras Associadas (cadeia de jornais e emissoras de rádio) de Assis Chateaubriand, inaugurou oficialmente a televisão brasileira, com o programa TV na Taba. Um dia depois, vai ao ar o primeiro telejornal brasileiro, *Imagens do Dia*.

¹Disponível em (<http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv50.htm>). Acesso em 29 de março de 2015.

²Disponível em (<http://www.gruporbs.com.br/nossa-historia/>). Acesso em 29 de março de 2015

O telejornal foi produzido e editado por Rui Rezende que também era locutor. Quanto aos seus protagonistas, “existem controvérsias sobre quem foi seu primeiro apresentador, alguns afirmam ter sido Ribeiro Filho, outros apontam Maurício Loureira Gama, e outros ainda citam Ruy Rezende, mas o que sabemos é que com o passar do tempo Loureira Gama tornou-se jornalista oficial do telejornal”³. O telejornal tinha muitas locuções em off, em consequência do rádio ser referência para a TV. Com formato simples, algumas notas eram ilustradas com imagens em preto e branco, sem som.

As primeiras transmissões aconteceram de maneira precária em estúdios ainda improvisados. Foi uma década de aprendizado, pois a maior parte dos profissionais trabalhava com as técnicas que haviam aprendido no cinema, teatro, rádio e até no circo, experimentando preencher a grade de programação.

No dia seguinte ao primeiro noticioso, Imagens do Dia, na Tupi de São Paulo, em 1950, foi abordado na rua Marconi por uma senhora que reclamou que ele havia sido arrogante, não falara ‘com ela’, sentada diante da televisão fazendo um crochêzinho. Aquela senhora já vira televisão, havia morado em Nova York. A partir daí Loureira Gama passou a escrever suas notícias como se fossem uma conversa com alguém, ‘uma peça de teatro’. Chateaubriand telefonou para cumprimentá-lo por ser o único que sabia falar na televisão. Com a ajuda de uma telespectadora, Gama tinha descoberto a diferença entre as duas linguagens, a da tevê e a do rádio.⁴

Nesta primeira fase a televisão não havia desenvolvido uma linguagem própria, o que causou estranheza em alguns momentos, pois as pessoas produziam a TV de acordo com os padrões implantados pelo cinema e pelo rádio. Um dos objetivos era buscar espaço entre estas duas mídias.

Em janeiro de 1951 a segunda emissora do país entrou no ar, a TV Tupi do Rio de Janeiro, canal 6; e em março de 1952, a TV Paulista, canal 5, foi inaugurada. Ainda em 1952, a TV Tupi colocou no ar o primeiro e mais importante teleteatro da TV brasileira, o *TV de Vanguarda*.

Os produtores viram-se obrigados a buscar novas técnicas de interpretação, pois como a maioria dos artistas vinha do teatro, houve a necessidade de algumas mudanças. Devido ao enquadramento das câmeras, os atores permaneciam mais estáticos e a representação era focada nas expressões faciais.

³Disponível em <http://redetupitv.blogspot.com.br/>. Acesso em 25 de abril de 2015.

⁴Disponível em <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/tv50.htm>. Acesso em: 01 de abril de 2015.

Em 17 de junho de 1953 começa a ser transmitido pela TV Tupi de São Paulo o primeiro programa sinônimo de telejornalismo no Brasil, o Repórter Esso. O programa levou esse nome por ser patrocinado pela Esso. Na época, os programas eram intitulados de acordo com os nomes de seus patrocinadores.

Dirigido e apresentado pelo locutor de rádio Kalil Filho, o telejornal recebeu a influência dos programas norte-americanos e já esboçava uma linguagem e uma narrativa mais televisiva, com texto objetivo e apresentador enquadrado no plano americano (do rosto ao joelho). Tinha horário fixo para entrar no ar, às 20 horas. Ganhou credibilidade dos telespectadores e seu texto de abertura ficou famoso: “Aqui fala o seu Repórter Esso, testemunha ocular da história” (PATERNOSTRO, 1999, p.35). Permaneceu na TV por 17 anos.

Em setembro de 1953 foi inaugurada a TV Record, canal 7, também na cidade de São Paulo. Conforme Priolli, a história da televisão possui vários momentos:

Na sua primeira década, a TV teve uma configuração claramente insular. Surgiu em São Paulo e expandiu-se, já em 1951, para o Rio de Janeiro. Em 1955 atingiu Belo Horizonte e, nos anos seguintes, chegou a Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Recife, Campina Grande, Fortaleza, São Luiz, Belém e Goiânia. Em cada uma dessas cidades, entretanto, era transmitida uma programação diferente, ainda que a maioria das estações fosse de propriedade de uma mesma empresa, as Emissoras Associadas, de Assis Chateaubriand (PRIOLLI, 2000, p. 17).

Com várias emissoras instaladas pelo país nestes primeiros dez anos, entre elas a TV Excelsior, inaugurada em 1959 no Rio de Janeiro e a Itacolomi, fundada em 1956 na cidade de Belo Horizonte, o aparelho televisivo ainda era considerado um artigo de luxo para muitos. De acordo com Paternostro, em 1958 havia 78 mil televisores em todo o país, sendo que a população residente no Brasil, na época, eram 70 milhões de habitantes⁵, o que explica sua programação direcionada para a classe elitizada.

Mesmo com horário curto de permanência no ar, em torno de quatro horas, a programação exibia vários gêneros nesta época, como: entrevistas, debates, teleteatros, música erudita, telejornais e shows. Nesta mesma década, em 1957, Maurício Sirotsky Sobrinho associou-se à Rádio Gaúcha, dando início ao Grupo

⁵Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Demografia_do_Brasil. Acesso em 01 de abril de 2015.

RBS e Manoel de Nóbrega doou ao apresentador Sílvio Santos uma empresa de utilidades domésticas e brinquedos. A empresa se encontrava em difícil situação financeira. Sílvio Santos criou o Baú da Felicidade e reverteu a situação da empresa.

2.2.2 Anos 60

A década de 60 marcou a consolidação da televisão no Brasil e também sua afirmação como meio de comunicação de massa. Segundo Paternostro, com o início da disputa pela audiência e pelas verbas publicitárias, a TV definitivamente assume seu feitiço comercial.

Esta época também inaugurou a tecnologia do videoteipe, equipamento utilizado para gravar as imagens televisivas. A primeira a manusear este aparelho foi a TV Tupi, de São Paulo. A emissora gravou a festa de inauguração de Brasília, ocorrida em 21 de abril de 1960, exibindo a gravação em várias cidades.

Em 1962, Roberto Marinho, proprietário do *Jornal O Globo*, ganhou a outorga dos canais de TV em Brasília e no Rio de Janeiro. Em 24 de julho assinou um contrato de 5 milhões de dólares com o grupo americano Time Life, para criar a TV Globo. Também no ano de 1962, no dia 29 de dezembro, foi fundada em Porto Alegre, a base da futura RBS TV- Rede Brasil Sul de Televisão, a TV Gaúcha.

A TV Excelsior também foi uma das primeiras a utilizar os recursos que o videoteipe oferecia. Em 1963 colocou no ar um programa informativo criado pelo jornalista Fernando Barbosa Lima. Primeiramente ganhou o nome de *Jornal Excelsior* e em 1965, quando foi para a TV Tupi, passou a se chamar *Jornal de Vanguarda*. Trazia vários locutores, entre eles, Cid Moreira. Com um visual dinâmico e uma linguagem diferente, abandonou o estilo radiofônico.

Também em 1963, a TV Excelsior colocou no ar a primeira telenovela diária brasileira, *2-5499 Ocupado*, com Glória Menezes e Tarcísio Meira. A emissora modificou os padrões existentes e sua maior contribuição foi em relação à comercialização de seus produtos.

Na época, muitos profissionais criticaram o uso do videoteipe. Inicialmente, achavam que o aparelho tornava a atuação artística fria e mecânica, embora concordassem que agilizava a produção e a distribuição dos programas por todo o país.

A televisão passa a ser cada vez mais inovadora, colocando no ar programas de humor com longa duração, shows de auditório, programas de prêmios a calouros. A introdução de animadores em programas de auditório foram essenciais para que esse tipo de produto ganhasse força. Profissionais como Hebe Camargo, Chacrinha, Flávio Cavalcante e Sílvio Santos surgiram, trazendo enorme audiência para as emissoras nas quais trabalhavam. A TV toma, então, a forma de uma Indústria Televisiva e aos poucos se torna indispensável para a sociedade.

Também nesta década Sílvio Santos decidiu comprar duas horas no horário televisivo da programação da TV Paulista, no canal 5, e o transformou num show televisivo, com brincadeiras e prêmios, baseado no Baú da Felicidade. Mais tarde, com o alto índice de audiência do programa, o empresário e também apresentador une a sua publicidade ao Baú da Felicidade e dá início ao Grupo Sílvio Santos.

No ano de 1964 a TV Excelsior introduziu o telejornal, entre a transmissão de duas novelas, criando um novo hábito entre as pessoas. É a primeira emissora a utilizar a programação horizontal, transmitindo a novela todos os dias no mesmo horário, às 20 horas.

No ano de 1965 iniciaram-se as transmissões de televisão via satélite pela EMBRATEL (Empresa Brasileira de Telecomunicações). A TV Excelsior lançou o *Jornal da Cidade*, telejornal transmitido na hora do almoço, que inovou com a apresentação de crônicas ilustradas com filmes.

No mesmo ano, no dia 26 de abril, na cidade do Rio de Janeiro, entrou no ar a TV Globo, canal 4, criada pelo jornalista Roberto Marinho. No mesmo dia, através do canal 5 da TV Paulista, vai ao ar a TV Globo de Televisão, em São Paulo. O acordo com o grupo Time Life provocou um diferencial em relação à técnica, pois desde o início a Globo possuía videoteipe e editor eletrônico.

A emissora investiu em programas populares, como: telenovelas, programas de auditório, telejornais e humorísticos, estimulando os Festivais de Música Popular. Pela primeira vez, ainda neste mesmo ano, transmitiu o amistoso de futebol entre Brasil x União soviética.

Alguns programas passaram a ser censurados no ano de 1966, a partir do regime militar, o qual restringiu a transmissão de programas estrangeiros e estabeleceu padrões para a censura precedente de filmes, programas e videoteipes, baseada na Lei da Segurança Nacional.

Em 1967, a TV Gaúcha tornou-se a primeira afiliada da Rede Globo. Neste mesmo ano a Record e a Bandeirantes, criadas em São Paulo, tiveram suas produções prejudicadas pelos incêndios. A TV Record passou a exibir filmes americanos e a TV Bandeirantes passou a transmitir música popular brasileira.

A TV Tupi, mesmo com dificuldades financeiras, lançou um grande sucesso: a telenovela 'Beto Rockfeller' inovando a linguagem e interpretação. A trama adotou uma linguagem coloquial e também mostrava cenas que retratavam o cotidiano da classe média-baixa. Além destas inovações, a trama introduziu o "merchandising" ("qualquer técnica, ação ou material promocional usado no ponto-de-venda, que proporcione informação e melhor visibilidade a produtos ou serviços, com o propósito de motivar e influenciar as decisões de compra dos consumidores")⁶ dentro de cada capítulo.

No dia 20 de julho de 1969 a TV Globo transmitiu a chegada do homem à lua e no dia 1º de setembro, entrou no ar, às 19h50min. O Jornal Nacional, apresentado por Hilton Gomes e Cid Moreira, com duração inicial de 15 minutos. Produzido no Rio de Janeiro e transmitido ao vivo via Embratel para as emissoras da rede, os profissionais se basearam em experiências externas para formar seu projeto de programação. O principal suporte foram os modelos internacionais, principalmente o norte-americano. O JN foi o primeiro telejornal a apresentar imagens em cores e mostrar imagens via satélite. Ainda no ano de 1969 aconteceu a inauguração da TV Caxias, foi o ponto de partida para a rede regional de televisão, RBS TV.

2.2.3 Anos 70

No início desta década começaram a aparecer os questionamentos em torno da televisão e dos perigos sociais que ela poderia apresentar à sociedade.

Foi instituído o Ato institucional nº 5, decretado em dezembro de 1968, o qual concedia poder aos governantes para punir os que fossem contrários às normas impostas pelo regime militar. As regras do regime suspendiam os direitos políticos e civis, assim como censuravam a liberdade de expressão e, conseqüentemente, coibiu os meios de comunicação.

⁶ Disponível em <http://www.blessa.com.br/merchandising/conceitos/>. Acesso em 22 de maio de 2015.

É também o momento em que começam os ataques aos donos das emissoras por serem proprietários de um sistema divulgador e formador de opinião pública. É a fase onde todos os programas brasileiros, não importando o gênero, são censurados.

A Copa de 70 foi transmitida ao vivo do México e gerada pelo sistema NTSC (National Television System Committee). No Brasil, o sinal chegou através da Embratel, o qual era monitorado em cores. Foi montada uma plateia para um número seletivo de pessoas.

Em relação às novelas, ainda em 1970, Daniel Filho tornou-se diretor geral do núcleo das telenovelas da Rede Globo e “Irmãos Coragem” de Janete Clair e “Minha Doce Namorada” conquistaram o público.

De 1971 a 1973 a Rede Globo treinou seus técnicos e adaptou seus equipamentos para utilizar a cor na imagem. A emissora passou a investir no padrão visual, diferenciando-se das outras emissoras. Também foi criado um Departamento de Pesquisa que teve como objetivo auxiliar nas áreas de produção e gravação, analisando o comportamento humano, as demandas e as tendências dos telespectadores, baseado em amostras das metrópoles brasileiras.

Em março de 1972 aconteceu via Embratel a primeira transmissão da televisão em cores, realizada pela TV Difusora de Porto Alegre, atual RBS TV. O desfile da rainha e das princesas da Festa da Uva, na cidade de Caxias do Sul, foi transmitido para todo país. Também nesta década, a RBS TV colocou no ar programas como o *Jornal do Almoço*, o qual foi ponto de partida para a Rede Regional de Notícias (espaço criado dentro do JA para transmitir as notícias de cada região do Rio Grande do Sul).

A Globo era líder de audiência e consolida-se como a maior rede nacional de transmissão, com mais de 36 afiliadas em todo Brasil. Em 1973 é transmitida a primeira novela em cores, “O Bem amado”, do diretor Dias Gomes, produzida pela Globo. Ainda neste mesmo ano, a emissora lança um programa com formato de revista eletrônica, o Fantástico, apresentado por Cid Moreira, cuja grade de programação incluía informações jornalísticas e variedades.

Nesta década o Grupo Silvio Santos já possuía considerável número de clientes e em 1972 começou a produzir cinema e se chamar *Marca Filmes*. A empresa produzia curtas, filmes e novelas para televisão. Em 1974 a marca passou a se chamar *Studios Sílvio Santos Cinema e Televisão*.

Em 1975 o apresentador Sílvio Santos venceu a concorrência para o canal 11, do Rio de Janeiro, aberta pelo então presidente da República, general Ernesto Geisel. 22 de dezembro de 1975 é a data oficial do nascimento do que viria a ser o SBT (Sistema Brasileiro de Televisão). Um ano mais tarde, em 14 de maio de 1976, entrou no ar, com programação contínua das 18 horas até a meia noite, o canal Studio Sílvio Santos Cinema e Televisão Ltda ou TVS.

Em 1977 o governo militar suspendeu a censura prévia e deu espaço para produções criativas. A Globo passa a transmitir as séries brasileiras, com linguagem entremeada entre realidade e ficção. As séries apresentavam casos a partir da vivência dos telespectadores e geravam identificação com o público. Programas como Malu Mulher, Carga Pesada, Plantão de Polícia entre outros, passaram a ser produzidos e transmitidos.

Neste mesmo ano estreou na TV Globo de São Paulo o Bom dia São Paulo, um telejornal diário, transmitido em horário matutino, de segunda a sexta às 7 horas, quando se utilizou pela primeira vez o equipamento UPJ- Unidade Portátil de Jornalismo, dando aos repórteres a oportunidade de entrar ao vivo.

O Bom Dia São Paulo transmitia informações como tempo, serviços para o povo paulistano, trânsito, etc. Dentro de um espaço curto de tempo, “as praças” (sedes das emissoras no interior do estado. Exemplo: A RBS TV é a emissora, no Rio Grande do Sul, afiliada à Rede Globo. No interior do estado, a RBS TV possui suas praças. A RBS TV Caxias é uma das praças) e emissoras afiliadas implantaram o Bom Dia Praça, no mesmo horário. O telejornal possuía uma característica comunitária e apresentava notícias da região. Atualmente, é conhecido na Redação da Globo como “Bom Dia Local”.

Ainda neste ano foi inaugurada a RBS TV Bagé e em 1979 a mesma emissora implanta a TV Catarinense e a TV Joinvile.

2.2.4 Anos 80

A partir desta década a televisão passa a ter domínio total do mercado de informação, e se coloca de maneira “plena”, modificando a relação que tinha com o público e também a maneira como produzia seus programas. Esta nova época é marcada pela fragmentação, como também atomização do controle do sistema televisivo. A televisão passa a não ser mais uma janela transparente, como cita

Marcondes Filho, mas opaca. “Ela não transmite o mundo, ela fabrica mundos” (MARCONDES FILHO, 1994, p. 33).

Essa mudança de paradigma levou ao surgimento de novos produtos, para alimentar o interesse dos telespectadores, com a criação de mais novelas, telejornais, esporte, humor e diversão. Neste sentido, ainda segundo o autor Ciro Marcondes Filho, desapareceu um fator essencial da sua primeira fase: a verdade.

Em 1980, a Rede Globo de São Paulo lança na parte da manhã o programa jornalístico dedicado à mulher. O “TV Mulher” debatia temas que geralmente não eram discutidos livremente nos programas televisivos. Assuntos como comportamento sexual, direitos e saúde da mulher geraram um bom índice de audiência, consagrando a jornalista Marília Gabriela.

Em julho deste mesmo ano, por problemas financeiros, a primeira emissora do Brasil, a TV Tupi, é cassada pelo governo e chega ao fim. Em consequência dos acontecimentos, é dividida entre dois grupos empresariais: Sílvio Santos e Adolfo Bloch. Em 1981, a TVS passou a fazer parte do Sistema Brasileiro de Televisão, o SBT. A emissora apresentava programas populares, conquistando rapidamente parte da audiência em alguns horários. Dois anos depois, o grupo Adolfo Bloch inaugurou a Rede Manchete de Televisão, que trouxe programas diferenciados, com documentários e produções independentes, como a novela Pantanal, que passaram a conquistar a parte do público que se interessava por programas diferentes dos padrões habituais.

Ainda em 1983 a Rede Globo lança um noticiário transmitido em rede nacional, produzido em Brasília e que dava prioridade para os assuntos políticos e econômicos do dia. O Bom Dia Brasil, gerado na sede da emissora do Rio de Janeiro, trazia em sua programação blocos ao vivo, das praças de São Paulo e Brasília e continha um “cardápio” com assuntos gerais que, além das notícias diárias, trazia colunas especializadas em culinária, turismo e defesa do consumidor.

Nesta primeira metade da década de 80, a Rede Globo passa a realizar produções caras e sofisticadas, adaptando a literatura nacional às séries brasileiras. Minisséries como: Morte e Vida Severina, baseada no livro de mesmo nome, do autor João Cabral de Melo Neto; O Tempo e o Vento, da obra de Érico Veríssimo, entre outros, popularizaram os grandes escritores brasileiros.

Em 1986 Jaime Sirotsky assume a Rede Brasil Sul de Televisão ou RBS TV e em 1987 a fundação RBS muda seu nome para Maurício Sirotsky Sobrinho. Em 1988 inaugura mais uma praça, a RBS Santa Cruz.

Também neste ano o SBT torna-se vice-líder de audiência, ficando atrás apenas da Rede Globo. Cria então o TJ-Brasil, um telejornal “sério”, que teve como principal objetivo mudar a imagem do SBT, que na época produzia apenas programas populares. O Telejornal Brasil atrairia formadores de opinião, dando credibilidade à emissora. O novo produto introduziu na televisão brasileira um formato diferente do habitual norte-americano, pois trouxe a figura do âncora, contrapondo-se ao Jornal Nacional.

Segundo Paternostro (1999), o âncora de um telejornal opina em relação às notícias que apresenta com base no seu próprio conhecimento. Já o apresentador relata as notícias, sem opinar, ou seja, é o leitor das notícias do telejornal. O TJ Brasil tinha como apresentador e editor-chefe o jornalista Bóris Casoy, que comentava e opinava sobre algumas reportagens, representando muitas vezes o sentimento da população. Ele acabou, assim, imprimindo sua marca e fazendo com que as outras emissoras reformulassem o formato dos seus telejornais.

No final da década de 1980, no dia 26 de março de 1989, em um domingo de Páscoa, às 16 horas, a Rede Globo de Televisão inaugura um programa de auditório que levou o nome do seu apresentador, Fausto Silva. O Domingão do Faustão conta, desde seu início, com uma banda ao vivo e dançarinas. Também traz entrevistas com atores e cantores que trabalham na emissora, assim como quadros populares e as famosas vídeo cassetadas (vídeos de situações engraçadas enviados pelo telespectador). O objetivo principal do programa, naquela época, era desbancar a audiência do Programa Sílvio Santos, da emissora SBT, que passava no mesmo horário. Em pouco tempo no ar, o programa conseguiu liderar a audiência também nos domingos à tarde.

2.2.5 Anos 90

No início da década de 90 as transmissões ao vivo de eventos esportivos, assim como acontecimentos por todo o mundo, imagens históricas, fortes e marcantes passaram a ser transmitidas com mais frequência para os

telespectadores que, naquela época, já haviam criado o hábito de procurar informação e entretenimento através da TV.

Em função do surgimento da TV por assinatura no Brasil, as emissoras viram-se obrigadas a inovar a programação para manter a audiência. Nesta fase, algumas emissoras, como o SBT, passaram a abrir espaço para programas de auditórios sensacionalistas, que discutem em público a privacidade das pessoas.

Surgem também as grandes reportagens e os talk-shows, ou seja, programas televisivos onde uma pessoa (ou um grupo de pessoas) discute assuntos sugeridos e intermediados pelo apresentador. Enfim, a oferta de canais variados, tanto estrangeiros como nacionais, modificou, em parte, a programação da televisão brasileira.

Em maio de 1991 Nelson Sirotsky, filho do fundador da RBS TV, Maurício Sirotsky Sobrinho, assume a presidência do Grupo RBS. Neste mesmo mês, a emissora SBT cria um programa jornalístico com o objetivo de conquistar as classes C, D e E, segundo a classificação a partir da renda econômica. De acordo com Paternostro (1999), o *Aqui e Agora*, transmitido antes do *TJ Brasil*, em horário nobre, atraía o telespectador com imagens sensacionalistas, recheado de flagrantes policiais, ação e aventura.

Também em 1991 é implantado no país o sistema de televisão por assinatura. Os canais são distribuídos pela Net-Multicanal e pela TVA. No dia 10 de novembro a Rede Globo lança a Globosat, um sistema de TV fechado via satélite, oferecendo no início quatro canais: *Telecine*, *Top Sport*, *GNT* e *Multishow*.

Em 1992, é fundada a sede da RBS TV na cidade de Santa Cruz do Sul e três anos mais tarde, em 1995, é implantada a primeira rede comunitária do Brasil, a TVCOM.

Em 1996 acontece o lançamento do primeiro canal direcionado ao agricultor e aos criadores de gado, o Canal Rural, trazendo notícias do campo, agricultura, cotações, mapa do tempo, como também leilões e pecuária. Com sede em São Paulo e estúdios em Brasília e na cidade de Porto Alegre, primeiramente seu sinal era distribuído pela operadora de TV por assinatura NET e, mais tarde, pelo satélite Brasil Sat B1, para usuários de antenas parabólicas com sinal aberto. Com a saída da Globosat, o canal rural mudou sua sede para Porto Alegre e passou a atuar dentro da estrutura do Grupo RBS.

Ainda em 1996 começam a funcionar dois sistemas que levam o sinal das antenas diretamente para a casa dos assinantes, a Sky e a DirecTV. A Rede Globo inaugura o Projac, no bairro de Jacarepaguá, no Rio de Janeiro, atualmente o maior centro de produção da América Latina.

A TV por assinatura chega com atraso no Brasil em relação aos outros países. O primeiro canal brasileiro que transmitiu jornalismo durante 24 horas por dia entrou no ar dia 15 de outubro de 1996. Era o Globo News, da Rede Globo.

Em 1997 é criada a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) para regular e fiscalizar o setor de telecomunicações e em 1998 as Redes Globo e Record fazem as primeiras demonstrações de TV de alta resolução, a TV Digital. Segundo Paternostro (1999), no dia 7 de junho de 1998 realizou-se a primeira transmissão do sinal digital, ao vivo, em circuito aberto. Para milhões de telespectadores, o jornalista Pedro Bial apresentou o Fantástico em Paris, gerado do IBC, em *HDTV- High Definition Television*.

Ainda segundo a autora, o sistema de televisão HDTV é a maior evolução da tecnologia desde a TV em cores. Oferece imagens com mais detalhes e som mais nítido. O sistema digital permite ao telespectador utilizar recursos da informática, o que facilita a programação de canais e a interligação do aparelho com outras tecnologias, como: computador, aparelhos de som, celular, videogame, etc...

2.2.6 ANOS 2000

A partir da metade da década de 1990 em direção à virada aos anos 2000, a TV brasileira sofreu grandes mudanças. Dados da pesquisa realizada pelo Ibope Mídia, publicada no Jornal *O Estado de São Paulo*, em agosto de 2001, revelaram que de 1993 a 2001, o número de casas que possuía TV com controle remoto aumentara de 30% para 88%⁷.

As facilidades do controle remoto relacionadas à variedade de canais, levaram ao *zapping*. Conforme o autor Arlindo Machado (2001), a prática de zapear foi a primeira forma de interação do receptor com a mídia televisiva. Pela primeira vez o telespectador pôde controlar o que estava assistindo através da interface do

⁷Disponível em <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/viewFile/37560/40274>, COMO controlar o controle remoto. O Estado de S. Paulo, São Paulo, 19 ago. 2001. Acesso em 25 e abril de 2015.

controle remoto, e assim, escolher as informações e emissoras as quais desejava acessar.

Com essa nova maneira de interagir do telespectador, as emissoras de televisão viram-se obrigadas a desenvolver novos meios para atrair a audiência das pessoas apesar dos intervalos dos programas. Entre as técnicas adotadas, pode-se observar que os apresentadores de auditório ou telejornais, na tentativa de prender a audiência do público, anunciam ao final de cada bloco, as atrações do próximo.

O surgimento do sinal digital que começou a se expandir no final da década de 90, também trouxe uma nova maneira de interação entre a televisão e o telespectador. As interferências das “novas tecnologias” mudaram a maneira de fazer e consumir televisão.

A adaptação ao novo sistema não foi fácil, pois os televisores e equipamentos de produção brasileiros, nos anos 2000, ainda eram compatíveis com o sistema analógico. Portanto, não eram só os aparelhos televisivos que precisavam ser substituídos, os profissionais da área do jornalismo também se viram obrigados a aprender a manusear o novo sistema. Padrões de enquadramento, captação de áudio, produção de cenários, são só algumas mudanças entre inúmeras outras que precisaram acontecer ainda.

O Jornal do Almoço do Rio Grande do Sul, exibido no dia 05 de janeiro de 2008, foi o primeiro programa local a ser produzido e transmitido totalmente em formato HDTV. Segundo matéria divulgada em abril de 2015, pelo jornal *A Folha de São Paulo*⁸, o início da transmissão exclusiva dos canais de TV para o modelo digital começam a ocorrer a partir de novembro de 2015. O processo no Brasil ocorrerá de forma gradual e terminará em novembro de 2018.

Com a TV digital, todos os programas são digitalizados e produzidos com a mesma linguagem dos computadores, o que também possibilitou às pessoas assistir os programas televisivos através dos aparelhos portáteis, como laptops, tablets e celulares. Nesta década, a linguagem da televisão precisou ser novamente reformulada.

Segundo Paternostro (1999), mais tarde, com a internet linkada à transmissão HDTV, o telespectador começou a escolher o que gostaria de assistir de cada emissora, criando sua própria programação.

⁸Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/04/1613264-troca-da-transmissao-analogica-pela-digital-comeca-em-novembro.shtml>. Acesso em 26 de abril e 2015.

Também se tem a oportunidade de arquivar a programação escolhida, passando a encaixá-la no seu cotidiano. De certa forma, o avanço do sistema fez com que o telespectador deixasse de ser “escravo” da programação, dando-lhe mais autonomia, como também, escolhendo por onde assistir os programas, pois utilizando softwares específicos, além de ver através do seu computador, celular ou tablet, ainda pode escolher, por exemplo, o lance que lhe interessa do jogo de futebol que foi transmitido ontem ou anteontem pelo programa de esportes.

De acordo com Cannito (2009), a interatividade e a TV digital formaram uma única plataforma integrada de comunicação. O autor cita algumas facilidades que a convergência das mídias propiciou às pessoas. Dentre elas, destaca que pode-se baixar qualquer filme através da internet, em qualquer lugar do mundo, e em todos os tipos de aparelhos, como também os programas de televisão podem ser vistos no computador e as fotos e vídeos, captados e enviados por celulares.

O autor também destaca que com a evolução digital, as imagens devem ser produzidas para vários tipos de plataformas, significando uma remodelagem na produção das obras, pois desde o início devem ser produzidas com uma linguagem que se adeque a vários tipos de saídas.

Conclui-se que não há mais sentido em separar as mídias, tudo é conteúdo digital e deve ser concebido para vários tipos de plataformas. As empresas não são mais definidas como produtoras de uma mídia (jornal, revista, televisão, internet, etc.), mas sim como produtoras de conteúdo.

Essa convergência entre as mídias mostra que hoje é preciso muita criatividade para atrair a atenção do telespectador. Através do desenvolvimento de conteúdos e serviços cruzados, ou de acordo com Cannito (2009) “mídia cruzada”, as produtoras de conteúdos precisam ser empresas multimídia.

A televisão, além de produtora de imagens e sons, também necessitou aderir a este padrão para que seus conteúdos fossem transmitidos para o público em vários tipos de plataformas e softwares.

2.3 OS GÊNEROS TELEVISIVOS E O FORMATO HÍBRIDO

Em razão das características semelhantes a um telejornal, “... um ou mais apresentadores lêem os textos e apresentam as reportagens externas realizadas pelos jornalistas, ao vivo ou gravadas” (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.152), pode-

se pensar que o objeto de estudo escolhido para esta pesquisa, o Jornal do Almoço de Caxias do Sul, seria classificado como um telejornal, simplesmente.

Porém, de acordo com a bibliografia do autor Aronchi de Souza (2004) o JA Caxias do Sul é classificado como uma Revista, com formato híbrido e insere-se na categoria “*infotainment*”, neologismo que surgiu com a mistura das duas categorias: informação e entretenimento. Por causa desta última característica, a Revista também não pode ser considerada completamente como um gênero jornalístico.

É relevante citar, que quando Aronchi de Souza analisou a grade de programação das sete redes nacionais abertas da televisão brasileira, concluiu que os programas não se limitam à essência do gênero. Também constatou que todas as atrações, além de informar, têm a função de entreter o telespectador e atrair a audiência.

Aronchi de Souza (2004) cita em sua obra um verbete da *BBC (British Broadcasting Corporation)* que ilustra sua afirmação.

O entretenimento é necessário para toda e qualquer ideia de produção, sem exceções. Todo programa deve entreter, senão não haverá audiência. Entreter não significa somente vamos sorrir e cantar. Pode ser interessar, surpreender, divertir, chocar, estimular ou desafiar a audiência, mas despertando sua vontade de assistir. Isso é entretenimento. Programas com o propósito de informar são necessários em qualquer produção, exceto naquela dirigida inteiramente para o entretenimento (balés, humorísticos, videoclipes etc.). Informar significa possibilitar que a pessoa, no final da exibição, saiba um pouco mais do que sabia no começo do programa a respeito de determinado assunto (BBC *apud* ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.38).

O termo “*infotainment*” foi aplicado ao jornalismo nos anos 80, mas passou a ganhar força somente nos anos 90. De acordo com a autora Angélica Dejavit (2007), “o jornalismo de INFOtainment é o espaço destinado às matérias que visam informar e entreter, como, por exemplo, os assuntos como estilo de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano – os quais atraem, sim, o público”¹.

A autora ainda destaca que em consequência da informação ser consumida em horários destinados ao lazer e à diversão, o próprio telespectador exige que as notícias, além de informar, também entretendam o telespectador.

¹Disponível em <http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-0209-1.pdf>. Acesso em 15 de abril de 2015.

Mesmo concluindo que o objetivo da programação da televisão brasileira é informar, como também, entreter o telespectador, Aronchi de Souza (2004) separa bem as categorias informação e entretenimento, pois de acordo com o autor, para poder classificar os programas, viu-se necessário categorizá-los. Assim, conforme a classificação de Aronchi de Souza, o JA Caxias do Sul, em última análise, faz parte da categoria entretenimento, apesar de ser impossível inserir a Revista em uma categoria só. O próprio autor considera esta dificuldade em relação à mistura entre os gêneros. Como já discutido, o JA Caxias não é só informação, nem entretenimento, pois possui características dos dois.

É importante categorizar os programas da televisão para classificá-los de acordo com os gêneros correspondentes. Seguindo esta ordem, categoria/gêneros, e ainda de acordo com a obra de Aronchi de Souza (2004), o objeto de estudo desta pesquisa satisfaz os critérios do gênero revista, dentre eles, apresentar vários formatos, como também, unir a informação ao entretenimento.

Aronchi de Souza (2004) levanta que estudar os gêneros dos programas é identificar os vários recursos utilizados para o desenvolvimento dos mesmos, dentre eles, os tecnológicos. Estudar os caminhos que levam à produção de um conteúdo faz com que se conheça melhor o perfil daquilo que é produzido.

Com as informações sobre o desenvolvimento histórico de cada gênero, com a abordagem conceitual e técnica dos recursos utilizados e também com os resultados alcançados no vídeo, chega-se a um perfil da produção em televisão, para compreender melhor o planejamento, a organização, a criação, a implantação e a criação de programas (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 30).

A obra deste autor também apresenta uma definição para a palavra gênero: “Conjunto de espécies que apresentam certo número de caracteres comuns convencionalmente estabelecidos.” (AURÉLIO, *apud* ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.41), ou seja, são objetos, indivíduos, fatos ou ideias agrupados por possuírem algo em comum.

Arlindo Machado (2000) discorda de Aronchi de Souza, quando questiona a existência da classificação dos gêneros. Enxerga uma possibilidade de analisar um conceito mais flexível e que acompanhe as rápidas transformações que ocorrem no campo tecnológico.

Machado (2000) aponta ainda que de todas as teorias em circulação, a do autor Mikhail Bakhtin é a que mais se adequa aos novos tempos. Os estudos de Bakhtin (1981) postulam que os gêneros contribuem para ordenar e estabilizar as atividades comunicativas do dia a dia.

Segundo o pensador russo, os gêneros não são necessariamente conservadores, pois estão inseridos em uma cultura dinâmica, onde as características que se manifestam num gênero estão em contínua transformação: “[...] o gênero sempre é e não é o mesmo, sempre é novo e velho ao mesmo tempo. O gênero renasce e se renova em cada nova etapa do desenvolvimento da literatura e em cada obra individual de um dado gênero. Nisto consiste a sua vida” (BAKHTIN, *apud* MACHADO, 2000, p. 69).

Observa-se, a partir das reflexões expostas, que a evolução da tecnologia, ou seja, das novas plataformas para o telespectador entrar em contato com as informações, muda a maneira tradicional como as pessoas assistem programas de TV. São fatores que contribuem para que os gêneros e formatos televisivos se transformem durante sua existência.

Para que se defina um gênero é preciso estudar as características que o compõe. De acordo com Aronchi de Souza (2004, p. 45), “(...) a ‘forma’ é a característica que ajuda a definir o gênero”. O autor também aponta que a forma das coisas revela suas possibilidades e limitações. Relaciona o conceito de forma com a televisão e indica que cada gênero de programa é constituído por vários formatos.

O JA Caxias do Sul traz, na sua grade de programação, formatos variados, como: esporte, entrevistas, videoclipes, quadros musicais, entre outros. Além destes assuntos, há as reportagens de cunho jornalístico, com o objetivo de informar o telespectador sobre os acontecimentos da Região da Serra do Rio Grande do Sul.

Conforme a pesquisa de Aronchi de Souza, o gênero revista utiliza uma fórmula com vários formatos diferentes, como: reportagens, quadros de mágica, videoclipes, humor, teledramaturgia, esportes, perguntas interativas, ou seja, tudo que caiba dentro do horário de apresentação do programa. O autor assinala o perigo quando se formula um programa deste tipo, pois a variedade de formatos pode descaracterizá-lo, ocasionando uma confusão por parte do telespectador.

A programação oferecida pelo gênero revista compreende programas que, como discutido anteriormente, entretém e informam o público. Aronchi de Souza (2004) destaca que este tipo de programa dá ao público a sensação de estar bem

informado sobre tudo e que uma das características principais do gênero é o “entra e sai” de formatos.

O gênero revista possui um formato muito semelhante aos programas de variedades e jornalismo, mas Aronchi de Souza (2004) aponta que neste tipo em específico de programa há um comprometimento maior com a categoria informativa, como também a apresentação, diferente dos programas de variedades, é mais “comportada”.

Similar à fórmula descrita pelo autor sobre o gênero revista, o JA Caxias do Sul também apresenta em sua fórmula um apresentador, “[...] com reportagens, prestação de serviços, entrevistas, comentaristas e para descontrair, artes, espetáculos e lazer” (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 131). Todas estas atrações são apresentadas no tempo estipulado pelo programa, no caso do JA Caxias do Sul, o tempo de apresentação é de 15 minutos.

Diferente de Aronchi de Souza, o autor Arlindo Machado (2000) explica que estas receitas engessadas em relação aos gêneros são herdadas da tradição e inevitavelmente sofrerão um processo de metamorfose que as fará evoluir para a criação de novos gêneros, novas possibilidades.

Bakhtin, citado na obra de Arlindo Machado, discorre a respeito desta nova maneira de trabalhar com os gêneros. Para ele, os gêneros existem em grande quantidade. Assim sendo, aparecem, como também desaparecem, tudo dependendo do momento, do tempo.

Ainda segundo Bakhtin, em função da existência dos gêneros em uma ampla multiplicidade, é difícil estudá-los em categorias distintas. Explica a discrepância de colocar num mesmo evento audiovisual, dois formatos distintos entre si. Como exemplo, cita a transmissão ao vivo de um jogo de futebol junto com o pronunciamento oficial de um presidente; como também, um debate político e uma aula de culinária. Para o autor, “os gêneros são categorias fundamentalmente mutáveis e heterogêneas (não apenas no sentido de que são diferentes entre si, mas também no sentido de que cada enunciado pode estar ‘replicando’ muitos gêneros ao mesmo tempo)” (BAKHTIN *apud* MACHADO, 2000, p. 71).

Nesta esfera, coloca-se em discussão o formato híbrido do programa JA Caxias do sul. Ainda segundo Bakhtin, a maneira intensa com que as pessoas utilizam os aparelhos eletrônicos, como também o modo como essas atividades interferem na comunicação diária entre os indivíduos, propiciam o aparecimento de

novos gêneros textuais. Este desafio entre as relações de oralidade e escrita, que por sua vez inviabilizam de forma definitiva estes limites, Bakhtin chama de hibridismo. Segundo o autor, os gêneros híbridos permitem uma observação mais detalhada da integração entre os signos verbais, sons, imagens e formas em movimento.

De acordo com o Dicionário Aurélio², o termo híbrido significa composição por elementos diferentes, ou ainda segundo o verbete, utilizar mais de uma fonte de energia para o seu funcionamento. Simplificando: hibridismo significa miscigenação, mistura, algo que é híbrido não pode ser imutável ou pertencer a uma só categoria.

Em relação à programação televisiva brasileira, com o surgimento das novas tecnologias, os programas se veem obrigados a passar por constantes adaptações para atender às necessidades do público e, conseqüentemente, atingir a audiência desejada. No século XXI a internet tem oferecido as mesmas atrações que a TV a cabo transmite, mas com preços acessíveis, ou até gratuitamente.

Diante destas mudanças, as emissoras percebem a necessidade de reformular seus programas, o que muitas vezes implica na mistura dos gêneros, categorias e formatos.

De acordo com os apontamentos de Castells,

A narrativa híbrida é característica do novo sistema de comunicação baseado na integração de rede digitalizada de múltiplos modos, ou seja, a capacidade de incluir e abranger diferentes expressões culturais. Em razão de sua diversidade o sistema é capaz de abarcar múltiplas formas de expressão, bem como a variedade de interesses, valores, imaginações e conflitos, ainda que a adaptação à sua lógica inclua linguagem, codificação e decodificação próprias (CASTELLS, 1999, p. 16).

Portanto, pode-se afirmar que o JA de Caxias do Sul é um programa com formato híbrido por apresentar características de duas categorias: entretenimento e informação. Como também, em função do seu objetivo, exibir um pouco de tudo o que acontece na Região da Serra Gaúcha e na cidade de Caxias do Sul. Desse modo, apresenta ao público formatos variados, no intuito de satisfazer, o máximo possível, as necessidades do telespectador.

²Disponível em <http://www.dicionariodoaurelio.com/hibrido>. Acesso em 18 de abril de 2015.

3 FATORES QUE INFLUENCIAM A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA

Partindo do pressuposto que o objetivo principal desta pesquisa é analisar como os estudantes da área de Jornalismo, do curso de Comunicação Social da Universidade de Caxias do Sul, entendem o processo pelo qual os fatos são submetidos até que se tornem fatos noticiosos, a ideia, neste capítulo, é: além de conhecer este processo, discutir os conceitos e papéis da notícia, assim como as partes envolvidas na sua formação.

3.1 O FATO NOTICIOSO E SUAS INFLUÊNCIAS

Dados expostos na introdução deste projeto revelam que as pessoas confiam mais nos conteúdos veiculados pela televisão. Nesta mesma linha de pensamento, é relevante citar a frase que abre um dos capítulos do livro *A sociedade do Telejornalismo*, organizado por Alfredo Vizeu “Os brasileiros acreditam mais na mídia que no governo” (CORREIA *apud* PEREIRA JR, 2008, p. 11).

Ainda como referenciado na introdução deste trabalho, para muitas pessoas, o telejornal é o único meio de contato entre o telespectador e os fatos ocorridos no seu cotidiano. Carvalho (1997) ressalta que “[...] são os telejornais, tanto locais como nacionais, a principal fonte de informação das pessoas sobre o mundo que as cerca” (CARVALHO *apud* PEREIRA JR, 2000, p. 88). Segundo Pontes (2009), o interesse de informar não parte só da mídia noticiosa. O telespectador também tem interesse em informar-se.

Olga Curado (2002) destaca que o papel dos programas noticiosos é informar o público sobre os fatos importantes que aconteceram durante a semana. Para Curado (2002), a informação só será uma notícia se tiver importância para o público e quem avalia se os fatos são relevantes ao ponto de se tornarem noticiosos são os jornalistas.

Juarez Bahia (1990) discorre sobre o significado da palavra jornalismo.

A palavra jornalismo quer dizer apurar, reunir, selecionar e difundir notícias, ideias, acontecimentos e informações gerais com veracidade, exatidão, clareza, rapidez, de modo a conjugar pensamento e ação [...] o jornalismo é uma arte, uma ciência, uma técnica (BAHIA *apud* PEREIRA JR, 2000, p. 68).

Nesta mesma linha de pensamento, Amaral (1987 *apud* PEREIRA JR, 2000) descreve o jornalismo como uma técnica que estuda o processo de transmissão das informações, com características de atualidade, recorrência e abrangência coletiva, veiculadas pelos meios de comunicação.

Pereira Jr (2000) explica que a visão destes dois autores (Bahia e Amaral) não considera que o jornalismo seja muito além de uma técnica. De acordo com este pensamento ainda existente nas redações e universidades, o jornalismo é uma maneira de integrar e adaptar os indivíduos ao meio onde vivem.

Pode-se entender que tanto os jornalistas, como os programas de notícias (como os telejornais) influenciam de forma significativa a vida dos indivíduos. Afinal, é a partir dos fatos captados pelos profissionais, transformados em notícia e transmitidos pelos programas noticiosos, que as pessoas passam a conhecer tudo o que está ocorrendo no seu dia a dia e no mundo.

O sociólogo norte-americano Robert Park considera que a função das notícias é construir a realidade, um conceito que vai muito além do mero “relato dos fatos”. O autor defende que através das notícias as pessoas ficam sabendo o que acontece ao redor delas, o que lhes permite tomar atitudes e construir uma identidade comum. “A função da notícia é orientar o homem e a sociedade num mundo real. Na medida em que o consegue, tende a preservar a sanidade do indivíduo e a permanência da sociedade” (PARK *apud* PEREIRA JR, 2000, p. 65).

Já Mario Esquinazi (1993), também citado na obra de Eurico Vizeu, coloca que a notícia é um sintoma da sociedade, entretanto, mesmo sendo uma forma de “ver, perceber e conceber a realidade”, (ESQUENAZI *apud* PEREIRA JR, 2000, p. 62) a sua produção mostra sinais dos acontecimentos do dia a dia.

Autores como Bordieu e Marcondes Filho têm uma visão diferente em relação às notícias. De acordo com Bourdieu (1997), o conteúdo que vai ao ar não é só determinado pelos jornalistas, mas também por anunciantes, emissoras e o Estado. O autor destaca que as notícias, antes de serem transmitidas aos telespectadores, sofrem pressões políticas e econômicas. Marcondes Filho (1986) também acredita que os conteúdos noticiosos são produzidos de acordo com as necessidades do mercado capitalista, definindo a notícia como:

[...] a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sobre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização,

padronização, simplificação e negação do subjetivismo (MARCONDES FILHO *apud* PEREIRA JR, 2000, p. 69).

A partir das definições dos autores citados, pode-se refletir que a notícia não é uma mostra fidedigna da realidade, pois desde sua captação, sofre influências de todo um aparato necessário para que elas possam se tornar um fato noticioso, o qual resulta de um conjunto de fatores, critérios, padrões instituídos pelas emissoras, como também pelas necessidades do mercado e a própria linguagem do meio, sujeita inclusive às revoluções tecnológicas. De acordo com Olga Curado (2002), a possibilidade de um acontecimento virar notícia surge do julgamento de uma equipe de profissionais que fazem parte de uma redação jornalística, a qual faz parte de uma emissora.

Miquel Rodrigo Alsina (1996) estuda a notícia como um produto da indústria informativa. Afirma que é preciso analisar os vários significados do discurso jornalístico, como também os outros elementos que fazem parte da produção noticiosa. Sugere que a “notícia é uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível” (ALSINA *apud* PEREIRA JR, 2000, p. 67).

Para que a notícia vá ao ar é necessário que esse produto seja gerado. Para que aconteça esse processo, é preciso que as informações passem por uma gama de decisões. O processo levou o nome de *gatekeeper*. “*Gates*” significa filtros, portões onde as informações devem passar até que cheguem ao destinatário. O primeiro a utilizar este termo no jornalismo foi David Manning White (1993 *apud* PEREIRA JR, 2000, p. 76).

White enxerga o processo pelo qual os acontecimentos passam como uma série de escolhas, decisões e filtros que os jornalistas (*gatekeepers*) têm que fazer, tomar e/ou usar e que resultam na transmissão ou descarte das notícias. Segundo White (1993), não tem como padronizar as escolhas de cada um dos jornalistas, pois as decisões são influenciadas por um conjunto de experiências e valores.

Entretanto, Warren Breed realizou um estudo sobre o controle social nas redações e observou que as normas das empresas contam mais na hora da escolha do que as preferências pessoais do *gatekeeper*. “O jornalista conforma-se com as normas da política editorial da organização independente de qualquer ideia que ele tenha trazido consigo” (BREED, 1993 *apud* PEREIRA JR, 2000, p. 77). Breed ainda apresenta seis motivos que levam os jornalistas a se conformarem com as políticas

impostas pelas organizações jornalísticas, dentre eles: o poder das autoridades, consideração com os superiores, a vontade de conseguir cargos mais elevados.

Estudos mais recentes sobre o papel do *gatekeeper* revelam uma transição na forma como as notícias são analisadas. O estudo de Breed atribuía a deficiência da cobertura jornalística aos fatores externos. A nova maneira de pensar as notícias, conforme Wolf (1994) vincula-se ao exercício profissional, como também à forma como as informações devem ser transmitidas.

As exigências organizativas e estruturais e as características técnico-expressivas, próprias de cada meio de comunicação de massa, são elementos fundamentais para a determinação da reprodução da realidade social fornecida pelos mass media (WOLF, 1994, p. 166).

Vizeu Pereira Jr cita em seu livro o sociólogo Tuchman (1983), o qual ressalta que o objetivo final de qualquer empresa jornalística é transmitir os relatos sobre os acontecimentos importantes e significativos. Como elucida Wolf (1994), as informações passam por um conjunto de critérios relevantes, que definem se um fato pode ou não ser transformado em notícia.

Pode também dizer-se que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, cotidianamente, de um entre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 1994, p. 170).

Simplificando, é necessário que qualquer informação passe por um processo rotineiro de uniformização para que se torne uma notícia. Este processo é constituído por uma gama de critérios que determinam a noticiabilidade de um acontecimento, ou como Vizeu Pereira Jr (2000) explica, “entendemos noticiabilidade como sendo o conjunto de elementos pelos quais a empresa jornalística controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimentos, entre os quais vai selecionar as notícias” (PEREIRA JR, 2000, p. 80).

O autor definiu os valores/notícia como um elemento da noticiabilidade e levantou que estes valores é que vão definir se os fatos são realmente importantes e significativos ao ponto de serem transformados em notícias. Esclareceu ainda, que quem determina a escolha de um acontecimento são os vários tipos de relações e combinações que acontecem entre os valores/notícia.

Conforme Wolf (1994), os valores/notícias originam-se de suposições implícitas ou observações referentes. O autor também apontou que para avaliar se uma informação pode virar notícia, os jornalistas também julgam os fatos através de alguns critérios, os quais se referem: “a) às características substantivas das notícias; ao seu conteúdo; b) à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo; c) ao público; d) à concorrência” (WOLF, 1994, p. 200).

Mauro Wolf (1994) explicou que os critérios substantivos referem-se a transformação do fato em notícia. Para o autor, estes critérios são uma avaliação direta dos acontecimentos e levam em consideração o seu grau de importância. São recorrentes dos fatores citados por ele a seguir: envolvimento com pessoas e instituições importantes; acontecimentos ligados aos interesses do país, que causem algum impacto sobre a nação ou ainda que tragam para o telespectador uma sensação de proximidade da realidade que o cerca; a visibilidade é um dos principais valores quando se noticia um acidente. Wolf (1994) ressaltou que os acidentes que acontecem perto do telespectador, mesmo com um número menor de acidentados, causam mais impacto do que aqueles onde o número foi maior, mas aconteceram numa área distante. Também afirma que as notícias com continuidade, que evoluem, as quais o telespectador vê-se obrigado a acompanhar pela curiosidade, chamam a atenção. No Brasil, o autor cita que os casos mais comuns são as CPI's ou cobertura de campanhas políticas.

O segundo critério está ligado a todos os processos pelos quais os acontecimentos passam até que se tornem conteúdos noticiosos e como eles se realizam. Quando refere-se à disponibilidade dos conteúdos, o autor está na verdade referindo-se ao acesso que os jornalistas terão ao acontecimento, como também se as informações têm condições de serem transformadas tecnicamente. Também leva e conta a facilidade para cobrir o fato.

De acordo com Wolf (1994), dentro dos critérios importantes da segunda categoria é relevante lembrar que a notícia é resultado de uma ideologia correspondente ao sistema informativo, como também do jornalismo. Conforme Bechelloni,

[...]são noticiáveis, em primeiro lugar, os acontecimentos que constituem e representam uma infração, um desvio, uma ruptura do uso normal das coisas. Constitui notícia aquilo que altera a rotina, as aparências normais (BECELLONI, 1979 *apud* WOLF, 1994, p. 207).

Wolf (1994) cita em sua obra os autores Golding e Elliott (1979) que apontam que as notícias devem ser captadas e produzidas o mais perto possível do horário da transmissão do noticiário. Gans (1979), também citado na obra de Mauro Wolf (1994) levanta que a “[...] qualidade da história é um outro critério” (GANS, 1979 *apud* WOLF, 1994, p. 209). Identifica cinco fundamentos de qualidade: ação, ritmo, caráter exaustivo, clareza da linguagem.

Golding e Elliott ainda mencionam os critérios relativos aos meios de comunicação e explicam que o tempo de transmissão das notícias depende geralmente mais do modo como são apresentadas, do que do assunto.

Já o terceiro, é relativo ao público, corresponde à maneira como os jornalistas veem o receptor destas notícias. De acordo com Gans (1979), os jornalistas conhecem muito pouco os receptores das notícias, por mais que as empresas jornalísticas realizem pesquisas sobre recepção, hábitos e audiência, os jornalistas dão mais atenção para as notícias do que para o telespectador.

O quarto critério elucida a competição existente entre os mass media. Segundo Gans (1979), esta competição originou três aptidões, que por sua vez refletem-se, em parte, nos valores/notícia. A primeira é que as coberturas informativas ficaram mais centradas nas personalidades de elite. A segunda é em relação ao laço que se formou em relação às escolhas das notícias. Conforme o autor, algumas notícias são escolhidas apenas para competir com o noticiário concorrente e esta concorrência acaba desencorajando novas seleções de conteúdos, como também faz com que os telejornais se tornem semelhantes.

Para concluir, Gans (1979) levanta mais um aspecto. O autor aponta que nem todos os valores/notícia são importantes e relevantes igualmente para todas as notícias. “Alguns são, praticamente, sempre relevantes, mas o número e a combinação pertinente para as notícias específicas variam” (GANS, 1979 *apud* Wolf, 1994, p. 215).

Dependendo dos fatores, os critérios relevantes são variáveis. Significa que a transformação das informações em notícia,

“[...] é o resultado de uma ponderação entre as avaliações relativas a elementos de peso, relevo e rigidez diferentes quanto aos procedimentos produtivos. A cobertura informativa e o ciclo informativo de que um acontecimento é alvo compreender-se-ão melhor, se se tiver presente a relação que existe entre estas múltiplas variáveis” (GANS, 1979 *apud* WOLF, 1994, p. 215).

Os valores/notícia têm a função de guiar o processo de transformação da matéria-prima em produto e é a partir destes valores que os fatos são “polidos” e que se escolhe o que é prioridade em uma notícia ou o que deve ser omitido.

Entretanto, Pereira Jr (2000) coloca que os valores de noticiabilidade não são estáticos, eles mudam de acordo com o veículo, com o tempo, ou ainda com as transformações tecnológicas. Pereira Jr (2000) cita o exemplo da substituição das ilhas analógicas pelas ilhas de edição digitais (“ilha é o local onde ficam os equipamentos de edição”) (PEREIRA JR, 2000, p. 138), o que exigiu um novo ajuste e uma redefinição dos valores/notícia.

É importante lembrar que há outro fator que influencia o processo de construção do fato noticioso. De acordo com Sylvia Moretzsohn (2002), a lógica das empresas jornalísticas está pautada conforme a velocidade com que as notícias são veiculadas pelos meios. Para que a notícia seja veiculada instantaneamente, na “era do tempo real” (MORETZSOHN, 2002, p. 128), as informações deixaram de ser apuradas de forma mais detalhada, pois conforme a autora, a agilidade e rapidez são atualmente condições para que uma empresa jornalística sobreviva.

Moretzsohn (2002) cita em sua obra o autor Ignácio Ramonet (1999) que explica que a internet mudou a maneira de comunicação no mundo, pois possibilitou ao telespectador uma interação com a notícia em tempo real. Já Klinenberg (1999) explica a influência das transformações tecnológicas no campo da atividade jornalística.

Os jornalistas trabalham mais; dispõem de menos tempo para realizar suas entrevistas e para escrever; produzem informações mais superficiais. Quando, nos anos 70 e 80, sociólogos americanos estudaram as condições de trabalho dos jornalistas, mostraram que a pressão do tempo pesava sobre a produção da informação e, conseqüentemente, diminuía a qualidade, particularmente na televisão. Essas observações datam de uma época em que os jornalistas trabalhavam com um objeto determinado e para uma única mídia (KLINENBERG, 1999 *apud* MORETZSOHN, 2002, p.138).

Pode-se concluir, com os conceitos abordados neste capítulo, que o processo da construção da notícia é influenciado não só pelo valores/notícia, pelos agentes produtores da mesma e pelas ideologias das emissoras, mas também pelas transformações tecnológicas, as quais aceleraram a maneira de captação e produção dos fatos, como também sua veiculação para o telespectador. Além de todos estes fatores, os conteúdos noticiosos sofrem pressão do mercado, pois como

elucidado durante este trabalho, as notícias são vendidas como mercadorias, assim não são produzidas apenas para informar o público, mas também visam obter lucro.

Sem falar que o telespectador também mudou ao longo desse processo: de “televizinho”, no início da televisão brasileira, à época em que a televisão era o “eletrodoméstico companheiro”, babá eletrônica e janela para o mundo até os anos 1990, quando virou um zapeador de TV segmentada, ao internauta e ciberpúblico. Todo esse contexto influencia a tomada de decisão quanto a um fato virar notícia, dentro das redações jornalísticas. Há que se lembrar também que o jornalista precisou se adaptar a todas estas fases (e ainda precisa), além de conviver com os paradoxos entre os ideais de profissão e as exigências do mercado.

4 METODOLOGIA

Neste capítulo serão descritas detalhadamente a metodologia e a forma como foi aplicada para atingir os objetivos e encontrar as respostas para as hipóteses levantadas. Como referenciado no primeiro capítulo desta monografia, esta pesquisa é de cunho qualitativo. Além do Levantamento Bibliográfico, os métodos de Análise de Conteúdo, Análise de Discurso, Observação Participante e Estudo de Recepção por meio da técnica de Grupo Focal foram necessários para responder a questão norteadora deste trabalho.

4.1 DESCRIÇÃO DOS MÉTODOS E TÉCNICAS APLICADOS

De acordo com Minayo (1995), a pesquisa qualitativa busca encontrar respostas para questões subjetivas dos seres humanos, portanto, ela “se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado, ou seja, trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes” (MINAYO, 1995, p. 21-22).

Assim, para entender e conhecer melhor sobre o tema deste trabalho, como também os autores e conceitos relacionados a ele, utilizou-se o procedimento de Levantamento Bibliográfico, que segundo Boccato (2006) é utilizado com o fim de pesquisar a bibliografia sobre determinado assunto, o que também propicia ao pesquisador um conhecimento mais aprofundado sobre as questões abordadas.

Levando em conta o objetivo principal desta monografia: investigar se os alunos do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade de Caxias do Sul entendem como acontece a construção do fato noticioso, como referido no primeiro capítulo deste projeto, viu-se a necessidade de acompanhar a rotina diária da redação do Jornal do Almoço de Caxias do Sul, escolhido como objeto de estudo deste trabalho.

Além do conteúdo citado no segundo capítulo, “História e Linguagem da Televisão Brasileira”, encontrou-se uma pequena parte da história da RBS TV Caxias do Sul em um site da internet.

De acordo com o Wikipedia¹, a RBS TV Caxias do Sul é a emissora mais antiga do Rio Grande do Sul e a praça mais importante do interior do estado. A TV Caxias foi fundada em 22 de fevereiro de 1969. Quando iniciou, produzia grande

parte da programação. O programa *Hoje na Notícia* era destaque na época. Como referenciado no segundo capítulo, na década de 70, além de transmitir as primeiras imagens em cores da televisão brasileira, com o desfile da rainha e das princesas da Festa da Uva, nesta mesma década surgiu ainda o Jornal do Almoço, dando início à Rede Regional de Notícias.

Na década de 80, mais precisamente em 1983, a emissora passou a se chamar RBS TV Caxias do Sul. Em 1984, a RBS TV inaugurou mais uma de suas praças, na cidade de Bento Gonçalves.

Atualmente o telejornalismo da RBS TV Caxias é coordenado por Shirlei Paravisi. A redação compõe-se por dois apresentadores, que também editam o programa que apresentam, seis repórteres, um editor de texto, seis cinegrafistas (sendo um deles da praça de Bento Gonçalves, mas que também produz material para a RBS TV Caxias), quatro editores de imagens (sendo dois deles diretores: um operador de áudio e o outro, operador de GC).

A RBS TV Caxias do Sul gera dois programas locais: o Jornal do Almoço, apresentado por Marisol Santos, com duração de 15 minutos, divididos em dois ou três blocos (em relação ao tempo, os blocos não precisam ser divididos igualmente, mas sim de acordo com a duração das reportagens, notícias apresentadas, e ainda precisam adequar-se à programação do JA de Porto Alegre). A produção do Jornal do Almoço em estúdio é composta por dois cinegrafistas, e no Switch² (lugar onde ficam um editor de imagem, um operador de áudio, uma pessoa para passar o TP ou teleprompter³ (aparelho que reproduz o texto do telejornal que será lido pelo apresentador) e uma pessoa para contar o tempo e dar apoio em reportagens ao vivo).

Além do JA Caxias a emissora transmite o *RBS Notícias* e também exibe durante a programação o *Redação RS*, o qual veicula em horários não pré-determinados, conteúdos informativos para a população da região da Serra Gaúcha, que ocorreram ao longo do dia.

Em função do Jornal do Almoço ser o objeto de estudo deste trabalho, sentiu-se a necessidade de colocar mais dados sobre a RBS TV Caxias do Sul, mas em

¹Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/RBS_TV_Caxias_do_Sul. Acesso em 23 de maio de 2015.

² ³Disponível em <http://teleblognews.blogspot.com.br/2013/01/mini-glossario-do-telejornalismo.html>. Acesso em 25 de maio de 2015.

razão do pouco material encontrado, não pôde-se obter um melhor aprofundamento sobre a emissora e sobre o JA Caxias.

4.2 MÉTODO DE OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

Como referenciado na introdução deste trabalho, a observação participante foi utilizada para entender e conhecer melhor a rotina dos profissionais e da redação do Jornal do Almoço de Caxias do Sul. De acordo com Peter Mann (1970), este tipo de método consiste na interação entre o objeto de estudo e seu observador.

Também chamada como “participação ativa” (GIL, 1999, p. 113), a observação participante foi inserida no campo da pesquisa social por antropólogos para estudar as “sociedades primitivas”. Assim, também passou a ser útil em estudos sobre comunidades e subculturas específicas. Conforme Brandão (1981), este método foi adotado recentemente nos estudos apontados como pesquisa participante.

Segundo Carlos Gil (1999), a observação participante pode apresentar dois modelos diferentes: “(a) natural, quando o observador pertence à mesma comunidade ou grupo que investiga; e (b) artificial, quando o observador se integra ao grupo com o objetivo de realizar uma investigação” (GIL, 1999, p. 113). No caso desta pesquisa, para aplicar o método, a observadora utilizou o modelo artificial, pois a mesma não fazia parte da equipe que atua na redação do Jornal do Almoço da RBS TV Caxias e assim precisou integrar-se ao grupo para concluir a investigação.

Este método pode apresentar fatores positivos, como também negativos. O antropólogo Florence Kluckhohn (*apud* GIL, 1999) apresenta como pontos positivos: a facilidade e o rápido acesso aos dados sobre os membros e situações habituais das comunidades; também há a possibilidade de acessar dados privados dos integrantes dos grupos e comunidades; ou ainda recolher palavras e comportamentos que podem esclarecer o comportamento final dos observados.

Kluckhohn aponta como ponto negativo “às(*sic*) restrições determinadas pela assunção de papéis pelo pesquisador. Este pode ter sua observação restrita a um retrato da população pesquisada” (KLUCKHON *apud* GIL, 1999, p. 114). Como também, a dificuldade em penetrar em diferentes tipos de camadas sociais quando é identificado e está inserido em uma delas. Conforme o autor, nas comunidades

menos sedimentadas, os problemas de identificação são bem menores, mas ainda assim o observador volta a adotar uma posição num determinado grupo social.

O método de observação participante foi aplicado durante dez dias na redação do Jornal do Almoço de Caxias do Sul. Todas as informações coletadas irão ajudar a atingir os objetivos desta pesquisa, como também confirmar ou refutar as hipóteses levantadas. Como os profissionais que atuam na redação do JA Caxias seguem uma rotina diária para construir as reportagens que vão ao ar, achou-se desnecessário relatar as duas semanas de acompanhamento, já que foram escolhidas apenas três edições da revista para realizar o Grupo Focal. Para dar ao leitor um melhor entendimento e proximidade sobre como transcorreu o processo de observação, os três dias serão relatados em primeira pessoa.

4.2.1 Dia 19 de novembro de 2014

Cheguei na redação da RBS TV Caxias às 7h50min. Como já me encontrava no terceiro dia de observação, minha entrada estava liberada e assim não precisei de autorização para entrar. Subi as escadas, pois a redação fica no segundo andar do prédio da RBS TV. Dirigi-me diretamente para lá. Na redação ficam os computadores, os jornalistas, as ilhas de edição, a coordenadora, um enorme quadro onde eles registram as pautas e quem irá cumpri-las.

A apresentadora do Jornal do Almoço, Marisol Santos, já estava no local (no meu primeiro dia de observação a apresentadora contou que chega na redação em torno das 6h e, juntamente com o pessoal da Rádio Gaúcha, faz uma ronda dos fatos ocorridos na noite anterior e durante a madrugada. Estas informações também ajudam na elaboração dos outros jornais da emissora, como o *Bom Dia Rio Grande*). Como de costume ela me deu “bom dia”. Sentei-me ao seu lado para acompanhar a montagem do Jornal do Almoço.

Ela estava analisando as notícias veiculadas no JA de Porto Alegre para decidir o que iria ser transmitido no Jornal do Almoço de Caxias do Sul. Para isso usou o iNEWS¹ (o sistema de gerenciamento de salas de redação do iNEWS é o centro dinâmico de criação e distribuição de conteúdo de notícias, permitindo que emissoras criem e transmitam notícias de última hora e unifiquem toda a operação da sala de redação. As ferramentas de fluxo de trabalho centradas na notícia do

iNEWS fornecem um painel de controle de todo o conteúdo relacionado às principais notícias em um único lugar).

Este programa está diretamente conectado com todas as afiliadas e praças da RBS TV. Além de analisar as notícias que iriam ser veiculadas, Marisol estava montando o espelho do programa: “a organização do telejornal, apresentada de forma extremamente concisa, reflete como está sendo estruturado o telejornal” (PEREIRA JR, 2000, p. 138). Também observei o cavalete que fica no canto da sala. Ali tem um bloco de folhas com tamanho A1 onde são anotadas as externas (reportagens gravadas no ambiente externo) que deverão ser feitas durante a manhã e a tarde e também, os locais e os cinegrafistas e repórteres que irão produzi-las. Um pouco antes de eu chegar uma equipe já havia saído.

Em torno das 9h a coordenadora de Telejornalismo Shirlei Paravisi chegou à redação, me cumprimentou e também à Marisol e sentou-se à sua mesa. Perguntei a ela quando que eu poderia fazer o acompanhamento das externas e ela me disse que na parte da tarde seria possível. Pediu para que eu conversasse com a Thiara Klein (na redação sua função é editar textos, mas notei que ela desempenha vários papéis. Thiara, que é jornalista, edita algumas reportagens, entra em contato com as fontes, ajuda na elaboração do espelho, conta o tempo de cada bloco na hora da transmissão do JA e ajuda nas gravações ao vivo). Shirlei me pediu também que eu arranjasse alguma maneira de ir até o local das gravações, pois não era mais permitido que as pessoas que não faziam parte do Grupo RBS andassem nos carros da empresa.

Depois de acertar isso tudo com a coordenadora, voltei a observar Marisol. Ela estava entrando em contato com veículos parceiros: Rádio Gaúcha, Jornal Pioneiro, Corpo de Bombeiros de Caxias do Sul e região, delegacia de polícia e outros, para se certificar de que não havia mais nenhuma ocorrência importante para transmitir. A apresentadora pediu para que Shirlei gravasse o Off² (refere-se ao texto lido sobre as imagens, podendo ser ao vivo ou pré-gravado) da agenda (eventos que acontecem na cidade durante a semana).

¹Disponível em <http://www.avid.com.br/products/inews>. Acesso em 31 de maio de 2015.

²Disponível em <http://www.sitetj.jor.br/glossario.asp>. Acesso em 31 de maio de 2015

Marisol me explicou que a Shirlei grava para que fique uma voz diferente em relação as dos repórteres e também à dela própria.

Por volta das 10h30min a editora de texto Thiara Klein chegou à redação. Fui falar com ela para pegar o endereço da externa da tarde. Naquela manhã, notei que ela estava um pouco preocupada e “apurada” com as tarefas que tinha para fazer.

O cinegrafista e a repórter chegaram da externa. Imediatamente, a repórter levou o material para a sala de edição, sentou-se em uma das cadeiras e começou a montar a reportagem e escrever os offs. Enquanto isso, o cinegrafista aqueceu água, fez um chimarrão e ofereceu para o pessoal que estava na sala. Nesta segunda semana de observação, notei que o pessoal estava mais acostumado com a minha presença, estavam mais à vontade, como eu também estava me sentindo mais à vontade para perguntar o que precisava.

Logo chegou a cabeleireira da apresentadora e as duas dirigiram-se para o camarim. É nesta hora, um pouco antes da 11h, que senti que o fluxo de trabalho aumentou e a rotina ficou mais intensa. Além das reportagens que estavam sendo editadas, o espelho também estava sendo construído. Outros repórteres e cinegrafistas começaram a chegar à redação. Shirlei pediu que um deles fosse gravar as imagens do enterro da ex-princesa da Festa da Uva, Henriette Vaccari, que estava acontecendo no Cemitério Municipal. Esta notícia seria transmitida naquele dia.

Assim que ficou pronta, Marisol, “com um tom preocupado”, perguntou para Thiara se estava tudo certo para que fizesse a chamada: “flash gravado sobre matéria ou nota que serve para despertar o interesse e alertar os espectadores para determinado fato” (PEREIRA JR, 2000, p. 137) que acontece antes de iniciar o Jornal do Almoço de Porto Alegre, entre 11h15min e 11h50min (o horário depende do intervalo do Programa Encontro, transmitido pela Rede Globo). Esta chamada tem duração de 30 segundos e serve para que o público saiba, antecipadamente, quais as informações que o JA irá transmitir. Neste momento, notei uma certa correria na redação, tanto por parte de Marisol, como de Thiara Klein. As duas estavam nervosas. Depois de gravar a chamada, Marisol voltou rapidamente para o computador. Ela e Thiara estavam preparando o espelho e o texto que iria rodar no teleprompter na transmissão daquele dia. Estavam atrasadas, pois o JA entraria no ar dali a uns 20 minutos.

Ao meio-dia a apresentadora e dois cinegrafistas se preparavam no estúdio. No Switch ficam 1 editor de imagem, 1 operador de GC³ (créditos que aparecem na tela, como nome dos entrevistados, do repórter, títulos, legendas etc.), 1 operador de áudio, 1 pessoa para passar o TP e 1 pessoa para contar os minutos de duração dos blocos e dar apoio nas reportagens com transmissão ao vivo. Naquele dia, escolhi ficar no estúdio. Então, assim que a equipe se dirigiu para lá, eu fui também. Após as portas fecharem, ninguém mais tem autorização para entrar.

Foi perguntado onde eu queria sentar. O aparelho de televisão que fica dentro do estúdio foi arrumado, para que eu acompanhasse os intervalos e também o Jornal do Almoço de Porto Alegre. Observei seriedade, por parte da apresentadora, na leitura da nota coberta⁴ (notícia lida pelo apresentador com imagens de ilustração) dada sobre o enterro da ex-princesa. Um dos cinegrafistas manteve contato constante com a equipe que estava no Switch e conversou bastante sobre assuntos não relacionados ao JA, como os monitores de computador que a vizinha dele estava vendendo.

Observei também que a cada reportagem Marisol ensaiava antes o que iria falar, pensava onde ficaria melhor posicionada e em alguns momentos pedia a opinião dos cinegrafistas. As primeiras reportagens colocadas no ar sobre exercícios físicos e boa alimentação e a abertura do Natal em Caxias do Sul foram apresentadas de uma maneira mais descontraída.

Já nas outras reportagens, como a doação do prédio da Metalúrgica Eberle, a nova imagem da Santa de Caravaggio e a primeira reportagem da série sobre álcool e direção, notei que a apresentadora ensaiou e releu o que devia relatar mais de uma vez. Quando chamou as reportagens estava com uma expressão séria.

Logo após a gravação e a transmissão do JA, a apresentadora, Marisol Santos, “correu” ao camarim para trocar a blusa e gravar a chamada para a edição: “ato de selecionar imagens e montar uma reportagem ou programa de televisão” (PEREIRA JR, 2000, p. 137) do dia seguinte.

Esta chamada entra no ar durante a programação, geralmente nos intervalos dos programas da TV Globo. A gravação da chamada eu não acompanhei, pois assim que acabou a transmissão do JA Caxias eu me dirigi para a redação.

³ ⁴Disponível em <http://teleglognews.blogspot.com.br/2013/01/mini-glossario-do-telejornalismo.html>. Acesso em 31 de maio de 2015.

Depois das gravações, aconteceu a reunião com a equipe. A coordenadora Shirlei Paravisi parabenizou os produtores da série *Somos Todos Trânsito* pela criatividade e dinamismo em relação à edição da reportagem. Também cobrou da equipe as matérias de “gaveta” (são pautas substituíveis, produzidas para ficar em segundo lugar em relação às pautas principais)⁵. A coordenadora chamou a atenção da repórter que apresenta as matérias esportivas. Pediu que ela marcasse um horário com a fonoaudióloga para melhorar a maneira como apresenta as reportagens.

Assim que acabou a reunião falei com o repórter que eu iria acompanhar na externa à tarde. Avisei que já estava indo para o local da entrevista marcada às 14h30min.

Saí correndo da redação para chegar ao Ministério Público a tempo, pois já eram 13h45min. Ao chegar no local, sentei-me e fiquei esperando. Passou-se uma hora e nada do repórter e do cinegrafista aparecerem. Resolvi ligar para a redação e Thiara Klein me informou que o cinegrafista que ficou incumbido de gravar a entrevista precisou fazer outra externa. Eles desmarcaram a entrevista com o promotor de justiça que iria esclarecer sobre as denúncias “não tão graves” feitas pela população. Como essa era uma reportagem que iria ao ar na outra semana, foi remarcada para outro dia.

Ela me pediu desculpas por não ter me avisado e me informou que o mesmo repórter iria gravar uma entrevista mais tarde. Eu expliquei que como eu tinha aula às 16h45min ficaria inviável acompanhá-los.

4.2.2 Dia 20 de novembro de 2014

Cheguei no prédio da RBS TV Caxias às 8h, cumprimentei a recepcionista, passei pela catraca e me dirigi à redação. Ao chegar, dei “bom dia” para a Marisol. A apresentadora estava na sala com mais uma jornalista e um cinegrafista. Eles apuravam as matérias em frente aos computadores, mas também estavam tomando chimarrão e discutindo sobre a morte de Henriette Vaccari, ex-princesa da Festa da Uva.

⁵Disponível em <https://unipmarques.wordpress.com/edicao-de-materia-de-gaveta/>. Acesso em 08 de junho de 2015.

Logo chegou a coordenadora, nos cumprimentou e dirigiu-se para o camarim. Notei que ela saiu maquiada e com o cabelo arrumado de lá. O cinegrafista ofereceu um chimarrão para ela e seguiram discutindo sobre a morte da ex-princesa. Falaram sobre o atual namorado e a conduta dele e também sobre os problemas familiares que ela enfrentava.

A rotina de trabalho estava normal até Marisol ligar para as fontes parceiras e receber a informação de um acidente que havia ocorrido naquela manhã na estrada entre as cidades de Bom Jesus e Vacaria. Como não tinha como fazer imagens, ela precisou procurar imagens na internet, de sites parceiros e pedir autorização para utilizar as fotos. Explicou que quando não consegue imagens ou fotos a notícia não vai ao ar.

Outra informação chegou por e-mail. Iria acontecer dali a uma hora um julgamento popular importante na cidade de Farroupilha. Marisol rapidamente entrou em contato com o juiz que iria julgar o caso e perguntou se podia fazer imagens. O juiz autorizou, mas pediu que não mostrasse o rosto do réu, era um direito dele. A apresentadora solicitou ao cinegrafista que fosse a Farroupilha fazer as imagens e que as trouxesse o mais rápido possível, pois já se passavam das 10h. Também passou para ele as condições para fazer as imagens do réu.

Enquanto ela construía os offs da nota do acidente, eu perguntei sobre as matérias esportivas e ela me explicou que as reportagens sobre esporte não são veiculadas diariamente, pois não é sempre que há acontecimentos que se possam transmitir. Assim que escreveu os offs, como estava “apurada”, a apresentadora mesmo os gravou, pois as jornalistas estavam nas ilhas de edição junto aos editores, montando as matérias.

Acompanhei o trabalho de edição do vídeo da segunda reportagem da série Somos Todos Trânsito. Um dos editores me contou que “nem tudo é como se vê na televisão”. Segundo ele, algumas situações são “forjadas” para que se tenha o “resultado esperado”, por exemplo, chamar a atenção do público. Deu como exemplos uma matéria onde mostrava lugares em Gramado para os recém-casados passarem a lua de mel. O editor de vídeo relata que a repórter pediu para que os namorados se beijassem. Ele e Thiara Klein, que estava ajudando na edição, riram porque lembraram que a repórter contou que um dos casais não parava mais de se beijar e eles tiveram que interromper o beijo.

Outro exemplo também foi relatado pelo mesmo editor. Ele contou que em uma matéria sobre um incêndio que causou perda total da casa de um “senhor”, a repórter pediu para arrumar o cenário e colocou uma foto de família que sobrou do incêndio. O editor me explicou que a intenção era causar comoção nas pessoas.

Uma repórter chegou com material gravado e entrou na outra cabine para editar o conteúdo. Perguntei a ela e ao editor de imagens se eu podia acompanhar e eles falaram que sim. Chamou-me a atenção o cuidado do editor com a imagem da entrevistada. A reportagem era sobre os remédios fornecidos pela Prefeitura de Caxias do Sul. Alguns estavam faltando. O cinegrafista fez imagens da lista de remédios receitados pelo médico para a entrevistada, mas o editor comentou que achava melhor não colocar, pois alguns medicamentos eram para doenças mentais e iriam denegrir a imagem da “senhora”.

Nesta manhã, acompanhei também outros jornalistas construindo os offs para as reportagens. Notei que os textos são sempre em uma linguagem simples e precisa, que não dificulte o entendimento por parte do telespectador.

Às 10h30min a apresentadora se dirigiu ao camarim com a cabeleireira. Ela estava nervosa, pois o repórter, com as imagens do julgamento, ainda não havia chegado na redação. Ela tinha que aprontar a chamada que vai ao ar antes do JA. Marisol disse para Thiara Klein que a reportagem sobre a maneira de falar “Talian” (mistura de Português com Italiano) existente em Caxias do Sul, havia “caído” em função dos dois fatos ocorridos durante a manhã. Perguntei para a editora de texto sobre essa questão e ela me explicou que é dada prioridade para os fatos ocorridos no dia e para os serviços que precisam ser divulgados.

Falei com Thiara Klein sobre a entrevista que iria acontecer durante a tarde, se eu poderia acompanhar. Ela me disse para falar com o repórter, mas achou que não haveria problema. Enquanto a apresentadora se arrumava para gravar a chamada, o repórter chegou com as imagens. Ela pediu para que ele as entregasse para o editor, que precisou parar de editar uma matéria para aprontar esse material, mais urgente. O clima ficou um pouco tenso, pois Marisol queria colocar essa notícia na chamada, mas como não sabia se o material ficaria pronto, preferiu não divulgar.

O repórter que eu iria acompanhar na externa chegou na redação. Fui falar com ele e perguntar se seria possível acompanhá-lo na entrevista na parte da tarde. Primeiramente, ele me pediu desculpas por não ter me avisado do cancelamento da pauta no dia anterior. Falou-me que não haveria problema em que eu o

acompanhasse hoje. Também pediu meu telefone, caso acontecesse alguma eventualidade que impedisse a gravação.

Marisol gravou a chamada e junto com Thiara Klein terminaram de editar o espelho e o texto que iria rodar no teleprompter. Os minutos antes do Jornal do Almoço entrar no ar estavam bem tensos, uma correria diferente dos outros dias, em função dos fatos que haviam sido apurados na última hora.

Escolhi observar o Jornal do Almoço no Switch. Quando cheguei no local estavam todos a postos, faltavam alguns minutos para o jornal entrar no ar e o editor de texto do Switch não havia revisado os GCs. Isso deixou Thiara Klein bem nervosa. Ela me mostrou a mão dela, que estava tremendo e disse: “se um dia você quiser saber como é quase ter um infarto, fica aqui no meu lugar”.

Além do tempo de duração dos blocos, monitorados por Thiara, existe a questão da sincronia com o JA de Porto Alegre. Naquela edição, ela também tinha que coordenar a entrada ao vivo da repórter. Pelo que tenho notado durante as observações, sempre que há imagens ao vivo, ela fica tensa.

Ocorreu tudo bem na transmissão. Logo após, o pessoal dirigiu-se à sala de redação onde estava começando a reunião pós JA. Tive que sair antes para conseguir chegar a tempo de acompanhar a externa no Fórum de Caxias do Sul. Avisei o repórter que estava indo e ele me informou que, junto com o cinegrafista, também já estavam saindo.

Logo que cheguei ao local eles também chegaram. O repórter iria entrevistar o juiz do caso da série *Somos Todos Trânsito*, que seria transmitida no dia seguinte. O repórter explicou quem nós éramos e pediu autorização para os guardas para entrar. Logo que tivemos contato com o juiz ele explicou sobre o caso que estava investigando. Disse que precisava de explicações sobre o julgamento do homem que matou um menino atropelado. Enquanto o repórter colhia dados do juiz, o cinegrafista fazia algumas imagens. Notei que o entrevistado estava desconfortável com as perguntas que estavam sendo feitas. O repórter queria saber quando o julgamento seria realizado, pois a família e os amigos do menino queriam uma data precisa. A reportagem durou em torno de meia hora.

Ao sairmos, o repórter me contou que a entrevista que tinha sido desmarcada no dia anterior havia sido remarcada para o dia seguinte à tarde e perguntou se eu não queria acompanhá-los. Expliquei que precisaria pedir

autorização para Shirlei, pois ela só havia me autorizado a fazer o acompanhamento durante um determinado tempo.

4.2.3 Dia 21 de novembro de 2014

Às 7h50min cheguei à redação da RBS TV Caxias. Notei que o ambiente estava calmo. Um cinegrafista e uma repórter haviam saído para fazer uma externa. Marisol estava sentada em frente ao computador. Havia um editor em uma das ilhas, montando a reportagem sobre a vacinação, que foi ao ar neste mesmo dia.

Pedi para a apresentadora me explicar sobre as séries apresentadas pelo JA. Ela disse-me que as séries são produzidas esporadicamente. Em geral, o material para produção tem que “render” e ser interessante.

Resolvi acompanhar o repórter e o editor na produção do último capítulo da série *Somos Todos Trânsito*. Comentei com o repórter que era a primeira vez que o encontrava cedo da manhã na redação e ele me explicou que quando é necessário, como na manhã daquele dia, em que precisava terminar a edição, costuma vir na parte da manhã.

Assim que terminaram de editar, ele chamou a apresentadora e a coordenadora, que havia chegado recentemente, para olhar o último capítulo da série. Marisol sentiu necessidade de mudar uma sonora, pois achou muito acusativo o off em que o repórter dizia: “homicídio doloso, com intenção de matar”. O jornalista ligou para o Fórum e pediu esclarecimentos sobre a expressão, trocando o termo para: “o acusado responde pelo crime de homicídio doloso. Por estar embriagado ele assumiu o risco de matar”.

Às 10h20min Thiara Klein chegou à redação. O repórter explicou que ele precisava de fontes para uma reportagem sobre as denúncias “não tão sérias”, feitas por parte da população, as quais muitas vezes atrapalham os promotores de justiça na apuração dos fatos “mais sérios”. Logo notei que ela estava tendo dificuldade para entrar em contato com as fontes e isso estava deixando-a apreensiva.

Lembrei que precisava consultar Shirlei sobre o acompanhamento na externa na parte da tarde. Ela perguntou ao repórter se algum dos estagiários iria acompanhá-lo e ele disse que não. Por isso, a coordenadora me disse que não haveria problema.

A equipe atrasou-se para produzir a chamada realizada antes do jornal e a mesma teve que ser feita às pressas. A coordenadora e a apresentadora do JA ficaram muito irritadas por causa do ocorrido. Shirlei me explicou que esta é uma ideia exclusiva do Jornal do Almoço Caxias do Sul, e que a equipe ainda está se adaptando a este novo horário. Antes, a equipe tinha que se preparar para entrar no ar apenas no horário do JA. Agora são duas vezes: uma antes de iniciar o programa e outra durante a transmissão. Por esse motivo, às vezes, as “coisas não dão certo”. Marisol pediu à Thiara Klein para lembrá-la de trocar o horário da cabeleireira para mais cedo, pois ela notou que tem ficado pronta muito em cima do horário da primeira chamada.

Acompanhei a gravação do Jornal do Almoço no estúdio. Na hora que passou o último capítulo da série *Somos Todos Trânsito*, notei que eu e todos que estávamos no estúdio ficamos comovidos com o relato da avó do menino atropelado. Ela chorou muito durante toda a entrevista e também contou os detalhes do atropelamento: o menino passava o dia com a avó paterna e ela contou que fazia os lanches para ele levar para a aula e que ele era um “companheirinho”. Após a transmissão da reportagem houve uma divergência de ideias entre os cinegrafistas e a apresentadora. Os câmeras comentaram que não foi informado na reportagem que a criança havia atravessado fora da faixa de segurança e que não concordam que o motorista devia ter sido acusado. Já Marisol disse que havia sido comprovado que o condutor do carro que atropelou o menino tinha ingerido álcool e que na opinião dela, ele era culpado.

Após a transmissão do JA, na reunião, o cinegrafista que gravou a entrevista e as imagens com a avó da vítima relatou que se emocionou ao ver a avó falar do menino e também disse que foi difícil gravar as imagens. Shirlei novamente parabenizou a equipe que produziu a série e comentou: “é pra chocar a população mesmo”.

A coordenadora também comentou que houve uma reunião com o editor-chefe do Jornal do Almoço do Rio Grande do Sul, quando foi dito que o JA está em fase de transformação. Uma das coisas que pediu-se foi que sempre que forem transmitidas reportagens como as da série desta semana, que as mesmas sejam comentadas pelo apresentador.

A reunião acabou às 13h50min. Antes de me despedir, falei com um dos editores sobre as edições do JA daquela semana. Expliquei que eu precisaria delas

para concluir minha monografia. Ele pediu que eu levasse um pen-drive com mais de 8 gb e prometeu que guardaria minhas edições. Não deu muito tempo para me despedir do pessoal, pois eu estava em cima da hora e ainda tinha que chegar ao Ministério Público antes da 15h.

Eu não sabia direito onde era o local, tive que pedir informações às pessoas na rua. Antes de eu chegar no Ministério Público, o repórter me ligou e avisou que eles estavam chegando. Cinco minutos depois da ligação eu cheguei e encontrei a equipe na frente do local. Fomos falar com o promotor de Justiça. Enquanto o repórter colhia dados sobre a quantidade de pessoas que fazem denúncias não “tão sérias”, que acabam atrasando o trabalho da justiça para agilizar processos mais relevantes, o cinegrafista tentava achar o melhor ângulo para fazer as imagens, pois a peça onde estávamos tinha uma janela enorme, por onde entrava muita luz.

O promotor falou bastante, em torno de meia hora. Explicou que há, sim, muitos casos de denúncias superficiais e como exemplo citou: briga de vizinhos, de irmãos, pessoas reclamando do barulho na madrugada, “ocorrências que podem ser resolvidas pelos próprios denunciantes, sem interferência da Justiça”.

Após a entrevista, agradei ao repórter e ao cinegrafista pela oportunidade. Na segunda-feira, ao levar o pen-drive para o editor de imagens, também levei uma lembrança e um cartão para a equipe agradecendo a atenção e a oportunidade que me foi concedida.

4.3 ANÁLISE DE CONTEÚDO

A partir da Observação Participante e do material colhido durante os dez dias em que a pesquisadora esteve na redação do Jornal do Almoço de Caxias do Sul (RBS TV), foram escolhidas três edições do programa. Para que se analisasse o conteúdo, considerou-se adequado aplicar o método de Análise de Conteúdo proposta por Laurence Bardin (2011). Pois, como referenciado no primeiro capítulo deste trabalho, ele é utilizada como instrumento para analisar o conteúdo das comunicações por meio de uma descrição objetiva e sistemática.

De acordo com Laurence Bardin (2011), a análise de conteúdo é um método que se baseia na experiência, cuja interpretação irá depender do objetivo que se quer alcançar. “Não existe coisa pronta em análise de conteúdo, mas somente

algumas regras de base, por vezes dificilmente transponíveis” (BARDIN, 2011, p. 36).

Jorge Duarte (2005) considera confiável o método da Análise de Conteúdo. Segundo o autor, este método permite que pessoas diferentes, ao aplicarem um determinado procedimento em uma amostra, cheguem ao mesmo resultado. Para Duarte o método é sistemático, e baseia-se em uma união de procedimentos que se aplicam da mesma maneira a todo conteúdo.

Laurence Bardin (2011) compara o observador a um arqueólogo, pois o pesquisador que aplica a Análise de Conteúdo trabalha com os vestígios, ou seja, documentos e informações que descobre ao longo da pesquisa, ou ainda aqueles que podem ser gerados pela necessidade do estudo. Como exemplo, cita: testes, experiências, ou tudo o que é da comunicação e surge de maneira espontânea na realidade.

Bardin (2011) divide a Análise de Conteúdo em torno de três polos cronológicos: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, juntamente com a inferência e a interpretação.

4.3.1 Pré-análise

Nesta fase o objetivo é organizar, operacionalizar e sistematizar as ideias que deram início ao trabalho, “de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise” (BARDIN, 2011, p. 125). Segundo a autora, o processo estabelecido deve ser preciso e permitir a introdução de novos procedimentos no decorrer da análise.

Como referenciado anteriormente, a ideia, nesta pesquisa, é descobrir se os alunos do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade de Caxias do Sul, entendem como acontece a construção do fato noticioso apenas a partir do que recebem como material de telespectador, ou seja, assistindo programas de TV e procurando refletir sobre eles. Para isso, a pesquisadora, além de colher dados através da observação participante, também gravou cinco edições do Jornal do Almoço de Caxias do Sul entre os dias em que o esteve acompanhando. Destas cinco edições, três foram escolhidas para fazer parte desta pesquisa. Para tal seleção, levou-se em conta que as edições do JA Caxias dos dias 19, 20 e 21 de novembro de 2014 continham uma série de reportagens sobre o mesmo assunto,

trânsito, visto que o foco da pesquisa é entender como o grupo escolhido entende a construção da notícia.

4.3.2 A exploração do material

De acordo com Bardin, esta fase “consiste essencialmente em operações de codificação, decomposição ou enumeração, em função de regras previamente formuladas” (BARDIN, 2011, p. 131). Para efetuar esta etapa foi feita a decupagem¹ (do francês “découper”, ato de recortar. Descrever tudo o que foi gravado em termos de vídeo e áudio. A decupagem tem uma escrita técnica que começa pelo plano, movimento de lente ou câmera, descrição da cena, descrição do áudio: off e sonoras)² (é a fala do entrevistado na matéria) das edições do Jornal do Almoço de Caxias do Sul.

JA Caxias do Sul - 19/11/2014

Escalada do jornal³ (a escalada é formada por uma série de chamadas, lidas pelo apresentador na abertura do jornal. A escalada é feita com a função de “prender” a atenção do telespectador).

- Em travelling⁴(é o deslocamento da câmera em qualquer direção) seguido de plano geral⁵ (na TV o plano geral (PG) mostra o personagem de corpo inteiro) a apresentadora dá uma nota coberta⁶ (nota cuja cabeça⁷ (é o lide da matéria, quem lê é sempre o apresentador que introduz o assunto) é lida pelo apresentador e o texto seguinte é coberto com imagens) sobre a reportagem da mistura “álcool e direção”. A segunda nota coberta é sobre a aprovação da doação da antiga fábrica Eberle, do governo do Estado, para a Prefeitura de Caxias do Sul.
- (Tempo de duração: 35”) (as aspas depois de numeral em TV, têm o seguinte significado: “ – segundos; ‘ – minuto)

^{2 4 6 7 8}Disponível em <http://jornal.metodista.br/tele/manual/glossario.htm>. Acesso em 02 de junho de 2015.

^{1 3 5}Disponível em <http://www.sitetj.jor.br/glossario.asp>. Acesso em 02 de junho de 2015.

1º Bloco⁸ (segmento composto pelas notícias que ocupam espaço de um intervalo comercial a outro)

- Em plano geral a apresentadora anuncia a cabeça da matéria sobre combinação entre saúde e boa forma. A matéria apresenta alimentos que ajudam a manter a boa forma, também dá dicas para a população de como perder peso através de uma boa alimentação e mostra pessoas em uma academia fazendo exercícios físicos. A repórter também entrevista a proprietária de uma feira itinerante.
- (Tempo de duração da reportagem: 3'52")
- Quando a transmissão volta para o estúdio, a apresentadora, em plano americano⁹(o plano americano enquadra os personagens acima do joelho ou abaixo da cintura), comenta sobre o tempo, a temperatura e mostra imagens ao vivo da cidade de Caxias do Sul.
- A seguir é dada agenda sobre o evento Rock'n Marketing, com show da banda Fulgaz, no Centro de Convivência da UCS.
- Em plano conjunto¹⁰ (na TV o plano conjunto (PC) é aquele que corta o personagem na altura dos joelhos ou pouco abaixo) a apresentadora faz a chamada das reportagens do próximo bloco: doação do antigo prédio da Metalúrgica Eberle para a Prefeitura de Caxias do Sul e campanha "Somos Todos Trânsito".
- Vinheta¹¹ (recurso gráfico ou sonoro utilizado para marcar a abertura ou intervalo entre programas).
- (Tempo de duração do 1º Bloco: 5'53")

2º Bloco

- A apresentadora inicia chamando a reportagem. Ela está sentada em uma bancada, em plano médio¹¹ (na TV o plano médio mostra o apresentador da cintura para cima).
- Primeira reportagem: sobre a doação do antigo prédio da Metalúrgica Eberle. A apresentadora conta que falta na época, apenas uma assinatura do

^{9 10}Disponível em <http://www.sitetj.jor.br/glossario.asp>. Acesso em 02 de julho de 2015.

¹¹Disponível em <http://jornal.metodista.br/tele/manual/glossario.htm>. Acesso em 02 de julho de 2015.

governador do estado do Rio Grande do Sul, na época, Tarso Genro, para que o prédio seja repassado ao Município de Caxias do Sul.

- O repórter entrevista a secretária Municipal da Cultura de Caxias do Sul, Rúbia Frizzo. Ela explica quais as ideias para a utilização do espaço.
- (Tempo de duração da reportagem: 1'1")
- A apresentadora volta e complementa a reportagem com algumas informações. Ela está em plano médio, sentada à bancada.
- Nota coberta sobre a abertura das comemorações de Natal, evento intitulado "Brilha Caxias".
- (Tempo de duração da nota: 36")
- Na sequência, agenda sobre exposição "Relicários de Amor e de Morte" no Museu Municipal de Caxias do Sul. Imagens e leitura em off.
- (Tempo de duração da agenda: 17")
- Em plano geral, sentada à bancada, a apresentadora chama a próxima reportagem. A matéria apresenta o caso do atraso na finalização da estátua de Nossa Senhora de Caravaggio, que está localizada no acesso a Farroupilha. Também conta sobre a insatisfação dos fieis com a imagem atual, que segundo eles, não representa "fielmente" a santa.
- (Tempo de duração da matéria: 35")
- Sentada à bancada, em plano médio, a apresentadora complementa a matéria e informa às pessoas que têm interesse em ajudar com algum valor para a construção da imagem da santa de Caravaggio, que procurem o Santuário da Nossa Senhora de Caravaggio, localizado na cidade de Farroupilha.
- Com nota coberta, chama a primeira reportagem da série "Somos Todos Trânsito", que irá ao ar após o intervalo.
- (Tempo de duração da nota coberta: 7")
- Vinheta.
- (Tempo de duração do 2º Bloco: 3' 52").

3º Bloco

- A apresentadora, em plano médio, dá uma nota simples¹² (notícia lida pelo apresentador do telejornal sem qualquer imagem de ilustração) sobre a prisão

de três homens suspeitos de participar de latrocínio (roubo seguido de morte) em uma empresa no bairro de Ana Rech, no dia 19 de setembro de 2014.

- A apresentadora, em plano americano, explica sobre a série que será transmitida esta semana, “Somos Todos Transito”, e o que irá ser apresentado na primeira matéria.
- A reportagem mostra as pessoas consumindo bebidas alcoólicas em um bar. O repórter entrevista estas pessoas e pergunta como elas voltam para casa depois de consumir álcool. A matéria também mostra a lei seca, aplicada em Caxias do Sul desde 2008. O repórter e o cinegrafista captaram imagens da “ação tarefa” ou as blitzes realizadas nas ruas da cidade de Caxias do Sul com o intuito de fiscalizar infrações de trânsito cometidas pelos motoristas. A reportagem traz ainda imagens sobre um acidente que ocorreu em 2011, no bairro São Pelegrino, que serviu de incentivo para as blitzes.
- (Tempo de duração da reportagem: 6’ 14”)
- Tempo total da edição: 15’ 53”

JA Caxias do Sul - 20/11/2014

1º Bloco

- Vinheta.
- Em travelling, a câmera mostra a apresentadora primeiramente em plano geral e depois em plano americano.
- A apresentadora chama a reportagem que irá ao ar.
- A reportagem fala sobre as Unidades Básicas de Saúde que oferecem serviços odontológicos e especifica quais são os serviços. Mostra imagens dos profissionais da área trabalhando, fornece informações sobre como marcar essas consultas e explica algumas eventualidades que podem prejudicar o andamento dos agendamentos.
- (Tempo de duração da matéria: 1’ 08”)
- Em plano americano, a apresentadora comenta que a segunda reportagem da série “Somos Todos Trânsito” será mostrada hoje e também dá informações sobre a matéria da venda de ar condicionados.

- Stand'up¹² (designa a transmissão de informações pelo repórter do local do acontecimento. Normalmente o repórter está em pé, em plano médio ou plano americano, e permanece na tela durante o tempo de transmissão. Pode ser gravado ou ao vivo) da repórter do local onde foi gravada a matéria sobre o aumento do consumo de ar condicionados no verão.
- (Tempo de duração do stand' up: 8")
- Vinheta.
- (Tempo de duração do 1º Bloco: 1'43")

2º Bloco

- A apresentadora, em plano americano, chama a próxima reportagem.
- A reportagem mostra imagens de uma loja de eletrodomésticos e comenta o aumento da venda de ar condicionados. A repórter entrevista moradores de Caxias do sul que falam sobre a importância do aparelho no dia a dia das pessoas.
- (Tempo de duração 48")
- Sentada em plano médio, a apresentadora dá uma nota coberta sobre a próxima matéria, que fala sobre o processo de matrículas e matrículas nas escolas públicas.
- Na sequência, há uma entrevista com o coordenador do Procon da cidade de Caxias do Sul para tirar as dúvidas da população em relação às matrículas. O começo da entrevista é gravado em plano geral. Após, é feito um "jogo de câmera", onde, durante a fala do entrevistado, a câmera fica nele, em plano médio, e quando a apresentadora faz as perguntas ao entrevistado, a câmera abre para um plano geral dos dois. As perguntas realizadas pela apresentadora são apresentadas em infográfico interativo¹³ (infográficos são representações visuais de informação. Esses gráficos são usados onde a informação precisa ser explicada de forma mais dinâmica) na tela do telespectador.

¹² Disponível em <http://www.sitetj.jor.br/glossario.asp>. Acesso em 04 de junho de 2015.

¹³ Disponível em http://penta2.ufrgs.br/edu/ImagemEduc/o_infografico.html. Acesso em 19 de junho de 2015.

- Ao final, é feito um travelling e a apresentadora chama o intervalo e em nota coberta, fala sobre a próxima reportagem da série “Somos Todos Trânsito”, que irá ao ar no próximo bloco.
- Vinheta.
- (Tempo de duração do 2º Bloco: 5’52”)

3º Bloco

- A apresentadora chama a próxima reportagem, em plano americano.
- A reportagem é sobre o julgamento de um homem de 37 anos que cometeu diversos estupros nas cidades de Farroupilha e Bento Gonçalves entre os anos de 2007 e 2009. A reportagem mostra uma foto do homem e imagens do julgamento.
- (Tempo de duração da reportagem: 40”)
- Após a reportagem, em plano médio, a apresentadora esclarece que não foi autorizado mostrar imagens do rosto do acusado.
- Travelling seguido de plano americano na apresentadora, que chama a repórter, ao vivo, da Escola Santa Catarina. A nota ao vivo também apresenta imagens sobre uma verificação realizada nas bolsas e mochilas dos alunos da escola por seguranças de uma empresa. A revista foi feita em função de uma denúncia de que os alunos do Ensino Médio da escola estariam carregando drogas, facas e bombinhas.
- (Tempo de duração da matéria: 1’20”)
- Na sequência, a imagem volta para estúdio em plano conjunto da apresentadora, enquanto esta agradece a repórter.
- É dada uma nota coberta sobre um acidente ocorrido entre as rodovias das cidades de Bom Jesus e Vacaria, que causou a morte de duas vítimas.
- (Tempo de duração da nota coberta: 17”)
- Em plano conjunto, a apresentadora chama a segunda reportagem da série “Somos Todos Trânsito”, que mostra os efeitos que do álcool no organismo das pessoas. Algumas questões são destacadas: a quantidade de motoristas autuados por dirigirem sob efeito de álcool nos anos de 2013 e 2014; quantos foram presos e quantos pagaram fiança. Para esses esclarecimentos o repórter entrevistou a representante da Polícia Federal e a delegada de

Trânsito. Também foi entrevistado um psiquiatra para esclarecer sobre os efeitos do álcool no organismo de cada pessoa. Ao final, são mostradas imagens da última reportagem da série, que será exibida no dia seguinte.

- (Tempo de duração da reportagem: 4'12")
- Na volta ao estúdio é realizado um travelling seguido de plano conjunto da apresentadora. Ela comenta sobre a reportagem da série que irá ao ar no dia de amanhã.
- Após, faz comentários sobre o tempo, com imagens ao vivo de Caxias do Sul.
- Vinheta.
- (Tempo de duração do 3º Bloco: 8'10")
- Tempo total da edição: 15'20"

JA Caxias do Sul – 21/11/2014

1º Bloco

- Travelling, seguido de plano americano. A apresentadora chama reportagem sobre o time do Juventude. A matéria fala sobre as escalas dos jogadores, dos treinos e das mudanças para o próximo jogo. A repórter também fez uma entrevista com o treinador do time.
- (Tempo de duração da matéria: 1'12")
- Em travelling, acompanhado de plano conjunto, a apresentadora dá uma nota simples sobre a abertura do Estádio Centenário para a pré-temporada do Campeonato Gaúcho.
- Em plano americano, a apresentadora chama a reportagem sobre as novidades do Hemocentro Regional da cidade de Caxias do Sul.
- A reportagem fala sobre o site da internet criado pelo Hemocentro para atrair mais doadores de sangue. Mostra também imagens do site, do Hemocentro e, ainda, entrevista com a diretora do órgão e doadores de sangue.
- (Tempo de duração da matéria: 2'62")
- Em plano americano, a apresentadora faz comentários sobre a reportagem e narra ao telespectador as condições para doar sangue. As condições estão descritas em um infográfico interativo, que aparece na tela do estúdio.

- Em travelling seguido de plano conjunto, a apresentadora chama a reportagem sobre vacinação, que será transmitida no próximo bloco. A chamada é ilustrada com imagens.
- Vinheta.
- (Tempo de duração do 1º Bloco: 4'34")

2 Bloco

- Em plano conjunto seguido de plano americano, a apresentadora anuncia a reportagem.
- A matéria apresenta dados sobre a meta que já havia sido alcançada em relação à vacinação da poliomelite e sarampo no ano de 2014. Informa sobre locais de vacinação, horários e idade que as crianças devem ter para serem vacinadas. Também mostra imagens de um posto de saúde e das crianças recebendo vacina.
- (Tempo de duração da matéria: 48")
- Em plano americano, a apresentadora comenta sobre a idade das crianças que devem ser vacinadas.
- A apresentadora, em plano americano, dá uma nota sobre o início do funcionamento dos semáforos localizados no trevo de acesso à Monte Bérico.
- Em plano conjunto, chama a repórter, que dá uma nota coberta ao vivo. A repórter informa o horário que os sinais começaram a funcionar e a quantidade de sinais que foram instalados. Também conta o motivo da instalação dos semáforos e faz entrevistas com motoristas. Ela aparece ao início e final da reportagem. As imagens ao vivo não são gravadas do local do fato.
- (Tempo de duração da reportagem: 3'10")
- Em plano conjunto, a apresentadora anuncia e mostra imagens da última reportagem da série "Somos Todos Trânsito", que irá ao ar no próximo bloco.
- Vinheta.
- (Tempo de duração do 2º Bloco: 4'36")

3º Bloco

- Travelling, seguido de plano conjunto. A apresentadora faz um breve resumo sobre as duas reportagens já transmitidas da série “Somos Todos Trânsito” e mostra imagens sobre elas.
- A reportagem apresenta o relato da avó de um menino que foi atropelado por um motorista que havia consumido álcool. A avó do menino é enquadrada em primeiro plano. A matéria também mostra fotos do menino, imagens do local do acidente e entrevista com o juiz que esclarece sobre a demora do julgamento.
- (Tempo de duração da reportagem: 4’12”)
- Em plano conjunto, a apresentadora complementa a reportagem e dá uma nota simples sobre um acidente que aconteceu na madrugada, com um jovem embriagado, na cidade de Caxias do Sul.
- O fechamento do programa acontece em plano geral, onde a apresentadora faz observações sobre a reportagem.
- Vinheta.
- (Tempo de duração do 3º Bloco: 5’50”)
- Tempo total da edição: 14’49”

4.3.3 Tratamento dos resultados obtidos e interpretação

Segundo Bardin (2011), nesta fase da pesquisa é onde o material colhido, ou seja, os dados coletados na observação participante junto à redação do JA Caxias do Sul, a decupagem das edições escolhidas e as impressões dos dez alunos do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade de Caxias do Sul sobre estas edições serão analisadas como um todo. De acordo com a autora, os resultados brutos precisam ser tratados de modo que se tornem significativos e tenham validade para a pesquisa. “O analista, tendo à sua disposição resultados significativos e fiéis, pode então propor inferências e adianta interpretações a propósito dos objetivos previstos – ou que digam respeito a outras descobertas inesperadas” (BARDIN, 2011, p. 131). A autora ainda aponta que o conjunto de todo o material serve como base para novos aspectos teóricos.

Para alcançar o objetivo proposto nesta monografia ainda é necessário que se faça uma codificação das impressões dos dez alunos escolhidos sobre o conteúdo disposto nas três edições do Jornal do Almoço de Caxias do Sul. A seguir será descrita a técnica de Grupo Focal, utilizada para analisar como os dez futuros jornalistas entendem a construção do fato noticioso nesta pequena amostragem.

4.4 ESTUDO DE RECEPÇÃO: GRUPO FOCAL

De acordo com Caplan (1990 *apud* DIAS, S.D.), a técnica de Grupo Focal é uma ferramenta usada para ajudar a entender as reações das pessoas diante dos conteúdos que lhes são apresentados. O autor explica que os grupos focais são grupos pequenos de pessoas reunidas com o objetivo de apontar problemas, como também analisar ideias.

Como referenciado no primeiro capítulo desta monografia, Morgam (1997 *apud* TRAD, 2009) conceitua o Grupo Focal como uma técnica de pesquisa qualitativa que se utiliza da interação do grupo para coletar dados. Kitzinger (2000 *apud* TRAD, 2009) explica que esta técnica baseia-se na comunicação e interação entre as pessoas e tem como objetivo fazer uma coleta minuciosa de informações que proporcione a compreensão do tema sugerido pelo pesquisador.

Conforme Johnson (1994 *apud* DIAS, S.D.), o pesquisador que utiliza esta técnica busca, através da interação dos participantes do grupo, uma maior pluralidade e profundidade de ideias sobre o assunto proposto. O autor também aponta que um dos intuitos do Grupo Focal é obter informações mais detalhadas acerca do tema.

O objetivo em aplicar esta técnica é saber se os alunos do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade de Caxias do Sul entendem como acontece a construção da notícia apenas a partir do que recebe como material de telespectador, ou seja, assistindo programas de TV e procurando refletir sobre eles. Para essa verificação, foi realizado um recrutamento de dez alunos, que tinham como características semelhantes cursar Jornalismo na UCS e estarem ao final do curso, entre o sexto e o oitavo semestres. Assim, levando em conta os objetivos desta pesquisa, achou-se relevante esclarecer a seguinte questão:

Embora a entrevista tradicional com grupo focal empregue pessoas desconhecidas, esta não é uma pré-condição. Na verdade, há vezes em que a familiaridade anterior é uma vantagem. Estudos de culturas organizacionais e de grupos sociais particulares têm vantagens quando se tornam pessoas que partilham um meio social comum (GASKELL; BAUER, 2003, p. 82).

Gaskell e Bauer (2003) apontam também, que dependendo do resultado que se quer obter com o Grupo Focal, nem sempre é necessário que o moderador conduza a discussão. Ele pode simplesmente adquirir a postura de um “observador ingênuo”. Os autores levantam ainda que “as pessoas nos grupos estão mais propensas a acolher novas ideias e a explorar suas implicações. Descobriu-se que os grupos assumem riscos maiores e mostram uma polarização de atitudes” (GASKELL; BAUER, 2003, p. 76).

Os autores explicam que o clima que se estabelece ao se aplicar a técnica de Grupo Focal é mais natural e abrangente, pois os participantes “levam em consideração os pontos de vista dos outros na formulação de suas respostas e comentam suas próprias experiências e a dos outros” (GASKELL; BAUER, 2003, p. 76).

Gaskell e Bauer (2003) destacam outra característica importante: através deste tipo de técnica é permitido observar o processo do grupo, como são as atitudes de cada integrante, as mudanças de opiniões e quem as lidera no momento do processo.

A técnica de Grupo Focal foi aplicada no dia 18 de maio de 2015, das 19h30min às 21h14min. O tempo de duração do Grupo Focal, juntando as três edições que os alunos assistiram, cada uma com 15min, foi 1h44min17seg. O local escolhido para reunir o grupo foi o estúdio de TV, localizado no prédio do CETEL (Centro de Teledifusão Educativa), na Universidade de Caxias do Sul. Alguns critérios foram relevantes para a escolha do local: situar-se no mesmo prédio onde os alunos cursavam algumas disciplinas, o que facilitou o acesso; por ser um estúdio, o lugar é amplo e contém, além de mesas e cadeiras, isolamento acústico adequado.

Para executar o procedimento utilizou-se um aparelho de televisão para mostrar ao grupo as três edições escolhidas do Jornal do Almoço (dos dias 19, 20, 21 de novembro de 2015); uma câmera, para gravar todo o procedimento e um microfone direcional, para que as vozes de todos os participantes do grupo fossem

ouvidas. É importante ressaltar que em momento algum foi revelado aos componentes do grupo informações sobre o material que iria ser mostrado, como também sobre o tema da monografia.

Antes de relatar as percepções do Grupo Focal, a seguir serão dispostas as idades e ocupações de cada um dos estudantes. Também para facilitar o entendimento no momento de descrever suas ideias, os integrantes serão codificados por letras do alfabeto brasileiro.

- A- Sexo masculino, 24 anos, supervisor de usinagem em empresa familiar.
- B- Sexo feminino, 24 anos, estagiária na área de rádio.
- C- Sexo masculino, 23 anos, assessor de comunicação em empresa privada.
- D- Sexo masculino, 24 anos, analista de marketing.
- E- Sexo masculino, 27 anos, repórter, coordenador de jornalismo em jornal e rádio do interior e assessor de Comunicação em prefeitura da região.
- F- Sexo feminino, 63 anos, aposentada.
- G- Sexo feminino, 23 anos, professora de Alemão.
- H- Sexo feminino, 22 anos, estagiária de rádio.
- I- Sexo masculino, 22 anos, estagiário de jornalismo online.
- J- Sexo Feminino, 20 anos, redatora na área de jornalismo online e blogueira.

4.4.1 Relatos do Grupo Focal

Às 19h45min os dez alunos, sendo cinco homens e cinco mulheres, convidados para participar do Grupo Focal estavam reunidos, em volta de uma mesa, no estúdio de TV do CETEL. A mediadora primeiramente apresentou-se e pediu que eles colocassem em uma folha de papel o nome, a idade, e qual a ocupação de cada um. Foi explicado que o objetivo do grupo era o seguinte: após assistirem ao conteúdo televisual apresentado, que debatessem sobre as suas percepções acerca do mesmo. Assim, foram dadas duas alternativas para os participantes: expressar suas ideias ao término de todo o conteúdo ou discutir sobre os mesmos nos intervalos de cada amostragem. Eles preferiram decidir após assistirem o primeiro material.

Os participantes mostraram curiosidade em relação ao conteúdo que iria ser mostrado, mas também demonstraram estar à vontade com a situação. Todos os

participantes pareciam se conhecer. De acordo com a bibliografia de Gaskell e Bauer (2003) este é um aspecto positivo para o estudo de recepção, pois possibilita uma melhor interação entre os participantes.

Ao mostrar-se o conteúdo do primeiro programa, todos prestaram atenção e permaneceram concentrados. Após, perguntou-se em que momento eles gostariam de discutir sobre suas percepções. Os alunos decidiram que, ao final de cada vídeo, colocariam suas ideias sobre os mesmos.

A estudante J iniciou o debate relatando que a primeira matéria sobre alimentação saudável e exercícios a “incomodou”. Segundo ela, “começou mostrando coisas de um jeito bem invasivo nos corpos das pessoas”. Para a estudante J essas matérias deveriam ser mostradas durante todo o ano e não só no início do verão. Na opinião da estudante, o papel do programa é informar as pessoas e nesta primeira matéria faltou, segundo ela, mostrar para o telespectador outros processos saudáveis.

A estudante J relatou ainda que mostrar mais mulheres do que homens durante a reportagem é uma maneira de reforçar um pensamento já existente: “reforço da imposição da sociedade sobre um padrão de beleza das mulheres, do tipo: vocês têm que emagrecer no verão, vocês têm que estar em forma”.

A estudante J também achou que a matéria sobre o prédio da metalúrgica Eberle merecia uma posição de destaque maior que as outras matérias, pela sua importância. O estudante C disse achar que essa matéria estava sendo elaborada e acompanhada dia a dia e a estudante B complementou, dizendo que não devem ter surgido muitas novidades em relação ao fato. A estudante H relata que o corte que houve após a fala da secretária de Cultura foi muito brusco.

De acordo com o estudante I, pelo fato de o “jornal” passar no horário do almoço, as matérias obedecem uma cronologia: “começa uma coisa mais leve, depois meio termo, pra chegar ao final e mostrar uma coisa bem séria”. A aluna G concorda com a ideia. Nesse ponto, houve uma concordância com o pensamento exposto pela aluna J: os alunos G, H e I afirmam que também tiveram a mesma impressão sobre a primeira matéria. O aluno I ilustra a sua ideia dizendo: “a mulher que eles pegaram que estava entrando em forma é aceita pelo padrão de beleza”.

Sobre a mesma matéria, entrar em forma com boa alimentação e exercícios físicos, o aluno D relatou perceber que “por trás disso tem um apelo comercial”. Os alunos D, H e I também levantaram a questão sobre para que público as

reportagens do JA Caxias do Sul são direcionadas. Já o aluno D elucidou que, “de repente, se a matéria sobre alimentação saudável e exercícios físicos fosse transmitida no inverno, não teria o mesmo impacto sobre as pessoas”. Terminou, dizendo: “o jornal tende a seguir uma demanda da sociedade”. Com o mesmo pensamento, a aluna J complementou: “é um espaço público. Eles lucram com um espaço que é de todo mundo, eles têm uma responsabilidade de conscientizar as pessoas para coisas que “fazem elas” saudáveis. Existe um debate, tem que considerar o que teu público quer ver e o que ele precisa ver”.

O aluno I levantou que por ser transmitido em um horário em que as pessoas estão comendo, as matérias não podem ser aprofundadas. Nesta mesma linha de pensamento, o aluno E comentou: “por ser um formato mais revista”. Sobre este mesmo tópico, a aluna J expôs que discorda que as matérias não necessitam ser aprofundadas, e levanta que “elas podem ser leves, mas não superficiais a esse nível”.

Em relação à primeira reportagem da série “Somos Todos Trânsito” o aluno D colocou que as várias vezes em que a apresentadora anunciou a reportagem antes de mostrá-la, serviram para deixá-lo curioso, mas achou errado ela não explicar que esta série é uma campanha da emissora RBS TV.

Todos os participantes tiveram a mesma opinião em relação à matéria da doação da Metalúrgica Eberle. Eles apontaram que não havia necessidade de fazer uma reportagem antes da doação do prédio ser aprovada por completo. Ainda levantaram que quando sair a decisão, as pessoas não terão uma base para refletir sobre o que será feito com o prédio. A aluna F relatou que se sentiu incomodada com a falta de definição ao longo da reportagem. Disse também que as matérias têm que ser mais objetivas e não tão extensas.

Ao final da discussão, foi apontado que as matérias são muito comerciais, mas o aluno E elogiou a edição dos vídeos. Logo após, os participantes perguntaram à mediadora se o próximo vídeo daria sequência ao anterior.

Depois de assistirem a edição do JA Caxias do dia 20 de novembro de 2014, a primeira questão levantada foi sobre a forma como o repórter montou a segunda reportagem sobre álcool e direção. Segundo a aluna J, a chamada para a segunda reportagem da série “Somos Todos Trânsito” anunciou que iriam ser mostrados os efeitos do álcool no organismo das pessoas, mas “eles falaram muito pouco sobre esse assunto na matéria”.

Em relação a essa mesma matéria, outro assunto abordado pelo grupo foi a abordagem escolhida. O aluno I exemplificou: “mostrar alguém que bebe um pouquinho, sai da festa e não dirige, sai de boa”. Ou mostrar alguém que não faz isso ou porque que a galera bebe e sai de novo”. A aluna G complementou: “é tipo: a realidade”.

Esse mesmo assunto também foi relacionado à matéria sobre a revista realizada nas bolsas dos alunos na Escola Santa Catarina. O aluno C relatou que se sentiu incomodado sobre a maneira como a repórter abordou o assunto: “parece que todo mundo que estuda no Santa Catarina é bandido, que leva droga e bombinha”. Levantaram ainda a falta de fontes para explicar e esclarecer melhor o caso.

Contra-pondo-se a essa ideia, a aluna B contou: “mas eu não sei se eles conseguiram falar com esse pessoal, até na rádio a professora não quis falar, que é só a voz, imagina na TV”. Concordando com essa opinião, o aluno E explicou: “talvez o tempo também, como aconteceu naquela manhã, tu tem que fechar, colocar no ar, tanto que ela entrou ao vivo”. A aluna J encerrou a discussão sobre essa reportagem dizendo: “mas cadê a responsabilidade com a notícia?”

Outra questão que foi levantada foi a respeito do tempo e a relevância das reportagens. A aluna J comentou: “o que é todo aquele tempo para aquela matéria do ar condicionado?” Com esta mesma visão, a aluna G falou: “a matéria é a mesma da academia, não trouxe nada de novo”. Segundo essas duas participantes, os editores do JA Caxias disponibilizaram um tempo grande demais para estas reportagens, sem muito resultado, ou seja, não disseram nada de diferente ao telespectador. O aluno I complementou: “a TV é um veículo muito mais de massa, deixa isso pra outra mídia”.

O aluno E apontou que: “nesta edição eles focaram mais no hiperlocalismo, apresentaram notícias mais locais”. Ilustrou sua ideia: “teve a questão do estupro de Farroupilha, teve mais fatos que estavam acontecendo naquele dia do que no programa anterior”.

Os participantes G, I e J disseram que na opinião deles as matérias maiores “parecem que foram “para encher linguiça””. A aluna F questionou a maneira como os profissionais do Jornal do Almoço classificam as matérias e explicou: “eles deveriam ter mais um pouquinho de bom senso, certas coisas são mais relevantes, outras não. Então essa coisas que são menores, exemplo ar condicionado, não fica gastando tempo”.

O aluno D complementou: “eu acho que essa matéria é uma coisa que eles tinham engavetado. Tá, vamos fazer uma matéria sobre o ar condicionado e deixa engavetada. Hoje a gente não tem pauta e vamos estourar o máximo de tempo que a gente tiver e joga essa daí”. Ainda explicou: “porque ela é totalmente atemporal”.

O ultimo problema levantado foi sobre a forma como os profissionais da RBS TV Caxias trabalham as matérias. O aluno E argumentou que as matérias deveriam ser melhor trabalhadas e exploradas. A participante J disse: “é muito pouco tempo para as matérias relevantes”.

Enquanto estava sendo mostrada a última edição, mais precisamente na matéria da série “Somos Todos Trânsito”, notaram-se alguns comentários e risos. Os alunos do Grupo Focal comentaram sobre as várias vezes que a avó do menino que morreu atropelado pelo motorista embriagado apareceu na reportagem. A opinião em geral é que a reportagem foi muito dramática e sensacionalista e, mais uma vez, acharam que faltou abordar alguns pontos importantes. Como exemplo, a aluna G citou a necessidade de ressaltar faixa de pedestre no local onde aconteceu o atropelamento. Neste mesmo sentido, o aluno A comentou que faltou falar sobre a importância das pessoas atravessarem na faixa de pedestres.

Outro comentário foi sobre a montagem do cenário ou, como enfatizou o aluno D: “apelo religioso” que a cena mostrou. Na entrevista com a avó do menino atropelado pelo motorista embriagado, ela aparece sentada em um sofá e atrás dela há uma imagem de uma santa com flores ao lado.

Os alunos notaram também que na reportagem sobre os semáforos do Monte Bérico, a repórter entrou ao vivo de outro lugar que não tinha ligação com a abordagem da matéria. O grupo relatou que gostou da abordagem da reportagem sobre doação de sangue. O aluno I revelou achar, em geral, muito difícil fazer uma boa matéria e o aluno D complementou: “Talvez eu ‘faria’ igual. Não é uma coisa que depende unicamente do jornalista, tu tá trabalhando para um veículo. Querendo ou não, tu tem uma censura, um roteiro a seguir”. Nesta mesma linha de pensamento, a aluna J comentou: “o jornalista não faz sozinho, o jornalista precisa de emprego, então é aquilo, tem que abraçar a empresa e estar disposta”.

Em determinado momento, a mediadora pediu que os estudantes fizessem uma relação sobre as matérias produzidas no JA e a realidade. O aluno D relatou que no ponto de vista dele, as coisas que acontecem são reais e que existem várias realidades sobre uma mesma abordagem e que essas realidades, às vezes, não

podem ser divulgadas na mídia. Exemplificou com a reportagem sobre a bebida, dizendo que “eles poderiam ter mostrado as pessoas que burlam o sistema” e explicou: “tu tá induzindo ao crime, mas são realidades que acontecem, só que são realidades que a imprensa não vai divulgar. Talvez algum canal “negro” vai dizer”.

O aluno I também discutiu sobre o assunto, falando que “é tudo muito polido e bonitinho”. Na opinião da participante F, a reportagem sobre o atropelamento que ocasionou na morte do menino foi um apelo para que a justiça agisse rápido no julgamento do caso.

O aluno C levantou a questão de que fica preocupado com a maneira com que o telespectador entende as notícias. Na visão dele, os participantes do grupo são todos jornalistas e estão conseguindo enxergar quais os objetivos de cada matéria e todo o processo pelo qual ela passou. Mas que o telespectador, além de não ter o mesmo conhecimento, também não tem o tempo deles para debater sobre as reportagens e acabam assimilando aquele conteúdo de qualquer forma.

Os participantes D e F ainda apontaram que através da televisão pode-se chamar a atenção da sociedade sobre casos como o julgamento do menino que morreu atropelado. Ao final da discussão, o aluno E explicou: “é a realidade mostrada a partir do ponto de vista do jornalista e daquilo que é traçado comercialmente, vários setores. Mas se produz um jornal sem muita polêmica e muita opinião em Caxias, aquela coisa de sempre, foca a realidade a partir da visão de quem a produz”. Nesta mesma linha, a participante J citou uma frase do autor Foucault: “a verdade é sempre construída por quem tem poder” e complementou: “não existe uma verdade, não existe a verdade, existe a minha verdade, existe a verdade do cara que atropelou, a verdade de quem tava atravessando a faixa, a verdade de quem tem a dor. Só que os meios de comunicação têm o poder de comunicar e tem o poder que toda a palavra tem. Eles constroem o que vai ser verdade para a maior parte da população”.

Os alunos encerraram a discussão no Grupo Focal, apontando que a partir do momento em que o profissional trabalha em uma empresa, já está levantando a “bandeira” da empresa e ainda ressaltaram que “quando você escolhe uma abordagem já está escolhendo mostrar um viés do fato, ou seja, apenas um lado da verdade”.

Para interpretar os resultados obtidos, também, viu-se necessário aplicar-se o método de Análise de Discurso. Como referenciado na introdução desta pesquisa,

está prática busca entender e explicar como se constrói o sentido de um texto. Conforme Orlandi (2009), a Análise de Discurso preocupa-se em examinar a língua como uma estrutura abstrata. A autora explica que este método pretende compreender o modo como as dinâmicas do discurso produzem os sentidos.

Segundo Orlandi (2009) a Análise de Discurso “emerge refletindo sobre a maneira como a linguagem está materializada na ideologia e como a ideologia se manifesta na língua” (ORLANDI, 2009, p. 16). Também levanta que a AD surge a partir do instante que a língua atravessa a história. É nesse sentido que o método será aplicado, relacionando o discurso dos participantes do grupo focal com os conceitos e teóricos abordados nesta monografia.

Gaskell e Bauer (2003) apontam que para analisar o discurso é preciso entender os diferentes tipos de narrações, como também as características existentes nelas.

Os analistas de discurso, ao mesmo tempo em que examinam a maneira como a linguagem é empregada, devem também estar sensíveis àquilo que não é dito - aos silêncios. Isso, por sua vez, exige uma consciência aprimorada das tendências e contextos sociais, políticos e culturais aos quais os textos se referem (GASKELL, BAUER, 2003, p. 255).

Conforme os autores, o papel do analista de discurso é garantir, através da atenção com os detalhes, a produção de textos, leituras e contextos. Gaskell e Bauer (2003) ainda explicam que a codificação da narrativa será determinada de acordo com os interesses do analista. Após descrever o corpus da pesquisa e os procedimentos metodológicos utilizados, a seguir será feita a análise e as relações entre os conteúdos obtidos.

5 INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Nesta etapa, conforme mencionado por Bardin (2011), é onde se realiza a interpretação dos resultados obtidos. Segundo a autora, o conteúdo levantado permite que sejam propostas deduções de acordo com os objetivos da pesquisa.

De acordo com a aluna J, participante do grupo focal, aplicado no dia 18 de maio de 2015, a matéria sobre alimentação saudável e exercícios físicos reforçou padrões e estereótipos de beleza existentes na sociedade, tais como o “ser magro”, “estar em forma”, “perder a barriguinha”, etc. Nesse sentido, os sociólogos da Escola de Frankfurt defendem que os produtos e subprodutos da Indústria Cultural são esquematizados de acordo com as necessidades do mercado, o qual impõe suas próprias normas aos indivíduos sem que eles percebam. Neste mesmo contexto, Adorno e Horkheimer (1985) afirmam que os subprodutos da televisão auxiliam na propagação da ideologia e impõem regras sociais.

A partir do exposto pelos autores sobre Indústria Cultural e referenciado no segundo capítulo desta monografia, esta ideologia age de maneira a implantar hábitos, modelos, comportamentos, gostos, etc. Aos telespectadores são oferecidos os subprodutos, neste caso as matérias do JA Caxias acima mencionadas, e a audiência passa a internalizar o que lhe é oferecido. Isso ocorre também porque estes subprodutos são oferecidos de maneira gradual, como em um “conta-gotas”, sem que o telespectador perceba.

Em relação a esta mesma ideia, os alunos D, H e I questionaram sobre o tipo de público para o qual as reportagens produzidas pelo JA Caxias são dirigidas. Como exemplos citaram a matéria sobre boa forma e a procura por ar condicionados. O JA Caxias é assistido por diferentes tipos de público, seja em relação à classe social, à escolaridade, à idade, etc. Portanto, é produzido para um público que se caracteriza pela pluralidade. Dessa forma, o questionamento dos estudantes se refere à questão de que nem todas as pessoas possuem condições de comprar um ar condicionado ou frequentar uma academia, portanto, a matéria não foi produzida de modo a atingir o público de uma maneira geral. Alguns integrantes do Grupo Focal ainda apontaram que há um apelo comercial na reportagem sobre a boa forma. A aluna H expôs aos outros integrantes que o jornal tende a cumprir uma demanda da sociedade, como forma de complementar a ideia anterior.

Diferente dos pensadores da Escola de Frankfurt, Wolton (1990) defende que a maneira como esse tipo de conteúdo é elaborado, escrito e preparado faz com que haja uma interação entre as pessoas. O autor explica também, que isso não quer dizer que ele defenda estes gêneros da televisão, mas enxerga não apenas a busca pela audiência, mas uma atribuição cultural e social.

Wolton (1990) ainda afirma que estes tipos de programas aproximam os membros de uma sociedade, pois o telespectador se depara com suas próprias necessidades e experiências ali retratadas. Morin (1997) contrapõe-se aos pensadores da Escola de Frankfurt e explica que em sua opinião, a indústria da cultura não tem como objetivo principal manipular o homem e difundir sua própria ideologia.

Outro assunto bastante discutido entre os participantes do Grupo Focal foi a abordagem escolhida pelos jornalistas que produziram as matérias. Na opinião dos alunos de Jornalismo, principalmente nas matérias que falam sobre boa forma e busca por ar condicionados, os repórteres poderiam ter buscado outro viés. Segundo o relato dos acadêmicos, os jornalistas limitaram o tema à forma como foi abordado, buscar a boa forma em uma academia.

Em relação a este assunto, na Observação Participante realizada na redação do Jornal do Almoço de Caxias do Sul, viu-se que este tipo de reportagem é sugerida pelos profissionais que trabalham na redação durante a reunião com a coordenadora. São reportagens “de gaveta” utilizadas para preencher a edição nos dias que não houver acontecido fatos relevantes (segundo os critérios noticiosos) para irem ao ar. Estas reportagens, muitas vezes, seguem a lógica comercial da emissora. Por outro lado, o que também deve ser levado em consideração pelos produtores da notícia, é o interesse do público. As reportagens “de gaveta” são, geralmente, veiculadas com certa frequência. A partir do relato dos estudantes pode-se refletir sobre o que realmente é importante para estar na mídia. Dessa forma, o público deve ser levado em consideração ao se produzir as notícias, já que este é o principal consumidor deste subproduto da indústria da cultura.

Estas reportagens já sofrem influência dos jornalistas desde o momento em que são sugeridas. Na opinião dos alunos do Grupo Focal, os profissionais deveriam ter procurado abordagens mais plurais. Dessa forma, deve-se ressaltar que o conteúdo produzido pelos repórteres já passa por filtros e concepções do profissional, mesmo que, muitas vezes, isso ocorra de forma inconsciente. Portanto,

a matéria já possui um viés previamente escolhido pelo produtor da notícia. Além disso, devido à pluralidade do público telespectador, é inevitável que haja insatisfação de uma parte, como afirma Wolton (1990). Porém, deve ser preocupação do jornalista abordar, durante a reportagem, os diversos aspectos que envolvem a temática.

Neste sentido, os alunos também criticaram a forma como a entrevista da avó do menino atropelado foi produzida na série “Somos Todos Trânsito”. A aluna J comentou que a imagem da avó chorando, com uma santa atrás e um buquê de flores vermelhas, foi dramática e sensacionalista. Os participantes do Grupo Focal avaliaram a reportagem como uma montagem para “causar choque” e sensibilizar os telespectadores. É interessante que assuntos como esse estejam na mídia de modo a conscientizar a população, porém, o que pode se questionar em muitos momentos, é a necessidade de apresentar uma dramatização dos fatos.

Além disso, todos concordaram, de forma geral, que as matérias da série poderiam ter abordado outros assuntos e mais uma vez, criticaram o viés escolhido pelos jornalistas do JA Caxias. Percebe-se que a série “Somos Todos Trânsito” abordou a temática sob um mesmo viés, quando poderia ter apresentado outros pontos de vista sobre este assunto, tais como o pensamento de quem está bebendo e dirigindo, as pessoas que não concordam com a Lei Seca, entre outros vieses. É interessante, nesse sentido, abordar não somente a tragédia, mas também mostrar o que ocorre de uma outra maneira para tentar conscientizar a população, visto que também existem diversas campanhas alertando sobre os perigos de misturar álcool e direção e que possuem apelo emocional.

Ainda em relação às reportagens da série, também foi comentado que os repórteres poderiam ter mostrado fatos que “tivessem mais a ver” com a realidade das pessoas. Durante a Observação Participante realizada no Jornal do Almoço, enquanto a pesquisadora acompanhava a edição de uma reportagem, um dos editores explicou que os fatos são modificados tanto na hora da edição, como na hora da gravação das imagens, com a mudança de cenário ou na edição, com a inserção de trilhas sonoras. São recursos utilizados de maneira a chamar mais a atenção do telespectador. O veículo televisão “exige” que tanto a imagem quanto o áudio sejam pensados e trabalhados de modo a atrair a audiência. Porém, quando é de maneira a causar dramaticidade em demasia, induzindo o choro do entrevistado para causar a comoção do público, o fato noticioso perde em conteúdo informativo.

A aluna J comentou um fator importante, o qual não tinha sido percebido pelos outros alunos. Explica que fazer uma matéria não depende só do jornalista, pois os profissionais trabalham em um veículo, concordando ou não com a ideologia da empresa, sofrem censuras, assim como possuem roteiro e normas a seguir, de acordo com a empresa jornalística na qual trabalham.

O autor Bourdieu (1997) destaca que, antes de irem ao ar, as notícias sofrem pressão política e econômica. Também aponta que os conteúdos televisivos são determinados não só pelos jornalistas, mas pelos anunciantes que pagam a publicidade, pela empresa onde atuam e também pelo Estado. Assim, é importante lembrar que a abordagem escolhida também sofre influências de todo esse aparato. Dominique Wolton (1996) defende que a forma como as pessoas recebem as informações está de acordo com o meio social e cultural em que estão inseridas. Conforme o autor, cada telespectador tem uma maneira de interpretar o conteúdo que recebe. Aponta também que fica difícil produzir conteúdo para um público tão complexo, pois quando fala de público não está se referindo ao popular, nem à elite e tampouco a um público “médio”, mas à mistura dos três. Na visão de Wolton, a televisão é uma atividade coletiva, que impede uma leitura única de seus produtos.

É relevante citar o modo como a integrante F interpretou a última reportagem da série sobre o trânsito. A estudante relatou ter enxergado na reportagem um apelo, por parte da família, para que o processo movido contra o homem que atropelou o menino andasse rapidamente. Além disso, há outra questão importante. A mesma participante atribuiu poder à TV. Na opinião dela, a televisão tem o poder de agilizar alguns casos, como também denunciar atrocidades. Isso se justifica porque durante muito tempo e até hoje, a mídia assumiu um papel de principal denunciadora das mazelas sociais, dessa forma, em muitas ocasiões, os problemas são resolvidos apenas quando são veiculados pela mídia.

A aluna J apontou também que os fatos possuem várias verdades, pois as pessoas têm interpretações diferentes sobre as informações que recebem, mas que o JA poderia transmitir a matéria de modo a gerar uma reflexão no telespectador. O que se pode perceber é que as matérias são, geralmente, abordadas pelo viés emocional, em detrimento da informação que levaria o público a refletir.

O aluno E concordou com a aluna J nesta questão e levantou que o Jornal do Almoço de Caxias do Sul não adotou a postura de um jornal que gera polêmicas e debates, o que seria importante para auxiliar a análise da sociedade sobre

assuntos de interesse do público. Nesse sentido, a reportagem sobre o que seria feito com o prédio da antiga Metalúrgica Eberle foi citada. Os estudantes concordaram que essa reportagem merecia mais atenção e um esclarecimento mais aprofundado, levando em conta a importância que o assunto tem para a população caxiense.

A análise dos estudantes entra em consenso com Wolton (1996), que defende que a imagem transmitida deveria instigar o receptor a uma reflexão crítica sobre o que está assistindo. Para ele, a ideologia imposta pelo sistema desde a Revolução Industrial mecanizou os indivíduos para que não saibam elaborar uma opinião própria diante dos conteúdos televisionados. Isso ocorre porque os programas abordam diversas temáticas, porém sem aprofundamento crítico e contextualização. Consequentemente, o telespectador não possuirá informações suficientes para refletir criticamente sobre o fato noticiado. Dessa forma, acontece o que foi apresentado na introdução deste trabalho monográfico, por Horkheimer e Adorno (1985) que apresentam a ideia de que a sociedade se autoaliena em consequência da Indústria Cultural, pois esta “trabalha ideologicamente” para impedir que os indivíduos sejam seres reflexivos, autônomos e formadores de opinião.

Entretanto, Pierre Levy (1993) explica que as tecnologias mudaram a forma de relação entre as pessoas e os veículos de comunicação e que, atualmente, é possível ter acesso a quase qualquer conteúdo. A partir da concepção de Levy e, ao se pensar o contexto tecnológico vivido atualmente, os meios para obter informação estão cada vez mais ao alcance das pessoas e, portanto, o público possui maior facilidade em encontrar informações sobre os fatos. Porém, o que se deve ressaltar como exemplo é que, apesar da convergência midiática facilitar o acesso aos conteúdos, muitas pessoas ainda utilizam apenas a televisão para se informar.

Outro fator abordado na discussão entre os “telespectadores especialistas” escolhidos para participar do Grupo Focal foi sobre as fontes que ilustram as reportagens. Alguns alunos comentaram que em algumas matérias, faltaram mais fontes, como no caso da reportagem da revista nas bolsas dos alunos, que aconteceu na Escola Santa Catarina. A aluna B comentou que os repórteres podem não ter conseguido falar com as fontes e como exemplo citou a diretora da escola, que não foi entrevistada.

Nos dias em que a pesquisadora esteve na redação do JA Caxias, notou que algumas matérias são produzidas quase no momento de entrarem no ar, assim como, às vezes é difícil entrar em contato com as fontes. É preciso, em alguns casos, levar em conta a correria e o trabalho que dá produzir um programa ao vivo, com matérias locais.

É importante colocar nesta análise que somente um dos alunos do Grupo Focal comentou que o Jornal do Almoço de Caxias do Sul é uma Revista. Essa questão é relevante para esclarecer muitos assuntos abordados tanto no Grupo Focal, como na Observação Participante. De acordo com a bibliografia do autor Aronchi de Souza (2004) o JA Caxias não é considerado um telejornal, mas sim uma Revista, pois além de possuir formato híbrido, tem o dever de informar e entreter o telespectador. Isso explica as reportagens com abordagens variadas, e não só com cunho noticioso. Outra questão relevante é o horário que o telejornal é transmitido.

Segundo Dejavit (2007), em consequência das informações serem consumidas em horários destinados a lazer e diversão, o próprio telespectador exige que as notícias, além de informar, o entretendam. Neste contexto, é importante citar o comentário do aluno E, quando falou que em função do JA ser transmitido em um horário em que as pessoas estão almoçando, as reportagens não podem ser aprofundadas a ponto de causar mal estar no telespectador. Porém, o aprofundamento da notícia não significa dizer que sejam mostradas imagens de impacto. O que se considera como aprofundar a notícia neste trabalho é apresentar dados, contexto e situações que possam fazer o telespectador não só tomar conhecimento do fato noticioso, mas também, refletir e pensar em possíveis soluções a partir do que está sendo veiculado.

Outro fator que ajuda a explicar a falta de tempo para uma reflexão mais aprofundada de algumas matérias é a fórmula do Jornal do Almoço, que compreende vários formatos diferentes. De acordo com Aronchi de Souza (2004), o gênero Revista apresenta reportagens, videoclipes, humor, teledramaturgia, esportes e até perguntas interativas. Durante a Observação Participante, a pesquisadora pôde constatar que o JA Caxias do Sul coloca no ar vários formatos diferentes, como também a apresentadora se adequa a cada formato para poder apresentá-los. Um exemplo é a postura mais séria para transmitir as reportagens de cunho jornalístico.

O aluno E comentou que no segundo dia foram ao ar mais matérias locais do que nas outras duas edições apresentadas ao Grupo Focal. De acordo com o Guia de Ética e Autorregulamentação Jornalística do Grupo RBS, a empresa “valoriza o localismo em suas manifestações culturais, sociais, políticas, econômicas e esportivas como um fator prioritário em seus conteúdos jornalísticos” (GRUPO RBS, 2011, p. 13). Assim, pode-se compreender o motivo pelo qual algumas reportagens foram ao ar e outras não. No segundo dia de observação, em função das notícias locais que surgiram durante a manhã (revista na bolsa dos alunos da Escola Santa Catarina, julgamento do acusado de estupro e acidente na estrada entre Vacaria e Bom Jesus), notou-se que a matéria sobre a “linguagem Talian”, muito usada na Região da Serra, não foi ao ar.

Conforme Olga Curado (2002), a informação só será uma notícia se tiver importância para o público. Neste mesmo sentido, White (1993) analisa o processo pelo qual os acontecimentos passam como uma série de escolhas, decisões e filtros que os jornalistas têm que fazer ou usar e que irão resultar na transmissão ou descarte das notícias. Nesse contexto, a percepção dos alunos sobre o localismo das matérias se justifica por este ser um jornal da região e que tem por objetivo apresentar, prioritariamente, informações de interesse do público da Serra Gaúcha.

Entretanto, Breed (1993) analisou que as normas das empresas contam mais na hora de escolher o que irá ao ar do que as impressões dos jornalistas. Nesse sentido é relevante lembrar que a aluna J explicou, no Grupo Focal, que os jornalistas, às vezes, por estarem precisando do emprego, não agem de acordo com suas convicções, pois necessitam se adaptar às normas da empresa em todos os sentidos. Breed (1993) aponta que um dos motivos que levam os jornalistas a se conformarem com as políticas impostas pelas organizações jornalísticas é a consideração que possuem com os cargos superiores e a vontade de conseguir cargos mais elevados.

Mas, além destas influências, as notícias também passam por um processo que se constitui de vários critérios, os quais levam à decisão de serem ou não noticiáveis. No caso do JA Caxias, conforme observado, as notícias que prezam o hiperlocalismo apresentam alguns critérios próprios, dos quais destacam-se o envolvimento com pessoas e instituições importantes; acontecimentos ligados aos interesses da região, que causam impacto, ou que trazem proximidade ao telespectador.

Wolf (1994) explica dois dos problemas apontados pelos alunos participantes do Grupo Focal: a falta das fontes e a maneira como as matérias são trabalhadas. De acordo com o autor, dentro dos critérios importantes para que uma notícia vá ao ar é que os fatos devem ser captados e produzidos o mais perto possível do horário de transmissão do noticiário. O que leva, em muitos casos, à falta de tempo ou condições para entrar em contato com todas as fontes necessárias ou para se produzir uma boa matéria. Nesse sentido, o aluno I comenta que é muito difícil produzir uma boa matéria e não sabe se conseguiria, estando nos lugar dos repórteres do JA.

Outro ponto analisado foram os modos que o JA Caxias utiliza para “prender” a atenção do público. A chamada realizada pela apresentadora, Marisol Santos, ao final de cada bloco, serve para anunciar ao público quais notícias serão transmitidas no próximo. O aluno D relatou aos colegas que sentiu-se curioso quando a apresentadora fez o anúncio. O uso desta ferramenta para atrair a audiência é importante, pois com a facilidade do controle remoto, o telespectador, segundo Arlindo Machado (2001) , pôde interagir com a mídia televisiva: quando entediado, prontamente muda de canal. De acordo com a bibliografia levantada no subcapítulo História e Linguagem da Televisão Brasileira, sobre a busca pela audiência e as técnicas utilizadas para atraí-la, pode-se observar que os apresentadores de auditório ou telejornais, na tentativa de conquistar a audiência do público, anunciam, ao final de cada bloco, as atrações do próximo.

Com a análise foi possível entender como os estudantes do Curso de Comunicação Social-Jornalismo da Universidade de Caxias do Sul percebem a construção das reportagens veiculadas pelo JA Caxias. Assim, o próximo capítulo irá responder a questão norteadora e confirmar ou não as hipóteses estabelecidas para a pesquisa.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como apontado ao longo desta pesquisa, é fato que a maioria da população brasileira assiste televisão em seus lares. Mesmo com o avanço da tecnologia e os vários tipos de plataformas que surgem atualmente, os indivíduos acostumaram-se a buscar informações sobre os acontecimentos do seu dia a dia e do mundo nos programas televisivos. Por mais que o acesso à internet facilite a busca, as pessoas ainda não adquiriram o hábito de informar-se através de outros meios de comunicação que não sejam a televisão.

Pensando nisso, depois de começar a cursar Jornalismo, a partir de suas experiências como estudante, e considerando que no curso, de modo geral, a maneira como as pessoas percebem a construção da notícia não é aprofundada, a pesquisadora sentiu a necessidade de saber um pouco mais sobre como os futuros jornalistas entendiam o processo pelo qual as notícias passavam até que chegassem as suas casas. O primeiro questionamento ao pensar no tema para a monografia foi: será que o telespectador percebe que as notícias veiculadas pelos programas televisivos não são, totalmente, uma reprodução da realidade e passam por todo um processo de construção?

Partindo desta dúvida, viu-se a necessidade de acompanhar o processo de construção das notícias de perto. Tendo em vista que a redação do Jornal do Almoço de Caxias do Sul localiza-se na cidade onde a pesquisadora reside e também por ser um programa com duração de 15 minutos, o que possibilita um maior espaço para que os assuntos sejam discutidos e uma produção mais trabalhada das matérias, o JA Caxias foi escolhido como objeto de estudo para aplicar a Observação Participante. A fim de conhecer o processo de elaboração dos fatos noticiosos, foi necessário observar o programa durante dez dias. Nesta etapa, a pesquisadora precisou desconstruir alguns conceitos para “enxergar” o processo como um todo.

Nos primeiros dias de observação, procurou-se encontrar, de forma explícita, a manipulação mercadológica e a imposição ideológica que influenciam os fatos noticiosos, de modo concreto na redação do JA. Conforme os dias de observação foram avançando, percebeu-se que se continuasse a observar com esse olhar, o processo que faz com que uma informação seja transformada em uma notícia não

seria bem compreendido. A bibliografia, durante toda a pesquisa, ajudou muito a observar o processo sob todos os ângulos.

Como referenciado na introdução e no segundo capítulo desta monografia, há outros olhares que discordam da ideologia proposta pelos filósofos da Escola de Frankfurt. Os autores Dominique Wolton (1996) e Edgar Morin (1997) enxergam pontos positivos na industrialização da cultura. Pierre Levy (1993) defende que as brechas que surgiram com o avanço tecnológico, trouxeram ao telespectador uma nova forma de interação com as notícias, como também a autonomia de escolher os conteúdos que lhes agradam.

A partir destas reflexões a pesquisadora considera que o pensamento radical imposto pelos filósofos da Indústria Cultural deu lugar a um olhar mais abrangente, pois as inovações tecnológicas proporcionam ao telespectador uma construção ideológica e cultural própria, mesmo que ainda, não ideal.

Além dos autores pesquisados, a partir do levantamento bibliográfico também se pôde concluir que o JA Caxias não é um telejornal, mas uma Revista, que além de informar, tem o dever de entreter o telespectador. Esse fator ajudou a entender porque as matérias produzidas pelo JA possuem vários gêneros, transmitindo ao telespectador, entre as matérias de cunho noticioso, informações de lazer, shows e entrevistas. Por vezes, na visão da pesquisadora e no Grupo Focal, constatou-se a dificuldade para fazer uma reflexão sobre as matérias jornalísticas, pois a mistura entre os gêneros pode atrapalhar a maneira como o público assimila as notícias jornalísticas. Mas, essa “mistura” está de acordo com o formato híbrido do programa, que implica em muitos gêneros e categorias. Outra questão é que o JA Caxias, também por ser um programa que transmite as informações locais, necessita produzir reportagens que estejam de acordo com a necessidade da população em geral, ou seja, pessoas de todas as classes e idades.

Além destes levantamentos, o terceiro capítulo: “Fatores que Influenciam na Construção da Notícia” também ajudou a entender, de forma aprofundada, que além das influências políticas e do mercado capitalista, das normas das emissoras, dos ideais ideológicos que os jornalistas carregam, assim como cada profissional que trabalha na construção da notícia, há os valores-notícia estabelecidos para que um fato seja transformado em notícia. Ou seja, existe todo um processo subjetivo/objetivo até a tomada de decisão sobre o que vai ao ar ou não em um programa de TV.

Diante da pesquisa bibliográfica realizada e da observação na redação do JA Caxias do Sul, primeiramente, em 2014, na disciplina de Monografia I, o principal objetivo desta pesquisa era entender como os alunos do Curso de Comunicação Social da UCS, das áreas de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas entendiam a construção da notícia, como também as diferenças no entendimento destes três tipos de público. Considerava-se que as grades dos cursos referidos eram diferentes, o que poderia também gerar diferenças na maneira como os alunos entendiam o processo.

Já na disciplina de Monografia II, ao longo do desenvolvimento da pesquisa, em consequência dos prazos para entrega e de algumas dificuldades que surgiram no decorrer do processo, considerou-se mais apropriado, para atingir o objetivo principal e também os específicos, entender como os estudantes da área de Jornalismo percebiam a construção do fato noticioso. Uma das primeiras questões pensadas em relação à escolha do público referiu-se ao tipo de área que escolheram cursar. Como são estudantes de Jornalismo e estão ao final do curso, é um público “especialista”.

No Grupo Focal aplicado no dia 18 de maio de 2015 a mediadora pôde notar que grande parte dos estudantes possuía o mesmo pensamento “engessado” que a pesquisadora tinha quando começou a desenvolver esta monografia. Assim, na hora de fazer a descrição do Grupo Focal para adicionar ao trabalho, a mediadora, ao iniciar o relato, sentiu dificuldade para analisar os outros fatores apontados pelos dez estudantes, tendo em vista que muitos dos comentários foram relacionados ao poder que a mídia possui ao manipular e impor sua própria ideologia através das reportagens veiculadas, como também à dificuldade de gerar reflexão no telespectador, em relação às reportagens transmitidas. Diante disso, durante a descrição do Grupo Focal, a pesquisadora necessitou dar uma pausa de duas horas para não ser “persuadida” pelos pensamentos expostos e assim perceber os outros vieses comentados pelos estudantes.

Após a análise do conteúdo obtido, foi realizada a interpretação dos resultados. Através dela, foi possível atingir os objetivos específicos, identificando a forma como os estudantes recebem os fatos noticiosos veiculados pelo Jornal do Almoço de Caxias do Sul. Em relação ao fluxo de conteúdo transmitido pelo programa gerar dificuldade de reflexão por parte do telespectador sobre as informações de cunho jornalístico, também foi atingido. Os alunos participantes do

Grupo Focal comentaram que para eles, estudantes de Jornalismo, em função da variedade de conteúdo, tornou-se difícil refletir um pouco mais sobre qualquer um dos assuntos e matérias, “quanto mais para as pessoas que não possuem a mesma base de aprendizado”.

O terceiro objetivo foi atingido em parte. Verificou-se que apenas um estudante comentou, durante o Grupo Focal, que o Jornal do Almoço de Caxias do Sul é uma Revista e entendeu que o programa possui um formato híbrido, mostrando matérias de vários gêneros. O último objetivo foi identificar se o tempo de duração das matérias veiculadas influencia o modo de reflexão do telespectador. De acordo com o relato dos dez estudantes escolhidos, algumas matérias apresentadas pelo JA Caxias do Sul, principalmente as de cunho noticioso, disponibilizam pouco tempo para que o telespectador reflita sobre elas. Por isso, o objetivo foi atingido – o tempo das matérias influi em seu entendimento, pelo menos sob a visão dos participantes do Grupo Focal.

A partir do “corpus” do trabalho e dos seus objetivos, algumas hipóteses foram confirmadas totalmente, outras em parte. A primeira hipótese: “existem deficiências na forma como os estudantes do Curso de Jornalismo compreendem a produção dos fatos noticiosos” foi confirmada em parte. De acordo com os resultados obtidos através da discussão entre os estudantes do Grupo Focal, faltou aprofundamento nos comentários em relação às reportagens das três edições do JA Caxias. A ideia que se obteve foi que alguns comentários vinham apenas a partir do senso comum ou que os estudantes não conheciam todas as influências que uma informação sofre até que se torne uma notícia ou também, que não pensaram muito a respeito. Ou ainda, como eles mesmos disseram, “não há tempo para refletir”. Pensa-se que a observação dos estudantes pode ser correta, mas serve para desculpar o público comum e não um público de “especialistas”.

As outras duas hipóteses descritas a seguir foram confirmadas totalmente. Em consequência do tempo de duração do Jornal do Almoço de Caxias do Sul e de sua característica enquanto Revista, há uma grande quantidade e variedade de informações, o que resulta na falta de espaço para que o telespectador faça uma reflexão. A construção da notícia sofre influência em dois momentos: num primeiro momento da parte técnica, pois os fatos passam por uma equipe que segue formatos e normas impostas pela empresa jornalística e também é uma questão de linguagem televisual, que supõe gravações a partir de enquadramentos

determinados e edição/montagem, que deve levar em conta conteúdo e estética imagética.

No segundo momento, as informações são influenciadas pelos valores ideológicos e subjetivos dos agentes produtores da notícia, como: repórteres, cinegrafistas, editores de texto e imagem, apresentadores dos programas jornalísticos, pois estes profissionais estão mais diretamente ligados à execução do processo noticioso. As hipóteses foram confirmadas, com acréscimo de novas reflexões.

Ao final da pesquisa, a acadêmica de Jornalismo relata que além de conhecer e entender mais profundamente os fatores que influenciam a construção de uma notícia, a observação realizada na redação do Jornal do Almoço de Caxias do Sul a fez compreender realmente todo o processo necessário para que uma informação seja transformada em um fato noticioso. Contudo, afirma: o olhar engessado e radical foi substituído pelo estudo e conhecimento adquirido nesta monografia.

Através desta pesquisa, também conseguiu-se compreender as brechas e pontos positivos que existem dentro do contexto da Indústria Cultural e concorda-se com Dominique Wolton (1996) quando o autor explica que é muito difícil uma emissora com sinal aberto (como a RBS TV) produzir conteúdo para um público específico. O estudo sobre a Revolução Industrial ajudou a entender os motivos que levaram as pessoas a procurarem uma “fuga da realidade” através dos programas transmitidos pela televisão. Mesmo os de cunho noticioso, paradoxalmente, podem levar a esta “fuga”.

Na visão da pesquisadora, os produtores dos conteúdos televisivos, na época da Revolução Industrial, estavam agindo mediante a ideologia imposta pelo sistema capitalista implantado em meados do século XVIII. Dois fatores ajudaram para que o sistema ganhasse força: a mão de obra assalariada, que deu liberdade para as pessoas consumirem os produtos que quisessem e a propriedade privada, que gerou a aquisição de poder e maior disputa entre os indivíduos. Assim, é plausível considerar que obter lucro através da cultura foi mais uma maneira que se encontrou de adquirir capital.

Lembra-se o que o autor Teixeira Coelho (1980) destaca no segundo capítulo desta pesquisa: a forma de trabalho que surgiu no século XVIII transformou o ser humano em um simples objeto e o alienou em relação a seu trabalho e aos

produtos gerados por ele, como também em relação ao que acontece ao seu redor, pois para adquirir capital as pessoas precisam trabalhar muito, e assim não lhes resta tempo para assimilar os acontecimentos do seu dia a dia. Por isso, o próprio sistema e sua ideologia fizeram com que a responsabilidade social dos veículos de comunicação aumentasse.

Também foi possível compreender que os jornalistas precisam, para estarem empregados, lidar com vários fatores na hora de produzir uma reportagem. Dentre eles: o Estado, o mercado, as normas das emissoras, os valores-notícia. Além de tudo isso, ainda há a bagagem ideológica e cultural de cada profissional produtor da notícia.

Depois de acompanhar de perto a rotina diária de uma redação, pode-se dizer que não é fácil produzir as reportagens. Os jornalistas, além de elaborar uma matéria sob a pressão de todas as influências mencionadas, ainda precisam lidar com a questão do tempo. Na maioria dos dias, ainda mais quando aconteceram fatos que precisavam ser noticiados, o tempo foi sempre muito curto para produzir uma “ótima” reportagem. Essa foi uma questão não muito comentada no Grupo Focal. Além disso, os profissionais de Jornalismo, como toda equipe que ajuda na produção de uma matéria, precisam estar prontos para “o que não acontece da maneira que deveria acontecer”. Como exemplo, a pesquisadora lembra um caso que aconteceu na redação do Jornal do Almoço Caxias: a dificuldade para entrar em contato com algumas fontes.

A série “Somos Todos Trânsito” também demandou trabalho extra para toda a equipe, pois além das imagens que precisaram ser gravadas em vários horários do dia (madrugada, noite, final de semana), o repórter e editor que estavam produzindo a série precisaram deixar alguns afazeres cotidianos de lado ou, em alguns dias, trocar seus turnos de trabalho para construir as três reportagens que iriam ser transmitidas. Por serem mais longas, dependiam de uma edição mais trabalhosa.

A abordagem das reportagens, muitas vezes, também irá depender do tempo que se tem para construir a reportagem, das fontes que estão disponíveis, da época em que vai ser transmitida, e ainda, da base cultural de cada produtor da notícia. Na opinião da pesquisadora, é bastante difícil escolher uma abordagem que agrade a todos.

Há outra questão relevante, que diz respeito à neutralidade e à imparcialidade jornalísticas. Ressalta-se que o fato, em si, é diferente do fato

noticioso. Desde o momento da sua captação, o fato já está sofrendo influências. Mas, na opinião da futura jornalista, ainda assim é possível construir um fato noticioso o mais próximo possível da realidade e fidedigno aos valores da carreira jornalística. Para a acadêmica, esse é o compromisso que deve ser cumprido por todos os jornalistas.

O tema desta pesquisa contribui para a comunicação, ao mostrar algumas dificuldades e fatores que influenciam a decisão sobre a veiculação de determinados conteúdos. Desta forma, a pesquisadora deixa como uma sugestão para outros estudantes ou para a redação do Jornal do Almoço de Caxias do Sul, aplicar esta pesquisa com outros tipos de públicos.

Pensando na forma como os estudantes perceberam a construção da notícia, outra sugestão a ser levantada nesta pesquisa diz respeito à grade de disciplinas no Curso de Comunicação Social – Jornalismo. Para que os alunos entendam como as pessoas recebem as notícias, assim como todo o processo que transforma um fato em fato noticioso, seria interessante que disciplinas com este tipo de conteúdo fossem oferecidas ou que estes assuntos fosse alvo de mais discussões e reflexões ao longo do curso.

A pesquisadora também deseja, com essa pesquisa, chamar a atenção sobre a importância de se fazer um estágio durante o curso. É preciso ter em mente que só um estágio em uma empresa jornalística vai mostrar aos estudantes como é a rotina diária de uma redação. Fazer um estágio vai fazer com que os futuros jornalistas compreendam como é o dia a dia de um jornalista, as pressões que sofrem, como também as influências sobre a construção de uma notícia. Na opinião da pesquisadora é importante que estas questões sejam compreendidas antes que os estudantes terminem o curso, pois esta é a “hora de tirar todas as dúvidas”. Afinal, como apontado ao longo desta pesquisa, as reportagens veiculadas pelos programas também têm responsabilidade sobre a formação cultural e ideológica dos indivíduos.

Ao mesmo tempo, o mercado e seus profissionais precisam dedicar mais atenção à reflexão jornalística, ao invés de se submeterem, com tamanha disposição, às pressões do tempo e de suas rotinas nas redações.

REFERÊNCIAS

Livros

ADORNO, Theodoro. **Mínima Moralía: arte e comunicação**. Lisboa. Edições 70, 1945.

_____. In: CONH, Gabrie I(org.). **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Nacional, 1971.

_____. **A indústria cultural**. O iluminismo como mistificação da massa. In: LIMA, Luís Costa. *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som**. Um manual prático. Tradução de Pedrinho A, Guareschi. Editora Vozes, Petrópolis, 2003.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOCCATO, V. R. C. **Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação**. Rev. Odontol. Univ. Cidade São Paulo, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1997.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Pesquisa participante**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

CAMBRUZZI, Liliana Cainelli. **A televisão como veículo na disseminação da história**. Caxias do Sul, 2008.

CANNITO, Newton Guimarães. **A TV 1.5 – A televisão na era digital**. São Paulo, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAUÍ, Marilena. **O que é Ideologia**. São Paulo Editora Brasiliense, 1980.

COELHO, Teixeira. **O que é Indústria Cultural**. São Paulo. Editora Brasiliense, 1980.

CURADO, Olga. **A notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. **Comunicação e Recepção**. São Paulo, Hacker Editores, 2005.

JACKS, Nilda; TOALDO, Mariângela. **Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção**. Editora Insular, Santa Catarina, 2013.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. Editora Atlas S.A., São Paulo, 1999.

GRUPO RBS. **Guia de ética e autorregulamentação jornalística**. Porto Alegre: RBS Publicações, 2011.

GUARESCHI, Pedrinho Arcides. **Comunicação e controle social**. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, T.W. **Temas Básicos de sociologia**. São Paulo, Editora Cultrix, 1973.

LACERDA, Carlos. **A missão da imprensa**. São Paulo. Editora Edusp, 1990.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

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

_____. **A televisão levada a sério**. São Paulo. Editora Senac, 2001.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**. São Paulo: Scipione, 1994.

MANN, Peter H. **Métodos de investigação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1970.

MEDINA, Cremilda de Araújo,. **Notícia: um produto à venda : jornalismo na sociedade urbana e industrial**. São Paulo: Summus, 1978.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. Petrópolis: Vozes, 1995.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em "tempo real": o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro, RJ Revan, 2002.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. 9.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso: princípios & procedimentos**. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009. 100p.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PRIOLLI, Gabriel. Antenas de brasilidade. In: BUCCI, Eugênio. (Org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000.

PONTES, Felipe Simão; SILVA, Gislene. Jornalismo e realidade: da necessidade social de notícia. Revista Galáxia. São Paulo, 2009.

SILVA, Marconi Oliveira da. **Imagem e verdade: jornalismo, linguagem e realidade**. São Paulo: Annablume, 2006.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala: (função e linguagem da televisão no Brasil)**. 6. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

SOUZA, José Carlos Aronchi. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre: Edipucrs, 2000.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 7.ed. Lisboa, Portugal: Presença, 2002.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. Editora Ática, 1996.

_____. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. Editora Ática, 1990.

Meio eletrônico

ADORNO, Theodor. HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Acesso em 23/10/2014. Disponível em <<https://onedrive.live.com/view.aspx?resid=71B7E7833E24C047!677&ithint=file%2c.pdf&app=WordPdf&authkey=!AHvSetao74ZLWdl>>

ANDRELO, Roseane. **A televisão e a prática do zapping: interatividade com a audiência**. Acesso em 25/04/2015. Disponível em <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/viewFile/37560/40274>>

BLESSA, Regina. **Conceitos merchandising**. Acesso em 22/05/2015. Disponível em <<http://www.blessa.com.br/merchandising/conceitos/>>

BORBA, Julia. **Troca de transmissão de TV analógica pela digital começa em novembro**. Folha de São Paulo, São Paulo. 07 de abril de 2015. Acesso em 26/04/2015. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/04/1613264-troca-da-transmissao-analogica-pela-digital-comeca-em-novembro.shtml>>

DEJAVITE, Fábila Angélica. **A notícia *light* e o jornalismo de infotimento.** Acesso em 21/04/2015. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf>>

DIAS, Cláudia Augusto. **GRUPO FOCAL: técnica de coleta de dados em pesquisas qualitativas.** S.D. Acesso em 21/05/2014. Disponível em <https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/1255610/mod_resource/content/0/Tecnicade_coleta_deDados.pdf>

Dicionário Online Aurélio. Acesso em 18/04/2015. Disponível em <<http://www.dicionariodoaurelio.com/hibrido>>

Dicionário Online de Português. Acesso em 09/12/2014. Disponível em <<http://www.dicio.com.br/fato/>>

Estimativa do crescimento da população brasileira. Acesso em 01/04/2015. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Demografia_do_Brasil>

GANEM, Ângela. **Adam Smith e a explicação do mercado como ordem social: uma abordagem histórico-filosófica.** Acesso em 26/10/2014. Disponível em <http://www.ie.ufrj.br/images/pesquisa/publicacoes/rec/REC%204/REC_4.2_01_Adam_smith_e_a_explicacao_do_mercado_como_ordem_social.pdf>

Glossário Jornalismo e Produção em TV. Acesso em 31/05/2015. Disponível em <<http://www.sitetj.jor.br/glossario.asp>>

GRUPO RBS. Acesso em 29/03/2015. Disponível em <<http://www.gruporbs.com.br/nossa-historia/>>

História da Televisão Brasileira. Acesso em 29/03/2015. Disponível em <www.tudosobretv.com.br/histortv>

IBOPE. **TV aberta segue como o meio de maior penetração na América Latina.** Acesso em 09/12/2014. Disponível em <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/TV-aberta-segue-como-o-meio-de-maior-penetracao-na-America-Latina.aspx>>

iNEWS. Acesso em 31/05/2015. Disponível em <<http://www.avid.com/br/products/inews>>

Jornalismo Unip Marquês. **Edição gaveta.** Acesso em 08/06/2015. Disponível em <<https://unipmarques.wordpress.com/edicao-de-materia-de-gaveta/>>

KLIGIN, Sergio. **As 7 tendências mais quentes em termos de consumo de mídia no Brasil.** Acesso em 18/03/2015. Disponível em <<http://brasillink.usmediaconsulting.com/2014/04/as-7-tendencias-mais-quentes-em-terminos-de-consumo-de-midia-no-brasil/>>

MORAES, Thiago. **Mini Glossário do telejornalismo.** Acesso em 25/05/2015. Disponível em <<http://teleblognews.blogspot.com.br/2013/01/mini-glossario-do->

telejornalismo.html>

O Infográfico. Acesso em 19/05/2015. Disponível em <http://penta2.ufrgs.br/edu/ImagemEduc/o_infografico.html>
OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. **Pesquisa Brasileira de mídia 2014.** Brasília: SCSPR, 2014. Acesso em 10/03/2015. Disponível em <<http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>>

OLIVEIRA, Maria Eduarda. **Evolução da Televisão.** Acesso em 01/04/2015. Disponível em <<https://dgcomunicacaodigital.wordpress.com/2013/08/11/evolucao-da-televisao/>>

PEDREIRA, Adalto et al. **Consumo e Identidade:** reflexão sobre a indústria cultural e sua influência no cotidiano. Acesso em 28/03/2015. Disponível em <<https://psicologado.com/psicologia-geral/consumo-e-identidade-reflexao-sobre-a-industria-cultural-e-sua-influencia-no-cotidiano>>

PINHO NETO, Julio A. S. de. **Novos Protocolos de Recepção da Comunicação nas Redes Digitais.** Acesso em 31/03/2015. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/760abfa9f8094cd3e0f51737302d58f7.pdf>>

RBS TV. **Jornal do Almoço.** Acesso em 14/10/2014. Disponível em <<http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/noticia/2011/12/jornal-do-almoco.html>>

REDE TUPI. Acesso em 25/04/2015. Disponível em <<http://redetupitv.blogspot.com.br/>>

TRAD, Leny A. Bomfim. **Grupos focais:** conceitos, procedimentos e reflexões baseadas em experiências com o uso da técnica em pesquisas de saúde. Acesso em 02/12/2014. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-73312009000300013>

UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO. **Manual de Redação.** Acesso em 02/06/2015. Disponível em <<http://jornal.metodista.br/tele/manual/glossario.htm>>

VIEIRA, Erika; PROCÓPIO, Mariana. **Entretenimento e informação no programa Encontro com Fátima Bernardes.** Acesso em 15/04/2015. Disponível em <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-0209-1.pdf>>

WIKIPÉDIA. **RBS TV Caxias do Sul.** Acesso em 23/05/2015. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/RBS_TV_Caxias_do_Sul>

ANEXOS

ANEXO A – CD COM EDIÇÕES DO JA CAXIAS DO SUL

ANEXO B – CD COM RELATOS DO GRUPO FOCAL

ANEXO C – PROJETO DE MONOGRAFIA