

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO – UPF
FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

EMÍLIO SCHUH DE ARRUDA

ANÁLISE DAS NOTÍCIAS LOCAIS DO JORNAL DO ALMOÇO

PASSO FUNDO

2012

EMÍLIO SCHUH DE ARRUDA

ANÁLISE DAS NOTÍCIAS LOCAIS DO JORNAL DO ALMOÇO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo pela Universidade de Passo Fundo.

Orientadora: Prof. Me. Maria Joana Chiodelli Chaise

PASSO FUNDO

2012

“Seja você quem for, seja qual for à posição social que você tenha na vida, a mais alta ou a mais baixa, tenha sempre como meta muita força, muita determinação e sempre faça tudo com muito amor e com muita fé em Deus, que um dia você chega lá. De alguma maneira você chega lá”.

Ayrton Senna da Silva

AGRADECIMENTOS

Em grande parte da vida, a gente acaba conhecendo inúmeras pessoas que de alguma maneira ou outra nos deixaram algum ensinamento, seja ele positivo ou negativo.

Para as pessoas que passaram e continuam em minha vida, eu agradeço pelo simples fato de existirem e acreditarem no meu esforço e na minha capacidade, por isso, eu dedico este trabalho a vocês. E agradeço com muito carinho e amor, aos meus pais, Luís e Isabel que me incentivaram, estiveram sempre ao meu lado, e me proporcionaram todo o aporte necessário para que eu pudesse crescer profissionalmente e acima de tudo pessoalmente.

A minha namorada Aline, que me ajudou ao longo de toda esta trajetória, e que compreendeu os momentos em que eu estava ausente na realização deste trabalho, obrigado pelo companheirismo, amor, carinho e confiança.

Aos meus amigos Rodrigo e Alessandro. Obrigado por todo apoio ao longo desses anos de eterna parceria.

A minha amiga, ex-chefe, professora e orientadora, professora Me. Maria Joana Chaise, que muito antes de aceitar a proposta de ser minha orientadora já era uma amiga que fez com que eu aprendesse muito com a profissão e me incentivou no estágio da Assessoria de Imprensa da Universidade, onde eu realmente conheci a profissão de jornalista. Obrigado por orientar-me com maestria.

E é claro, agradeço a todos os meus familiares, aos meus colegas, ex-colegas tanto de faculdade, quanto de estágio e de trabalho, e amigos pessoais pelo companheirismo e dedicação para que eu chegasse até aqui.

RESUMO

ARRUDA, Emílio Schuh de. **Análise das notícias locais do Jornal do Almoço**. Passo Fundo. 2012. 45f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Jornalismo). UPF, 2012.

O presente trabalho de conclusão de curso tem como objetivo principal analisar os valores-notícia utilizados na seleção de matérias do Jornal do Almoço de cobertura da RBS TV Passo Fundo e que ganham visibilidade para todo o estado do Rio Grande do Sul. Analisaram-se, dentro de um período estabelecido de 24 programas, quais são as notícias que ganham visibilidade no mesmo jornal a nível estadual e os principais dias em que elas são veiculadas. Além disso, buscou-se compreender a edição realizada nas notícias da região de Passo Fundo para ganharem repercussão no Estado. Para colocar em prática esse estudo, foi apresentada a história do Jornal do Almoço, o qual faz parte do almoço de muitos gaúchos há décadas. Ainda, estudaram-se os conceitos de Mauro Wolf, José Carlos de Melo, Felipe Pena, dentre outros. A metodologia eleita é a análise de conteúdo. Os principais resultados demonstram que os principais valores-notícias contidos nas notícias da região de Passo Fundo são atualidade, importância e negatividade.

Palavras-chaves: Telejornalismo. Jornal do Almoço. Seleção de Notícias. Valores-notícia.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	06
1 HISTORIA DO TELEJORNALISMO NO BRASIL.....	08
1.1 TV E TELEJORNALISMO REGIONAL.....	11
2 CONSTRUÇÃO E SELEÇÃO DA NOTÍCIA.....	15
2.1 CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE E VALORES NOTÍCIA.....	18
2.2 GÊNEROS E FORMATOS DO JORNALISMO TELEVISIVO.....	22
3 METODOLOGIA DE PESQUISA.....	26
3.1 APRESENTAÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA.....	27
3.1.1 História da RBS TV.....	28
3.1.2 RBS TV Passo Fundo.....	28
3.1.3 Jornal do Almoço.....	29
4 ANÁLISE.....	31
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
REFERÊNCIAS.....	44

INTRODUÇÃO

Com o surgimento de tantas novas tecnologias no século XXI, a televisão continua sendo um dos meios de comunicação com a maior cobertura e audiência entre os telespectadores. De acordo com dados do IBOPE, em 2008, 93% das residências brasileiras possuíam aparelhos de televisão.

Percebe-se que os telespectadores têm dentro de si uma cultura muito forte ligada com sua região, com suas tradições e seus costumes. Sendo assim, o noticiário regional de televisão tem uma atuação marcante e significativa na vida de milhares de pessoas. Porque é através deste meio, que a comunidade pode ter “voz”.

Quando faz referência à imprensa, Borin (1992) diz que a regional está muito mais próxima dos conhecimentos locais e se expressa através de uma linguagem adequada ao seu público. Se souber se identificar, então, com o público, sem repetir formas e expressões da grande imprensa, estará colaborando para o desenvolvimento do país.

Chegado à hora de concluir o curso, é chegada à hora também de escolher o trabalho de conclusão. Nunca fiz estágio em algum setor relacionado à televisão, mas, sempre tive interesse em conhecer melhor os critérios utilizados na construção de uma reportagem. Pensei então estudar o Jornal do Almoço, noticiário da RBS TV, filiada da Rede Globo. Um programa com mais de 40 anos que faz parte do almoço de milhares de gaúchos, o qual acompanho desde a infância.

O problema de pesquisa que quero demonstrar neste trabalho é: Quais são os valores-notícia que fazem com que uma notícia da região de Passo Fundo ganhe visibilidade em todo o Estado do Rio Grande do Sul, por meio do Jornal do Almoço?

O objetivo geral deste trabalho é analisar os valores-notícia de seleção das notícias exibidas no noticiário local que ganham repercussão no Estado. Além disso, pretende-se verificar como esta notícia é produzida para ser transmitida em sua região de origem e como é editada quando ganha repercussão para todo o Estado, especialmente no que diz respeito ao tempo da matéria e ao dia de exibição na semana.

O período analisado neste trabalho é de 24 de setembro de 2012 a 20 de outubro do mesmo ano, escolhido aleatoriamente, somando um total de 24 programas que foram ao ar pelo Jornal do Almoço. Os materiais para a análise foram coletados no site do noticiário onde são disponibilizados todos os vídeos.

No primeiro capítulo deste trabalho, é apresentada uma breve recuperação da história do telejornalismo no Brasil e o telejornalismo regional, bem como seu surgimento e os principais conceitos de alguns autores estudados neste trabalho. No segundo capítulo traremos conceitos de produção da notícia, sua função e como pode ser usada como forma de conhecimento, além de alguns conceitos de gêneros jornalísticos, critérios de noticiabilidade e valores-notícia. No terceiro capítulo será apresentado o objeto de pesquisa e, no último capítulo, a análise dos programas analisados e seus respectivos valores-notícia, de acordo com conceitos de Mauro Wolf (1994). É necessário ainda esclarecer que foram selecionadas para esta análise os programas cujas matérias da região de abrangência da RBS TV Passo Fundo foram veiculadas para todo o estado. Quando uma matéria era percebida em nível estadual, se avaliava o programa todo para verificar se ela também foi veiculada para a região e quais as diferenças de edição da matéria (em nível regional comparada à exibida em nível estadual).

1 TELEJORNALISMO NA TV

Para começar este trabalho, irá ser apresentado uma breve história do telejornalismo no Brasil, suas principais mudanças e seus principais precursores que fizeram a história do telejornalismo no brasileiro. Essa história iniciou no dia 18 de setembro de 1950, com a antiga TV Tupi, canal 6 de São Paulo, primeira emissora de TV do país. Dois dias depois, ia ao ar o seu primeiro telejornal, chamado de Imagens do Dia, que mostrava imagens brutas, sem edição dos acontecimentos daquele dia.

Com locução em off, um texto em estilo radiofônico, pois o rádio era o modelo que se tinha na época. Entrava no ar entre as nove e meia e dez da noite, sem qualquer preocupação com a pontualidade. O formato era simples: Rui Resende era o locutor, produtor e redator das notícias, e algumas notas tinham imagens feitas em filme preto e branco, sem som. (PATERNOSTRO, 1999: 35).

Logo a TV Tupi, criou mais um noticiário, ocupando o espaço deixado pelo telejornal Imagens do Dia. Em janeiro de 1952, chega o Telenotícias Panair, com uma estrutura mais avançada e com horário fixo.

Mas ainda assim, o telejornal daquela época deixava a desejar. O rádio tinha seu espaço muito mais valorizado do que a televisão. O primeiro telejornal a fazer sucesso na televisão brasileira foi lançado em abril de 1953, na Tupi do Rio de Janeiro, onde surge o telejornal considerado o mais importante da década de 50 e lembrado até hoje pelos meios acadêmicos de jornalismo, o Repórter Esso. O jornal era feito por notícias nacionais e internacionais e era apresentado por Gontijo Teodoro. Para ter mais visibilidade, naquele mesmo ano, ele começou a ser transmitido, também, pela TV Tupi de São Paulo. Segundo Rezende (2000), os telejornais daquela época eram feitos basicamente de notícias apresentadas direto do estúdio, pois os profissionais encontravam muitas dificuldades em se

fazer coberturas externas, e também, devido a pouca tecnologia existente para a década de 50. Em termos visuais, os telejornais eram semelhantes, onde tinha uma cortina de fundo, uma mesa e uma cartela com o nome do patrocinador.

A década de 60 foi um marco para os telejornais no Brasil. Foi neste período que as emissoras de televisão passaram a intensificar os telejornais em suas grades de programação. Foi nesta época também, que surgiram os primeiros programas de auditório, humorísticos e musicais. Mas, o que realmente marcou uma nova fase nos telejornais e até mesmo na televisão, foi à chegada do videoteipe, que revolucionou e registrou a inauguração da nova capital do Brasil, a cidade de Brasília.

Para marcar essa nova fase, em 1962, a TV Excelsior lança o Jornal de Vanguarda. Onde os jornalistas eram os produtores do jornal e na sua apresentação havia cronistas especializados em cada editoria, como, Newton Carlos, Villas-Boas Correia, Millôr Fernandes, João Saldanha, Gilda Muller e Stanislaw Ponte Preta, com seus comentários satíricos sobre a realidade brasileira, entre outros. Surgiam também as vozes de Luis Jatobá e Cid Moreira que marcavam e complementavam a qualidade do telejornal. Não apenas oriundos do rádio, os apresentadores, passaram a vir também dos jornais impressos.

A qualidade jornalística desse noticiário causou um impacto enorme pela originalidade de sua estrutura e forma de apresentação distinta de todos os demais informativos daquela época [...] (REZENDE, 2000, p.107).

Na década de 60, o Brasil encara o golpe militar. Então no ano de 1964, o telejornalismo acaba enfraquecendo devido à ditadura quando o então presidente Jango, após um discurso inflamado no Rio de Janeiro, determinou a reforma agrária e a nacionalização das refinarias estrangeiras de petróleo.

Imediatamente, a elite reagiu, o clero conservador, a imprensa, o empresariado e a direita em geral organizaram, em São Paulo, a "Marcha da Família Com Deus pela Liberdade", que reuniu cerca de 500 mil pessoas, causando o golpe militar. Em razão disso, o Jornal de Vanguarda acaba saindo do ar, por decisão de sua própria equipe, após o Ato Institucional nº5.¹A partir de então os telejornais brasileiros passaram a copiar o modelo norte-americano, dispensando a participação de jornalistas como apresentadores.

¹O AI-5 (Ato Institucional número 5) foi o quinto decreto emitido pelo governo militar brasileiro (1964-1985). É considerado o mais duro golpe na democracia e deu poderes quase absolutos ao regime militar.

Os avanços técnicos daquela época, como videoteipe, câmeras de estúdio mais ágeis, a lente zoom em substituição à torre de lentes, fizeram com que, os programas de auditório, novelas, passassem a atingir de forma significativa as emissoras de televisão, e os telejornais ainda estavam engessados devido à ditadura.

No final dos anos 60 e início dos anos 70 surge um novo marco no telejornalismo brasileiro, transmissão em cores, mais precisamente em setembro de 1969, com a criação do Jornal Nacional, da Rede Globo, e o fim do Repórter Esso, da programação da TV Tupi, em dezembro de 1970. O Jornal Nacional foi o primeiro telejornal em rede nacional a transmitir imagens ao vivo e em cores, produzido no Rio de Janeiro e transmitido, ao vivo, para as cidades de, São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba e Brasília, e tinha como objetivo concorrer diretamente com o Repórter Esso, da TV Tupi que já estava encerrando suas atividades.

Na década de 70, a TV Bandeirantes, de São Paulo, cria o jornal Titulares da Notícia, ea TV Cultura de São Paulo, leva ao ar o telejornal A Hora da Notícia, que traz um novo jeito de se fazer telejornalismo no Brasil. Na década de 70, começam a surgir novos aparelhos técnicos, a Rede Globo é uma das que aproveita esse momento e imprime uma qualidade em suas produções.

Claro que não foi a Globo que criou o telejornalismo, mas foi ela que eliminou o improviso, impôs uma duração rígida no noticiário, copidescou não só o texto como a entonação e o visual dos locutores, montou um cenário adequado, deu ritmo à notícia, articulando com excelente “timing” texto e imagem (pode ser que você não se lembre, mas com a Globo começamos a assistir a esta coisa quase impossível: os programas entrarem no ar na hora certa). (PIGNATARI apud REZENDE, 2000, p.113-114).

Nos anos 70, surge também na Rede Globo o Fantástico, conhecido como, Show da Vida, que iniciou a sua história mais precisamente em 1973. Criado por José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o programa era uma combinação homogênea de entretenimento e jornalismo e se traduziu numa mudança na programação televisiva para as noites de domingo.

Saindo dos anos 70, e entrando na década de 80, a televisão passa por uma era de perdas e ganhos. Em agosto de 1980 chegam ao fim às transmissões da TV Tupi, e conseqüentemente, os brasileiros passam a acompanhar o surgimento do SBT (1981), do empresário, radialista e já conhecido apresentador da TV, Sílvio Santos; e a Rede Manchete, do grupo Bloch (1983). Segundo Casoy apud Rezende (2000) o objetivo dos militares com as novas concessões era diminuir o poder político exercido pela TV Globo.

Em setembro de 1988, o SBT levava ao ar o Telejornal Brasil (TJ Brasil), primeiro noticiário brasileiro que traz a figura do âncora. “O jornalista que dirige, apresenta e comenta as notícias do jornal” (PATERNOSTRO, 1999, p.37). Quem apresentava o TJ Brasil, era o jornalista Boris Casoy. Ao longo da década de 80, outros telejornais acabam “copiando”, o modo de fazer telejornalismo com um âncora.

Também na década de 80, surge a primeira TV por assinatura. E em 1996, é inaugurado o primeiro canal de notícias 24 horas, a Globo News, que passa a introduzir um novo método de telejornalismo, com uma programação 24 horas de notícias. Mas as inovações não param por aí, com a chegada de novas tecnologias, a televisão passou a ser digital, recentemente em 2007. A alta definição nas imagens, e toda a interatividade fizeram com que milhares de brasileiros buscassem cada vez mais um produto de qualidade.

Desde o seu surgimento, nos anos 50, até os dias de hoje, a televisão, e o telejornalismo, passaram por inúmeros processos de qualidade que fizeram com o telespectador pudessem acompanhar transmissões de todos os lugares do mundo em tempo real e a cores. Por isso, que não é a toa que este aparelho, está presente na casa de milhares de brasileiros. É importante depois de conhecer brevemente a história do telejornalismo brasileiro, conhecer também um pouco sobre outra importante ferramenta do telejornalismo, que são as notícias locais e o envolvimento com a palavra chamada região.

1.1 TV E TELEJORNALISMO REGIONAL

Neste subcapítulo, após apresentar uma breve retrospectiva do telejornalismo no Brasil, será apresentado um pouco dos conceitos da TV e do telejornalismo regional, um importante instrumento de notícia para determinada localidade, grupo, ou comunidade. Para estar informado sobre tudo que acontece, as pessoas, acabam criando uma identidade regional muito forte, seja com sua cidade ou os municípios vizinhos. Uma forma de estar inserido nessas comunidades é saber o que de fato está acontecendo todos os dias na região. Para isso, milhares de pessoas acompanham diariamente os chamados jornais locais, que são produzidos especialmente para dar voz às notícias mais importantes que acontecem naquela determinada região de abrangência. Por isso, tão importante quanto saber o que está acontecendo no Brasil e no mundo é saber também o que de mais importante está acontecendo em sua região. Com o telejornalismo regional, as pessoas tomam conhecimento das notícias da cidade, de seu bairro,

de sua região. Mas, para compreender um pouco sobre esse aspecto, é preciso saber o que dizem os autores sobre o tema região.

Bourdieu (1989) pensa o regional como um campo, com representações mentais como língua, sotaque, dialeto, etc, onde existem também as representações objetais em coisas como emblemas, bandeiras, hinos, indumentárias, e em atos-estratégia de manipulação simbólica, como o objetivo de determinar representações mentais que funcionam na prática e são orientadas para a produção de efeitos sociais. Já Côrrea (1991) esclarece que o termo regional não é apenas na geografia, mas está inserido no linguajar do homem comum e, nos dois casos está ligado a noção fundamental de diferenciação de área. Bazi (2001) considera a TV regional, como aquela que transmite seu sinal a uma determinada região e que sua programação esteja voltada para essa mesma região.

Mesmo que os assuntos que abordam telejornalismo regional sejam um pouco escassos, os autores citam que as TVs regionais estão ligadas à identidade dos telespectadores, que estão envolvidos com o local que residem. Como salienta Bazi (2001), que é por meio da TV regional que o público possui a oportunidade de se ver retratado na frente da televisão. Bazi (2001) ainda afirma que a regionalização da programação da TV é o fator fundamental de sobrevivência das emissoras do país. Neste contexto, de acordo com Sousa (2006), o conceito da palavra regional não pode ser pensado somente pelo consenso imposto pela dimensão de espaço, uma vez que há fatores políticos, econômicos, culturais, sociais e tecnológicos.

Quando se busca uma referência do que vem a ser “regional”, apresenta-se imediatamente uma suposta equivalência entre o “regional” e o “local”. Esta é uma abordagem complementar à discussão entre global e regional, que tem propriedade de desvincular a noção de “regional” da sua nova significação dada pela modernidade-mundo, da oposição ao “global”, em que o “regionalismo” tem sido apresentado como um subproduto do “globalismo” (SIMÕES, 2006, p. 24).

No universo da televisão, é possível observar a necessidade de estabelecer uma identidade muito forte com o público. E a regionalização pode ser um caminho para isso, uma vez que mesmo tendo notícia em nível global, as pessoas necessitam de informações que estão próximas da sua realidade, ou seja, elas precisam ter notícias sobre o que está acontecendo no ambiente em que vivem. Por isso existe um aumento das emissoras regionais que desde os anos 70 surgem no Brasil, e estão ligados diretamente à identidade e às necessidades naturais de informação dos telespectadores.

De acordo com Simões (2006), não existe no Brasil um conceito apenas para caracterizar o termo “TV regional”, embora o modelo reconhecido como “regional” é o das redes regionais afiliadas às grandes emissoras.

De acordo com a legislação atual, uma rede nacional pode ter 10 estações de TV de sua propriedade, sendo que as demais seriam emissoras afiliadas. O objetivo é evitar a formação de monopólios e valorizar as culturas regionais por meio da regionalização da programação, visando a promover a identificação e integração comunitárias. (BAZI, 2001, p.26).

É importante conhecer o que a Constituição Federal de 1988, diz a respeito da regionalização na programação nos veículos de comunicação.

A Constituição Federal de 1988, em seu artigo 221, prevê a regionalização da programação cultural, artística e jornalística das emissoras de Rádio e TV;

1. Preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
2. Promoção da cultura nacional e regional e estímulo a produção independente que objetive sua divulgação;
3. Regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
4. Respeito aos valores éticos e sociais, da pessoa e da família;

Para Campos (2005), retratar os assuntos locais é muito importante, pois os telespectadores podem ver os acontecimentos da sua cidade e região sendo transmitidos diariamente e também têm a opção de ver os assuntos que se referem aos acontecimentos que ocorrem no Brasil e no mundo por meio da rede nacional. O telejornalismo regional é onde as notícias sobre o dia a dia da população são apresentadas, tornando a informação mais próxima de quem o assiste e preservando a identidade do local e da comunidade. Nesta esfera, o público tem a oportunidade de ver sua rotina na TV e de conseguir, talvez, uma possível explicação para suas indagações ou se sentir mais próximo de seus direitos.

O jornalismo local é aquele que retrata a realidade regional ou local, trabalhando, portanto, a informação de proximidade. O meio de comunicação local tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais etc. Por vezes, se cerca de distorções, como as que têm origem em vínculos com interesses político-partidários e econômicos, mas, mesmo acarretando vieses de informação, acaba contribuindo na divulgação de temas locais. Está num contexto vantajoso para o leitor ou telespectador, ou seja, a proximidade da informação. As pessoas acompanham os acontecimentos de forma mais direta, pela vivência ou presença pessoal, o que possibilita o confronto entre os fatos e sua versão midiática de forma mais natural. (PERUZZO, 2005, p. 7).

As notícias apresentadas no telejornal regional possuem características adequadas e coerentes para atrair o telespectador, ou seja, são informações que possuem raízes locais contextualizadas em assuntos globais e que possuem interesse para a comunidade. Em função disso, segundo Bazi (2001), a linguagem do canal deve ser universal. Já o assunto, voltado para a região.

Entendemos por informação de proximidade aquela que expressa as especificidades de uma dada localidade, que retrate, portanto, os acontecimentos orgânicos a uma determinada região e seja capaz de ouvir e externar os diferentes pontos de vista, principalmente a partir dos cidadãos, das organizações e dos diferentes segmentos sociais. Enfim, a mídia de proximidade caracteriza-se por vínculos de pertença, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade e não apenas com as forças políticas e econômicas no exercício do poder. (PERUZZO, 2005, p. 8).

Portanto, é importante para uma região ter uma TV regional, que contemple as notícias que se referem a sua comunidade. Mas com a grande quantidade de informação que chega aos meios de comunicação, algumas destas notícias precisam ser selecionadas e por isso as produções de jornais utilizam os critérios de noticiabilidade para classificar as notícias. Estes critérios formam os valores-notícias que determinarão se aquele acontecimento é apenas um fato ou poderá ser uma notícia. Um desses critérios mais relevantes é a proximidade da notícia em relação ao público, o que valoriza o trabalho das emissoras de televisão regional. E é exatamente sobre isso que será apresentado o próximo capítulo, como funciona a construção e a seleção das notícias que chegam até as pessoas.

2 CONSTRUÇÃO E PRODUÇÃO DA NOTÍCIA

No capítulo anterior foi apresentado um breve histórico dos principais pontos do telejornalismo brasileiro e do telejornalismo regional. Neste capítulo, serão analisadas as notícias, como funciona sua construção, sua produção, e os critérios que determinam a importância que a imprensa dará ao fato, a partir dos conceitos de noticiabilidade e valores-notícia.

Para compreendermos o que alguns autores falam sobre notícia é preciso conhecer os principais conceitos. A notícia, segundo Luiz Amaral (1986), é a matéria prima do jornalismo. Para o autor, “ela é tudo que o público necessita saber, tudo que o público deseja falar”. Ele afirma ainda que ela é “a inteligência exata e oportuna dos acontecimentos, descobertas, opiniões e assuntos de todas as categorias que interessam aos leitores” (AMARAL, 1986, p. 43).

Nos dicionários, o termo notícia, do latim *notitia*, aparece como: informação, notificação, conhecimento, observação, apontamento, nota, resumo de um acontecimento, escrito ou exposição sucinta de um assunto qualquer, novidade, nova, nota breve sobre um assunto, lembrança (FERREIRA, 1986, p.1200). Mas ela pode também ser tudo isso em conjunto ou cada item isoladamente. O estudo da notícia faz parte da área de pesquisa em comunicação que se dedica a examinar os processos de produção dos meios, ou *newsmaking*, como é denominado por alguns estudiosos.

Segundo Wolf o *newsmaking* é o termo que traduzido significa processo de construção da notícia, da matéria jornalística.

Essa abordagem articula-se principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional do jornalista e a organização do trabalho e dos processos produtivos. As conexões e relações existentes entre os dois aspectos constituem o ponto central deste tipo de pesquisa. (WOLF, 2002, p.188).

As notícias podem ser classificadas sob vários aspectos, como destaca a professora Thaís de Mendonça Jorge.

As notícias podem ser classificadas por sua forma de apresentação, pelo conteúdo, pela estrutura – e segundo distintos ângulos de observação, como, por exemplo, a notícia em cada um dos meios de comunicação (rádio, jornal, revista, TV, internet). Elas podem ser objeto de consumo (mídia para as agências de publicidade, matéria paga nos veículos ou resultado de transações comerciais entre empresas); unidade discursiva (na literatura, retórica, ou lingüística); ou forma de transmissão cultural (na sociologia). No jornalismo, a notícia, além de aparecer como sinônimo de comunicação, informação, ainda é um gênero, por contraposição a outros (reportagem, artigo, coluna), e uma unidade básica de produção, que engloba um determinado *modus faciendi*, obedece a regras e oferece um certo resultado: o relato publicado. (JORGE, p. 02)

Marcondes Filho (1986) lembra que notícia é o “anormal” que interessa aos donos da imprensa:

Notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Além do mais, ela é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político (p.13).

Neste caso, a tarefa de um jornalista requer muita atenção, pois todos os dias inúmeros fatos chegam até as redações do mundo todo para serem divulgados ao público, mas uma pequena parte destes acontecimentos acaba virando notícia e adquirindo visibilidade. Por esse motivo é que muitos telespectadores podem se perguntar qual é o critério dos profissionais da comunicação para escolher quais fatos devem ou não virar notícia? Esta pergunta pode estar no pensamento de leitores, telespectadores e do grande público em geral. Oferecer uma resposta a ela não é uma tarefa muito simples. De acordo com Pena (2005) revelar o modo que as notícias são produzidas é mais do que a chave para compreender o seu significado, é contribuir para o aperfeiçoamento democrático da sociedade.

No jornalismo de televisão, esse trabalho de descortinamento deve ser ainda mais intensificado. Na TV, sob o império da visualização, somos escravos da superficialidade. Organizada no tempo e não no espaço, a notícia televisiva sofre com mais intensidade os efeitos da velocidade. O “furo de reportagem” não espera a edição do dia seguinte, deve ser veiculado na hora, ao vivo e em cores. (PENA, 2005, p.71)

Alfredo Vizeu entende a notícia como “uma representação social da realidade cotidiana, um bem público, produzido institucionalmente, que submetida às práticas jornalísticas possibilitam o acesso das pessoas ao mundo dos fatos (dia a dia) ao qual não podem aceder de maneira imediata” (VIZEU, 2007). O autor elenca ainda, quais são os principais desafios das empresas de comunicação.

O desafio maior é ter que apresentar um produto finalizado diariamente. O trabalho jornalístico diário é uma atividade prática orientada para o momento do fechamento (deadline). Para dar conta disso, as empresas do campo jornalístico são obrigadas a construir estratégias para fazer face ao desafio colocado pela dupla natureza da sua matéria-prima: 1) os fatos (a matéria prima por excelência do jornalismo) podem surgir em qualquer parte; 2) os fatos podem surgir a qualquer momento; 3) em face de imprevisibilidade, as empresas jornalísticas precisam impor ordem no espaço e no tempo (VIZEU, 2007, p.224).

Na rotina das redações, seja de televisão, jornais impressos, ou rádios, alguns fatores são essenciais para que os profissionais decidam se um fato é ou não de interesse público, ou seja, se ele merece ou não ser tornado público por meio da visibilidade que o veículo tem condições de oferecer. Wolf (2002) trabalha o processo de produção da notícia por meio da teoria do *agenda-setting*, onde o conteúdo jornalístico conduziria o pensamento do receptor e também induziria a forma do pensamento.

Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ao descuro, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm a tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que elas mais influem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída aos acontecimentos, aos problemas e as pessoas (SHAW, 1979, p.96 In WOLF, 2002, p.144).

Com o processo de tornar um fato notícia, ou de narrar os acontecimentos e construir a notícia, surge o conceito de *gatekeeper*, que é traduzido por Wolf como selecionador das notícias. Este conceito foi criado por Kurt Lewin e publicado em 1947. Mas quem ampliou este conceito foi David Manning White, publicando-o na revista *Journalism Quarterly* em 1950. O conceito apresentava o jornalista como o selecionador de notícias, aquele que tem o poder de deixar passar ou bloquear uma informação.

As decisões do *gatekeepers* são tomadas menos a partir de uma avaliação individual da noticiabilidade do que em relação a um conjunto de valores que incluem critérios, quer profissionais, quer organizativos, tais como a eficiência, a produção de notícias, a rapidez (ROBINSON, 1981, apud WOLF, 2002, p. 181).

Após conhecermos a estrutura de produção de notícia, o próximo subcapítulo abordará o ponto estratégico deste projeto, que são os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia.

2.1 CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE E VALORES-NOTÍCIA

Se um cachorro morde um homem, não é notícia, mas se um homem morde um cachorro, aí então é notícia. Dificilmente alguma pessoa ligada à área de comunicação não tenha se deparado com esta frase. Nela podemos entender um pouco o que de fato é notícia, e uma notícia sensacional, fora da realidade comum, do que estamos acostumados a encarar no dia a dia. Mas qual o critério para um fato virar notícia? O que leva a imprensa a selecionar aquele fato para se tornar notícia e não o outro? Neste subcapítulo, serão apresentados os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia, procurando esclarecer de que forma eles podem ser compreendidos nas notícias, visando a análise que será feita no decorrer deste trabalho.

A noticiabilidade e os valores-notícia fazem parte da teoria etnoconstrucionista, que é explicada por Traquina (2004) como “as notícias são um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima num produto”. (TRAQUINA, 2004, p.94). Estes conceitos estão relacionados a uma ideia de construção da notícia, seleção e transformação. Wolf (1999) propõe uma definição inicial ao considerar a noticiabilidade como “um conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos, diversos aspectos para adquirirem a existência pública como notícia” (p.170). O autor ainda explica a noticiabilidade como resultante da cultura profissional e seus valores como também da organização do trabalho. Para alguns autores, os valores-notícia seriam o mesmo que “critérios de noticiabilidade”. Segundo Wolf (1999), a noticiabilidade é constituída pelo:

[...] complexo de requisitos que se exigem para os eventos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do

profissionalismo dos jornalistas, para adquirir a existência pública de notícia (p.195).

Isto é, quando um fato possui determinados requisitos, é passível de transformar-se em notícia. Portanto, os valores-notícia são aqueles estabelecidos a partir de convenções profissionais, conforme Wolf (1999) constitui a resposta a pergunta: “quais os acontecimentos considerados suficientemente interessante, significativos e relevantes para serem transformados em notícia?”

Crítérios de noticiabilidade e valores-notícia são utilizados por uma série de autores que descrevem as qualidades citadas das notícias, para justificar a forma como os profissionais de comunicação realizam a seleção os fatos que serão expostos nos produtos jornalísticos. Se analisarmos a relação dos critérios de noticiabilidade com os valores-notícia, podemos afirmar que o valor notícia é um complemento dos critérios de noticiabilidade por agregar ao conteúdo o real valor dos fatos, adicionando características que qualificam o evento por si. Para entendermos melhor, Wolf (1994) salienta que são necessários alguns requisitos mínimos dos acontecimentos para tornar-se pública uma notícia que gere audiência. Para isso, segundo o autor, existem alguns valores notícia a serem verificados.

Atualidade, que é baseada no fator tempo, sempre em busca de algo atual, que o fato aconteceu recente; Ineditismo que é um fato inédito nunca visto antes, que nunca foi veiculado; Importância agrega um valor de utilidade, que deve ter uma atenção especial a seu conteúdo, está ligada diretamente, com os valores de impacto, intensidade e consequências, ou ainda a posição hierárquica do indivíduo e o número de pessoas envolvidas; Impacto que causa ao telespectador uma reação mais intensa sobre o conteúdo; Intensidade um conteúdo mais ação, persistência no objetivo da matéria, poder de convencimento; Consequências notícia os atos sofridos pelos fatos relatados nas matérias; Serviço sempre quando servir de utilidade pública, contexto que prestam algum serviço a alguém, trazendo dados e tabelas com informações; Emoção quando o contexto causa uma reação mais sentimental ao telespectador; Dramaticidade muito ligada a fatos que descrevem uma história com notícias de mortes, ou dramas vividos por alguém; Suspense quando o contexto deixa perguntas no ar, dúvidas para o telespectador interpretar, na intenção de prender seu público; Excepcionalidade quando um fato representa algo fora do normal, coisas incomuns; Surpresa, quando algo imprevisto acontece, um acidente por exemplo. Mudança, quando um fato toma rumos diferentes o tempo todo; Negatividade, quando o fato apresenta ações de ilegalidade, violência, mortes,

algum ato infracional perante as normalidades; Interesse público, aqueles fatos indispensáveis para o conhecimento da sociedade, como educação, saúde, que fazem parte do cotidiano.

Vizeu (2007) mostra as categorias dos critérios e como são divididos:

Categorias substantivas: *Importância dos envolvidos, quantidade de pessoas envolvidas, interesse nacional, interesse humano, feitos excepcionais.* Nesta categoria, as relações são uma das mais óbvias, pois se classificam de acordo com o grau de importância dos envolvidos e o grau de interesse do público. Elas são subdivididas em:

Importância: Grau hierárquico dos indivíduos envolvidos no fato, “quanto mais o fato disser respeito às pessoas que ocupam uma posição em destaque social, mais possibilidade tem de virar notícia” (VIZEU, 2007, p.225). Impacto sobre a nação e interesse nacional, “diz respeito ao grau de significação e importância de proximidades geográficas, de atingir o imaginário”. (VIZEU, 2007, p.225). Quantidade de pessoas envolvidas no fato, “quanto mais for o número de pessoas envolvidas em desastres, quanto maior for o número de pessoas famosas numa ocasião formal, mais é a visibilidade do fato, e conseqüentemente, maior é o seu valor-notícia”.(VIZEU, 2007, p.225). Relevância e significação do fato quanto à sua potencial evolução e consequência, “fatos que apresentam conseqüências a se desdobrarem num tempo futuro”.(VIZEU, 2007, p.225).

Interesse: A avaliação e categorização desse valor-notícia depende muito da perspectiva que os jornalistas têm da audiência e dos seus interesses.

Algumas categorias deste critério: Histórias de gente comum em situações insólitas, ou histórias de homens públicos surpreendidos no dia a dia de suas vidas privadas. Histórias em que se verifica uma inversão dos papéis. Exemplo é o que foi apresentado antes, de que quando um cão morde um homem, isso não interessa, mas se o homem morder o cão, o fato vira notícia. Histórias de interesse humano, por exemplo, uma mulher da favela, apesar de ter várias dificuldades, que montou uma creche em casa para cuidar dos filhos das mulheres que vão trabalhar. Histórias de feitos excepcionais e heroicos, por exemplo, o bombeiro que coloca sua própria vida em risco para salvar a de outros (VIZEU, 2007, p.226).

Categorias relativas ao produto: *Brevidade, atualidade, novidade, organização interna, qualidade, equilíbrio.* Nesta categoria diz respeito à disponibilidade de materiais e características específicas do produto informativo. “Depende da acessibilidade ao fato, referindo-se à sua localização ou rapidez com que uma equipe pode ser deslocada até o lugar

onde ocorreu, também tem a ver com a possibilidade de tratamento jornalístico”. (VIZEU, 2007, p.226)

Brevidade: o relato deve ser adequado aos limites do noticiário, seja pela dimensão característica do jornal, ou seja, a duração do noticiário.

Atualidade: “há uma relação mecânica e necessária entre a disponibilidade da informação por parte do meio de comunicação de massa e a possibilidade de divulgá-la junto à audiência” (VIZEU, 2007, p.227). Por exemplo, o *deadline*² no telejornalismo, dependendo da importância do fato, pode se estender até o encerramento do locutor. A partir daí, a informação que chega só poderá entrar nos chamados plantões extras.

Atualidade Interna: esse é outro tipo de atualidade e tem a ver exclusivamente com a organização da empresa. “Muitas vezes o profissional dispõe de informação, mas não pode usá-la naquele momento por determinação da própria organização” (VIZEU, 2007, p.226).

Qualidade: o material disponível deve ter um mínimo de qualidade técnica compatível com o veículo que será transmitido. “Isso vale quanto ao ritmo narrativo, ao equilíbrio da ação dramática apresentada, às características do som, imagem, etc” (VIZEU, 2007, p.227)

Equilíbrio: de forma semelhante à categoria anterior, só que mais restritivo, “tem a ver apenas com aquela determinada edição, por exemplo, de um telejornal, onde são mescladas diferentes informações de economia, política, locais” (VIZEU, 2007, p.227)

Categorias relativas aos meios de informação: *Acessibilidade à fonte, formatação prévia, política editorial.* Esta categoria tem a ver com quantidade de tempo usado para a veiculação da informação.

Depende mais do assunto do que como a informação é veiculada. No telejornalismo, por exemplo, a avaliação de noticiabilidade de um fato diz respeito à possibilidade de oferecer um bom material visual, ou seja, imagens que não só correspondam aos padrões técnicos normais, mas que sejam significativas, que ilustrem os aspectos salientes do acontecimento. Outro critério é a frequência, isto é, a acessibilidade à fonte ou ao local do fato pressupõe a possibilidade de continuidade daquela cobertura e, por conseguinte, o planejamento do uso daquelas informações e sua distribuição pelos diferentes espaços ou edições (VIZEU, 2007, p.228).

Categorias relativas ao público: *Plena identificação de personagens, serviço e interesse público, protetividade.* Nesta categoria, os critérios referem-se à imagem que os jornalistas têm do público. “Podemos destacar o interesse público, aquele que informa os serviços que funcionam no feriado, ofertas de empregos etc” (VIZEU, 2007, p.228).

²À hora do fechamento, o horário limite para entregar as matérias para que elas entrem nos jornais.

Protetividade, “procura-se evitar noticiar o que pode causar pânico ou ansiedade desnecessária, por exemplo, acidentes sem detalhes, catástrofes naturais, pestes. Outra restrição muito comum na mídia são as informações sobre suicídio. As empresas entendem que a divulgação pode contribuir para incentivar as pessoas a atentarem contra a própria vida” (VIZEU, 2007, p.228).

Categorias relativas à concorrência: *Exclusividade ou furo, gerar expectativas, modelos referencias.* As empresas de comunicação concorrem entre si e buscam saber, antecipadamente, qual é a pauta do concorrente.

“O objetivo é neutralizar as manobras dos adversários. A exclusividade ou furo, cada veículo busca ser único ou o primeiro a dar determinado fato ou, ao menos, detalhes e desdobramentos do mesmo. Geração de expectativas recíprocas, uma decisão importante sobre a publicação ou não de um determinado fato pode ser decidida sobre a expectativa que o veículo concorrente poderá divulgar aquele mesmo fato. Desencorajamento sobre inovações, os veículos mais tradicionais relutam em narrar fatos que venham a atingir ou contestar os valores pressupostos de seus leitores, desenvolvendo-se, de maneira conservadorista o conteúdo que também pode ser formal. Estabelecimento de padrões profissionais, ou de modelos referenciais, os novos profissionais tendem a copiar os comportamentos dos mais velhos, do mesmo modo que os novos veículos tomam como referência os mais tradicionais, ainda que seja para combatê-los” (VIZEU, 2007, p.229).

A partir dos pontos que os autores fornecem é possível conhecer o que determina a publicação de determinada notícia ou não, especialmente em emissoras de televisão. Pretendemos agora compreender como essas notícias são produzidas, em que formato, quando são apresentadas nos veículos. Os gêneros e formatos televisivos são assunto abordado no próximo subcapítulo.

2.2 GÊNEROS E FORMATOS DO JORNALISMO TELEVISIVO

No Brasil, os gêneros começaram a surgir em 1953 nos cursos de comunicação. Segundo Beltrão (1960), a necessidade dos profissionais de comunicação ter um material didático padrão ao seu dispor justifica o surgimento dos primeiros livros, tratando de gêneros. No início, a classificação se deu entre opinativo, informativo e interpretativo. Neste trabalho, serão apresentadas as informações relativas ao telejornalismo. O telejornalismo é classificado

como um programa que apresenta características próprias e evidentes, com um apresentador em um estúdio chamando matérias e reportagens sobre os fatos mais recentes.

A multiplicidade dos gêneros jornalísticos na cultura brasileira estimula a experimentação dos formatos e das comparações com outras categorias. Marques de Melo (1985), afirma que:

O jornalismo brasileiro tem uma fisionomia entrecortada por múltiplas diretrizes, algumas convivendo contraditoriamente no estilo que nos trouxeram os portugueses, outras que nos chegaram através dos processos de comunicação intercultural implícitos nos movimentos migratórios, e também aquelas que emergiram de situações de dependência tecnológica e econômica, que incluem em seu bojo alterações simbólicas fundamentais. Compreender os gêneros jornalísticos significa, portanto, estabelecer comparações, buscar identidades, indagar procedências. (MELO, 1985, p.235)

Para Beltrão (1960) foi pensando em ensinar um jornalismo mais preciso aos profissionais da comunicação, que o autor destaca além do gênero opinativo, mais dois gêneros, o interpretativo e o informativo. Porém Melo (1985), em sua tese simplifica um pouco os gêneros para o uso mais habitual. Para o autor, o gênero interpretativo é ocupado pela reportagem, pois a imprensa brasileira tem o objetivo de informar e criar opiniões, e não buscar as interpretações obtidas de cada um. Melo (1985) descreve o gênero informativo como aquele que registra os fatos e acontecimento que vão ser noticiados à sociedade, possui uma construção mais trabalhosa, com trabalho de pesquisas. O opinativo é uma forma de aprendizado para o público sobre a opinião do jornalista e autoridades de certos acontecimentos.

Outro pesquisador com incursão no gênero é Manuel Chaparro (1998). Apoiado no referencial teórico de Todorov e Teun Van Dijk, Chaparro questiona os critérios de classificação de seus antecessores para então apresentar a sua. Para isso, considerando as obras brasileiras desses três pesquisadores, temos seguinte classificação:

Luiz Beltrão	José Marques de Melo	Manuel Chaparro
<p>1. Jornalismo Informativo Notícia; Reportagem; História de interesse humano; Informação pela imagem;</p>	<p>1. Jornalismo Informativo Nota; Notícia; Reportagem; Entrevista;</p>	<p>1. Comentário 1.1 espécies argumentativas Artigo; Crônica; Cartas; Coluna;</p>
<p>2. Jornalismo Interpretativo: Reportagem em profundidade;</p>	<p>2. Jornalismo Opinativo: Editorial; Comentário; Artigo;</p>	<p>1.2 espécies gráfico-artística: Caricatura; Charge;</p>
<p>3. Jornalismo Opinativo: Editorial; Artigo; Crônica; Opinião ilustrada; Opinião do leitor;</p>	<p>Resenha; Coluna; Crônica; Caricatura; Carta;</p>	<p>2. Relato: 2.1 espécies narrativas Reportagem; Notícia; Entrevista; Coluna; 2.2 espécies práticas Roteiros; Indicadores; Agendamentos; Previsão do tempo; Cartas-consultas; Orientações úteis;</p>

Tabela 1. Classificação de Beltrão (1980), Melo (1985), Chaparro (1998)

Para este trabalho, focaremos somente na tradução de cada gênero apresentada por Melo (1985). De acordo com o autor, o gênero jornalístico informativo apresenta os seguintes formatos:

Nota: é uma informação breve do assunto, explicando de forma rápida o que, quem, quando, onde, como, por que. Essa nota ainda pode ser:

Notícia: é uma forma de divulgação de um acontecimento pelas organizações jornalísticas. É à base do jornalismo, a matéria-prima, onde em seu conteúdo deve conter informações relevantes de interesse da sociedade em geral.

Reportagem: é uma forma mais ampla de se relatar um assunto, detalhando mais os acontecimentos, apresentando opiniões e versões diferentes sobre o mesmo assunto, dependendo sempre do foco de quem a produz. Geralmente usa uma linguagem mais formal objetiva e direta.

Entrevista: é o encontro entre duas pessoas interessadas no mesmo assunto, ou seja, o entrevistador e o entrevistado, onde as perguntas são feitas pelo entrevistador à sua fonte para obter as informações necessárias pretendidas, sendo aplicadas por métodos individuais de cada entrevistador.

No gênero jornalístico opinativo o foco é a opinião particular de cada ser humano. Melo (1985) ressalta algumas formas:

Editorial: Textos divulgados em jornais, na intenção de expor a opinião de alguém ou alguma empresa, sem ter preceitos de responsabilidade e imparcialidade.

Comentário: expor opinião de assuntos gerais, que já foram tratados por outros indivíduos.

Artigo: textos opinativos, argumentando sobre algum assunto. É a opinião de um autor sobre algum fato de relevância que ele defende, fazendo em seu contexto comparações, exemplificando suas teorias através de depoimentos e dados adquiridos.

Resenha: texto baseado em outra obra que pelo autor desperte interesse. Na resenha, o autor pode expor suas críticas e elogios à obra.

Crônica: um texto narrado em primeira pessoa, onde em seu contexto é apresentada uma narrativa, com início, meio e fim.

Carta: texto próprio, na intenção de informar algo a alguém num âmbito mais reservado.

Por meio destes gêneros é que diariamente acompanhamos os fatos que viraram notícia. No caso deste trabalho, onde a análise serão as matérias produzidas pelo Jornal do Almoço da RBS TV Passo Fundo, estes gêneros são constantes.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Compreender as notícias locais, identificando seus valores que as fazem ganhar visibilidade em todo o Estado do Rio Grande do Sul. Pensando nesta problemática, este trabalho analisará as matérias produzidas no Jornal do Almoço da região de cobertura da RBS TV Passo Fundo que ganham visibilidade para todo o estado, com o intuito de responder a questão de pesquisa: “Quais são os valores-notícia que fazem com que uma notícia da região de Passo Fundo ganhe repercussão em todo o estado do RS?”. O estudo será desenvolvido a partir de 24 programas compreendidos entre os dias 24 a 29/09; 01 a 06/10; 08 a 13/10 e 15 a 20/10, escolhidos em um período aleatório, todos extraídos por meio do site do noticiário, o qual disponibiliza todas as matérias exibidas no jornal para a mídia online.

É necessário esclarecer que foram selecionados para esta análise os programas cujas matérias da região de abrangência da RBS TV Passo Fundo foram veiculadas para todo o estado. Quando uma matéria era percebida em nível estadual, se avaliava o programa todo para verificar se ela também foi veiculada para a região e quais as diferenças de edição da matéria (em nível regional comparada à exibida em nível estadual).

Para cumprir com este objetivo de pesquisa, será feita uma análise de conteúdo qualitativa e quantitativa, “uma técnica de investigação para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação” (BERELSON, 1952, p.89). Para Herscovitz, os pesquisadores que utilizam a análise de conteúdo “são como detetives em buscas de pistas que desvendem os significados aparentes ou implícitos dos signos e das narrativas jornalísticas, expondo tendências, conflitos, interesses, ambiguidades ou ideologias presentes nos materiais examinados” (HERSCOVITZ, 1994 p.127).

A estratégia de análise se dará, sobretudo, pelos valores-notícia utilizados na seleção das notícias locais que ganham repercussão para todo o estado do Rio Grande do Sul. A estrutura metodológica deste trabalho é composta pela primeira parte, e de foco mais teórico,

que se resume à pesquisa bibliográfica. Os autores trabalhados nos capítulos 1 e 2 representaram a compreensão do objeto de estudo escolhido e favoreceram uma possibilidade de análise mais coerente e, por isso, mais próxima da realidade do material empírico. Neste terceiro capítulo o leitor poderá acompanhar um pouco sobre a história da RBS TV afiliada da Rede Globo no Estado do RS e do objeto em estudo que é o Jornal do Almoço. Na sequência será apresentada a análise das notícias, quanto aos valores-notícia, ao tempo de duração que a mesma foi transmitida em sua região de origem, Passo Fundo, e para todo o estado por meio do mesmo telejornal.

A escolha do Jornal do Almoço da RBS TV é justificada por ser o jornal mais tradicional dos gaúchos, fazendo parte da vida de milhares de pessoas há mais de 40 anos que acompanham diariamente ao meio dia as principais informações de sua região e de todo o estado.

3.1 APRESENTAÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA

O Grupo RBS é pioneiro no modelo regional de televisão no Brasil e é também a mais antiga afiliada da Rede Globo, por meio das emissoras da RBS TV no RS e em SC. De acordo com o site da Rede Globo, RBS TV é a maior rede regional de TV do Brasil conta com 18 emissoras distribuídas no RS e em SC, com uma cobertura que atinge 790 municípios e mais de 17 milhões de telespectadores nos dois estados. Possui 85% da grade de programação da Rede Globo e 15% voltada ao público local.

A sede principal da empresa fica em Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, e suas emissoras e retransmissoras cobrem a totalidade dos estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. Possui duas cabeças-de-rede³, uma em Porto Alegre, e outra em Florianópolis, em Santa Catarina, junto com outras afiliadas (onze gaúchas: Bagé, Caxias do Sul, Cruz Alta, Erechim, Passo Fundo, Pelotas, Rio Grande, Santa Cruz do Sul, Santa Maria, Santa Rosa e Uruguaiana); e seis catarinenses (Blumenau, Chapecó, Criciúma, Joaçaba/Lages e Joinville) que operam duas redes distintas.

³Chama-se "cabeça de rede" a emissora que comanda um grupo de outras emissoras e tem a maior cobertura dentro da programação de cada afiliada.

3.1.1 História da RBS TV

De acordo com dados do site da Rede Globo, a RBS TV foi fundada no dia 29 de dezembro de 1962, quando entrou no ar a TV Gaúcha, canal 12 de Porto Alegre. Em 1967, a TV Gaúcha afiliou-se à Rede Globo e a partir de então, a maior parte de sua programação passou a ser gerada pela emissora carioca.

No ano de 1969, entraram no ar as primeiras emissoras de televisão do Grupo RBS no interior do Rio Grande do Sul: a TV Imembuí, de Santa Maria, e a TV Caxias, canal 8 de Caxias do Sul. A TV Tuiuti de Pelotas entrou no ar em 1972, mesmo ano em que estreou o principal programa da emissora, o Jornal do Almoço. A denominação RBS TV (Rede Brasil Sul de Televisão) passou a ser usada em 1979, quando entrou no ar a primeira emissora do grupo em Santa Catarina: a TV Catarinense, que mais tarde passou a se chamar RBS TV Florianópolis. No dia 18 de outubro de 2008, a emissora ganhou uma nova marca desenhada por Hans Donner para a chegada da TV digital. Estreiam também novas vinhetas para os telejornais: Bom Dia Rio Grande, Bom Dia Santa Catarina, Jornal do Almoço e RBS Notícias. A RBS TV Porto Alegre abriu seu sinal de TV digital no dia 4 de novembro de 2008. A empresa já concluiu os testes na capital gaúcha e obteve a autorização do Ministério das Comunicações. No dia seguinte, a RBS TV levou ao ar seu primeiro programa produzido em alta definição, o Jornal do Almoço, que foi apresentado ao vivo do Mercado Público. Em Santa Catarina, a televisão digital foi inaugurada no dia 5 de fevereiro de 2009, pelo ministro da comunicação Hélio Costa, o governador Luiz Henrique e a direção da emissora em Florianópolis.

3.1.2 RBS TV Passo Fundo

Em maio de 1980 é inaugurada a RBS TV Passo Fundo, que conta hoje com 84 municípios em sua região de abrangência, sendo a maior região de cobertura do Grupo RBS. O sinal é recebido por cerca de 880 mil telespectadores. A emissora possui sucursais⁴ em Carazinho, e Frederico Westphalen. O editor chefe é Mateus Rodigero, a apresentadora é Janice Santos e os repórteres Zete Padilha, Fábio Lehmen, Eder Calegari.

⁴Compreende-se por estabelecimento filial de uma matriz.

3.1.3 Jornal do Almoço

De acordo com informações do site da Rede Globo, o Jornal do Almoço é o principal programa da RBS TV. O telejornal entrou no ar no ano de 1972, quando ainda não havia espaço na programação nacional da Rede Globo para telejornais locais ao meio-dia. Para colocar o programa no ar, a TV Gaúcha interrompia a programação da Rede Globo. O programa, separado em quadros de comentários, notícias e esportes tinha duas horas de duração. A primeira apresentadora do JA foi Tânia Carvalho.

No final da década de 70 o JA iniciava com as previsões do zodíaco no Horóscopo com Zora Yonara. Era seguido pelo quadro de clipes musicais e dicas para jovens Transa Som, apresentado por Pedro Sirotsky. Depois vinha o columnismo social eletrônico de Roberto Gigante, pelo quadro de piadas de Carlos Nobre e pelo comentário político de Jorge Alberto Mendes Ribeiro. Depois, vinham as notícias, apresentadas por Rejane Noschang e Lena Kurtz. O comentário esportivo de Rui Carlos Ostermann era então seguido do noticiário esportivo, apresentado por Celestino Valenzuela. O programa terminava com o quadro feminino e cultural Variedades, apresentado inicialmente por Célia Ribeiro e Maria do Carmo, depois desta com Suzana Saldanha. Aos sábados, havia um quadro extra, com conselhos sobre psicologia, chamado Diálogo com Dirce Brasil Ferrari.

Nos anos 80 o Jornal do Almoço inovou mais uma vez quando introduziu uma bancada onde todos os colunistas e apresentadores sentavam juntos, conversando de forma descontraída, em uma versão atualizada dos noticiários locais americanos. Desde então, o Jornal do Almoço serviu de referência para a Rede Globo na criação de seus noticiários do meio-dia, os "Praça TV".

Em sua nova fase, em vez de quadros isolados e separados por comerciais, sem um apresentador comum, surge à dupla Maria do Carmo e Lasier Martins, improvisando conversas em meio aos textos do teleprompter. Ao lado deles, Celestino Valenzuela e, mais tarde, Paulo Britto, com o esporte, Lauro Quadros e Paulo Santana comentando futebol, o Rede Regional de Notícias, que conectava todas as emissoras da Rede Brasil Sul, apresentado por Sérgio Stock e Rejane Noschang e ainda o mundo jovem com Cunha Júnior e o feminino e cultural com Vera Armando. Nessa época, o Jornal do Almoço foi transmitido ao vivo de cidades do interior do Estado, em praças públicas e mostrando a cultura de cada região.

No Rio Grande do Sul, as emissoras da RBS TV produzem 1 ou 2 blocos locais que são transmitidos apenas em suas regiões de cobertura, tendo o restante transmitido da capital,

Porto Alegre. Em Passo Fundo, são dois blocos produzidos pela RBS TV Passo Fundo, no Jornal do Almoço e um bloco no RBS Notícias. Além de notícias de importância estadual e regional, o programa divulga variedades, agenda cultural, entrevistas e opiniões.

Com as inovações no estúdio e no formato, em 2010, Rosane Marchetti deixou a bancada do JA para fazer reportagens do Rio Grande do Sul para a TV Globo, especialmente para o Globo Repórter. Assim, o "Novo JA" é transmitido hoje de segunda a sábado, das 12h até as 12h45min. E é apresentado somente pela também editora Cristina Ranzolin, Lasier Martins e Carolina Bahia, atuando com colunas diárias, além de Paulo Brito, diariamente com o esporte.

4 ANÁLISE

Para cumprir com os objetivos deste trabalho, optou-se por analisar as matérias publicadas no site do G1, no espaço do estado do Rio Grande do Sul, no noticiário Jornal do Almoço. A análise das matérias do Jornal do Almoço da RBS TV local que ganham visibilidade estadual será feita utilizando-se a técnica da abordagem de valores-notícia, a partir dos conceitos de Wolf (1994) indicados no segundo capítulo deste trabalho.

Como a seleção para esta pesquisa resultou em um total de 24 programas, será feito um comentário breve sobre cada uma das matérias analisadas, apresentando seu principal assunto e seus valores-notícia, justamente em busca das respostas pretendidas por meio desta pesquisa. Dos 24 programas transmitidos para todo o estado do RS analisados, 13 programas continham informações da região de cobertura da RBS TV Passo Fundo. Destes 13, 5 programas tinham mais de uma notícia no mesmo dia. Cada um será explicado na sequência.

Matéria 01

Começaremos analisando o primeiro programa que obteve informações da região de Passo Fundo para todo o Estado. O programa foi exibido no dia 25 de setembro de 2012. A matéria é sobre um acidente de trânsito na RS 324 entre Passo Fundo e Marau, que resultou na morte de um homem, quando uma carreta invadiu a pista contrária e bateu de frente com o automóvel em que estava a vítima. Essa informação foi ao ar no JA de Passo Fundo com duração de 41 segundos, contando com chamada da apresentadora Janice dos Santos e mostrando imagens do acidente. Para o Estado, a mesma informação foi veiculada como nota coberta num tempo de 25 segundos. Ao analisarmos essa notícia, de acordo com os valores-notícia de Wolf (1994), observamos que ela possui inúmeros valores presentes na informação. Primeiro, ela é baseada no fator factual, o acidente aconteceu na noite anterior de sua divulgação, então ela possui **atualidade**. A informação também se encaixa no valor **utilidade pública**, pois serve para que outros motoristas tenham mais atenção no trânsito, portanto sua divulgação é importante. Sendo uma notícia de trânsito, o público muitas vezes acaba

sofrendo um **impacto** com a informação; também, **negatividade** por ser uma infração causando a morte de uma pessoa.

Matéria 02

No dia 26 de setembro de 2012, foi ao ar uma matéria sobre o uso de Tablet no tratamento de pacientes com dificuldade na fala no Hospital São Vicente de Paulo em Passo Fundo. A notícia foi veiculada apenas no Jornal do Almoço em nível estadual, como uma reportagem especial elaborada pela repórter Zete Padilha, com duração de 03 minutos, com chamada da apresentadora Cristina Ranzolin. Ao analisarmos a reportagem, ela pode ser considerada um fato **inédito**, inovador que auxilia diversas pessoas que não podem se expressar, bem como é um fator **importante** que outras pessoas saibam deste tipo de inovação. Ela causa ao telespectador um **impacto**, pois, são questões que envolvem seres humanos desprovidos da expressão da fala. Sendo assim, ela causa uma **emoção**, pois existe todo um processo sentimental nesta reportagem, vivido por outras pessoas. Pode ainda ser entendida como **excepcional**, é uma situação fora do comum. E acima de tudo, é de interesse público, são informações como estas que muitos telespectadores gostam de acompanhar.

Matéria 03

A próxima matéria analisada foi ao ar no dia 01 de outubro de 2012. Na ocasião foi exibida uma matéria sobre o dia do idoso, onde mostrava exemplos de pessoas com vitalidade acima dos 100 anos. Um dos protagonistas desta matéria era seu Elvino, de 105 anos, de Espumoso. Outra personagem era Marieta, de 107 anos, de Porto Alegre. A matéria foi ao ar para todo o Estado com 02 minutos e 17 segundos, contando com chamada da apresentadora Cristina Ranzolin. Na região de Passo Fundo, esta mesma notícia, mas tratando apenas de seu Elvino, foi ao ar com 02 minutos e 28 segundos realizada pela apresentadora do JA na região, Janice dos Santos. Ainda em Passo Fundo a apresentadora Janice realizou uma entrevista ao vivo com o coordenador do mestrado em Envelhecimento Humano da Universidade de Passo Fundo, professor Astor Dihel. De acordo com os valores-notícia, essa informação é um fato atual, portanto contém o valor **atualidade**. A informação se torna **importante**, porque demonstra o poder de vitalidade de algumas pessoas trazendo exemplos às demais, com isso,

causando **emoção**, por todo o contexto. E também de **interesse público**, por tratar de saúde, do cotidiano destas pessoas que venceram a média brasileira de longevidade.

Matéria 04

No dia 03 de outubro duas informações da região de Passo Fundo ganharam visibilidade no Jornal do Almoço em todo o Estado. Uma delas, sobre os ladrões que haviam invadido uma agência do Banco Sicredi em Lagoa dos Três Cantos. A notícia foi transmitida para todos os gaúchos por meio de uma nota coberta de 20 segundos, tanto para o Estado quanto para a região. Analisando primeiramente esta notícia, notamos que ela era uma informação com caráter de **atualidade**, aconteceu no dia anterior do conteúdo ir ao ar. Para um município da proporção e do tamanho de Lagoa dos Três Cantos ela era considerada **inédita**, para outras cidades que o fato acontece com maior frequência, talvez não fosse, mas para um município pequeno, ela acaba ganhando outras dimensões. E ela também pode ser considerada um **serviço**, pois mostrou a identificação dos suspeitos do roubo. E se tratando de um assalto ela é considerada como um valor-notícia de **negatividade**.

Matéria 05

A outra informação exibida no mesmo dia, 03 de outubro foi a respeito do temporal que atingiu grande parte da região no início do mês de outubro, e que destelhou mais de cem casas em Passo Fundo, deixando diversas ruas bloqueadas. A matéria foi ao ar para todo o Estado com 01 minuto e 15 segundos, sendo chamada pela apresentadora Cristina Ranzolin. A reportagem foi feita por Zete Padilha e mostra os estragos causados pela chuva, com destruição de árvores, casas, e alagamentos em ruas. A reportagem mostra ainda uma árvore que caiu exatamente em cima de uma casa onde estava uma família, mas que felizmente nada sofreu. Já na região de Passo Fundo a matéria teve 07 minutos e 25 segundos, com reportagem de Fábio Lehmen, que mostra os fatos ocorridos durante a noite anterior. Assim como a maioria das informações, ela era uma notícia **atual**, possui um **impacto e importância** muito grande, porque atingiu um número grande de pessoas na mesma cidade. As pessoas que acompanharam essa matéria certamente de alguma forma se sentiram comovidas pela situação, pelo **drama** vivido por algumas pessoas que enfrentaram o temporal e, a matéria continha **negatividade**.

Matéria 06

No dia 05 de outubro de 2012, a informação era a morte do professor universitário Péricles Vieira, que morreu após cair de um telhado de um pavilhão em Passo Fundo. Péricles estava tirando fotos em cima do pavilhão onde aconteciam as aulas de equoterapia, do qual era coordenador. A notícia teve duração de 20 segundos como nota coberta para todo o Estado do RS. Na região de cobertura de Passo Fundo, a mesma informação foi veiculada com um tempo de 01 minuto e 17 segundos, contando com a chamada da apresentadora Janice Santos e o boletim ao vivo da repórter Zete Padilha, que há poucos dias atrás havia feito uma entrevista com o professor. Os valores-notícia identificados nessa notícia são **atualidade**, **importância**, por se tratar de um professor universitário. Foi algo imprevisto, portanto foi uma **surpresa**, e era um fato de **negatividade**, envolveu a morte de uma forma trágica de uma pessoa.

Matéria 07

No mesmo dia, 05 de outubro, foi exibida para todo o Estado a matéria sobre os debates dos candidatos a prefeitura de Porto Alegre e mais 11 cidades do estado, entre elas Passo Fundo, promovido pela RBS TV no dia 04 de outubro. A duração da reportagem completa foi de 02 minutos e 56 segundos, onde mostrava os debates ocorridos nas principais cidades gaúchas. Na região o fato ganhou repercussão apenas com o debate dos candidatos a prefeito de Passo Fundo, com uma matéria de 02 minutos e 03 segundos. Primeiramente era uma notícia factual, ou seja, que contém **atualidade**, já que era véspera das eleições municipais de 2012. Ela era importante, e ao mesmo tempo um **serviço**, porque mostrava o papel da RBS TV em realizar estes debates para ajudar o eleitor a conhecer melhor seu candidato. E não poderia deixar de ser de **interesse público**, pois era um fato indispensável para toda a sociedade que há poucos dias iria exercer seu direito ao voto.

Matéria 08

Já no dia 06 de outubro de 2012 foi apresentada aos telespectadores uma notícia sobre uma família que havia ficado refém de bandidos que tentaram roubar o caminhão que continha 12 toneladas de ferro, onde a família estava. Eles retornavam de São Paulo em direção a Lagoa Vermelha, quando na BR 285 próximo a área urbana de Passo Fundo, foram surpreendidos por bandidos que os fizeram reféns durante cerca de quatro horas, até se entregarem e a família sendo liberada. A informação teve duração de 02 minutos e 13 segundos, para todo o Estado, com chamada da apresentadora Cristina Ranzolin e reportagem de Fábio Lehmen. Para a região ela foi veiculada com o tempo de 03 minutos e 23 segundos. Ao analisarmos a notícia sendo atual, observamos que ela era **importante**, por se tratar de uma família inteira sendo feita de refém, havia **dramaticidade** neste fato, pois durante quatro horas a família esteve sob a mira de bandidos e se tratando de um assalto ela é considerada de **negatividade**.

Matéria 09

No dia 08 de outubro, após as eleições municipais de 2012, o prefeito eleito de Passo Fundo Luciano Azevedo, concedeu uma entrevista ao vivo do estúdio do Jornal do Almoço de Passo Fundo para a apresentadora do JA para todo o Estado, Cristina Ranzolin . A duração foi de 01 minuto e 37 segundos. Na região a entrevista com o prefeito foi feita pela apresentadora Janice Santos num total de 07 minutos e 45 segundos, onde o novo prefeito exaltou seus objetivos como novo chefe do executivo municipal. Essa notícia é **atual**, ela se torna **importante** pelo fato do prefeito eleito ser uma pessoa de um grau hierárquico acima das demais, ele é uma autoridade. A informação é relevante para as pessoas, pois demonstra um **serviço** de quem será o próximo gestor do município, e outro valor-notícia que pode ser identificado nessa notícia é a **mudança**, pois apresenta a mudança no executivo de Passo Fundo, sendo assim de **interesse público**.

Matéria 10

No dia 09 de outubro de 2012, duas notícias da região de Passo Fundo foram destaque no Jornal do Almoço. Uma delas, de um operário que morreu em uma fumaça de Ametista do Sul. A informação foi veiculada como uma nota coberta de 20 segundos para todo o Estado sobre a morte do operário. Na região, a informação foi ao ar como uma matéria de 01 minuto e 18 segundos. O fato continha o valor **atualidade**, pois ocorreu na noite anterior. Além de ser atual, era um acontecimento **inédito** em uma cidade como Ametista do Sul. Houve **dramaticidade**, pois foi uma história que envolveu a morte de uma pessoa e ao mesmo tempo uma surpresa, algo imprevisto, portanto contém o valor-notícia de **negatividade**.

Matéria 11

No mesmo dia, 09 de outubro, uma notícia da região de Passo Fundo virou uma grande reportagem sobre as gêmeas siamesas que foram separadas por cirurgia no Hospital São Vicente de Paulo, em Passo Fundo. A reportagem foi ao ar para todo o Estado com um tempo de 05 minutos e 30 segundos, contando toda a história da família e do momento do procedimento de separação das irmãs. Inclusive, foi feita uma entrevista da apresentadora Cristina Ranzolin com o médico que realizou a operação. No mesmo programa o comentarista Lasier Martins dedicou seu espaço a comentar sobre o assunto com duração de 01 minuto e 43 segundos. No bloco destinado à região de Passo Fundo esta mesma notícia foi ao ar com 04 minutos e 35 segundos. Essa informação era tão **inédita** que ganhou repercussão perante outros veículos de comunicação de todo o Brasil. Ao mesmo tempo ela era **importante**, e sofre um **impacto** muito grande em outras pessoas, causando **emoção**, **excepcionalidade**, um caso fora do comum visto no dia a dia e de **interesse público**.

Matéria 12

No dia 10 de outubro de 2012, foi noticiado o acidente envolvendo 15 estudantes universitários que ficaram feridos em acidente de ônibus, entre Marau e Passo Fundo. A notícia foi exibida como uma nota coberta com duração de 30 segundos para todo o Estado. Na região essa mesma notícia foi ao ar com 46 segundos. De acordo com os valores-notícia apresentados anteriormente neste trabalho por Wolf (1994), os valores aqui encontrados são

de **atualidade**, **importância** pelo número de pessoas que foram vítimas do acidente, **surpresa** pelo acidente imprevisto e **negatividade** pelo momento de angústia vivido pelos 15 jovens que estavam no ônibus.

Matéria 13

Dia 11 de outubro de 2012, foi exibida a notícia da apreensão de celulares, drogas e facas artesanais que foram encontradas no presídio de Passo Fundo. Foi ao ar para todo o Estado com 28 segundos como nota coberta. Na região, foi com 48 segundos. Verificamos que essa informação ocorre frequentemente e é considerada factual, valor-notícia **atualidade** e de **negatividade**.

Matéria 14

Também no dia 11 do mesmo mês, foi exibido o comentário de Carolina Bahia de Brasília sobre a perda do RS da verba de R\$ 8 milhões que seria utilizada para construção de novo presídio de Passo Fundo. Esta informação que foi comentada para todo o estado durou 01 minuto e 50 segundos. Em Passo Fundo a informação foi ao ar com 04 minutos e 53 segundos, com entrevistas no estúdio da RBS TV local feita pela apresentadora Janice dos Santos. O fato era factual, portanto, **atualidade** era **importante** porque se tratava de uma obra que iria melhorar a situação carcerária do Estado e há uma **mudança**, e há também uma **consequência**, pois a partir daquele momento não terá mais este recurso que antes seria disponibilizado pela união, e como ela é considerada uma denúncia, é de **interesse público**.

Matéria 15

No dia 17 de outubro foi ao ar a notícia da investigação da polícia sobre o comércio ilegal de cobre no norte do Estado, onde roubos de fios de telefone em Passo Fundo haviam deixado inúmeras pessoas sem serviços de telefonia e internet na cidade. Esta informação foi exibida para todo o Estado como nota coberta com 21 segundos de duração. Em Passo Fundo a mesma informação foi dada como matéria com o tempo de 01 minuto e 40 segundos. A notícia era factual, **atualidade**, trouxe **consequências** à população, foi algo fora do comum,

do cotidiano, houve uma infração, e roubo, **negatividade** que ocasionou em transtornos para tantas pessoas.

Matéria 16

E no dia 18 de outubro de 2012 ganharam repercussão outras duas notícias da região de Passo Fundo, umas delas, da chuva de granizo que trouxe prejuízos a lavouras do RS. A informação foi exibida em todo o Estado como uma nota coberta de 28 segundos. Verificamos que essa notícia é de **atualidade**, é de **importância** e **consequências** pelo grande número de pessoas que foram afetadas pelas perdas na lavoura e **negatividade**.

Matéria 17

E sendo dia 18 de outubro o dia do médico, o comentarista Lasier Martins falou do setor médico de Passo Fundo, ao vivo do estúdio da RBS TV de Passo Fundo sobre o Hospital São Vicente de Paulo e sobre a cidade de Passo Fundo ser uma referência em saúde no Estado. O comentário foi veiculado para todo o estado num total de 03 minutos e 47 segundos, contando com a chamada da apresentadora Cristina Ranzolin. Essa notícia é um fato **importante**, pois demonstra o quão bem Passo Fundo se encontra no setor médico perante o Estado, ela impacta as pessoas, visto que, outros cidadãos irão procurar atendimento no município após o destaque que a cidade obteve. Um dos valores que pode ser analisado é o **serviço**, pois o comentarista trouxe dados, informações que são de **interesse público**, pois informações sobre saúde fazem parte do cotidiano de milhares de pessoas.

Após avaliarmos em separado cada uma das notícias que formam o corpus desta pesquisa, apresentamos no gráfico abaixo um resumo geral dos principais valores-notícia identificados nas matérias produzidas pela RBS TV Passo Fundo que ganharam destaque no Jornal do Almoço no Estado.



Figura 1. Gráfico dos valores-notícia contidos nas matérias analisadas

Após analisarmos o gráfico podemos ver que alguns valores se sobressaem mais que outros. Também é possível avaliar que três destes valores, intensidade, suspense e conflito não aparecem nas notícias analisadas. O que podemos ver também é que o valor atualidade aparece em 13 notícias analisadas, sendo este, um dos fatores que mais contribuem para que uma informação da região de Passo Fundo ganhe visibilidade para todo o Estado, isto se justifica pelo fato do Jornal do Almoço ser um grande noticiário, e ser diário, o que acelera a busca por matérias factuais.

Seguindo a linha do gráfico, temos o valor de importância que apareceu onze vezes nas matérias, isso é devido ao fato, dos acontecimentos terem um valor de utilidade muito grande, seja com o número de pessoas envolvidas, ou grau hierárquico.

O valor de negatividade apareceu em dez matérias analisadas, sendo estas, de assaltos, prejuízos na natureza, mortes. Interesse público foi outro valor que apareceu consideravelmente, ele estava presente em sete matérias. Outro dado importante são os valores de impacto, ineditismo e serviço que apareceram em quatro matérias cada um. Dramaticidade apareceu em três matérias analisadas. Justificando o fato de o noticiário cobrir diariamente fatos como mortes, dramas vividos por pessoas, que tragam um impacto na vida dos telespectadores. Na mesma posição aparece ainda, emoção e consequência. Após,

aparecem excepcionalidade, mudança e surpresa, ambos em duas matérias analisadas cada um.

E não menos importante, os valores de conflito, suspense e intensidade acabaram não aparecendo nas matérias analisadas. Outro dado importante é que dos 24 programas ou dias analisados, 12 deles continham informações da região de Passo Fundo, sendo que destes, 5 haviam mais de uma informação da região de Passo Fundo no mesmo dia. Somando no total 17 informações analisadas.

Outro dado relevante apontado na análise é que grande parte das notícias relativas à área de abrangência da RBS TV Passo Fundo que ganharam espaço no Estado foi veiculada nas quartas e quintas feiras, como demonstra o gráfico abaixo.

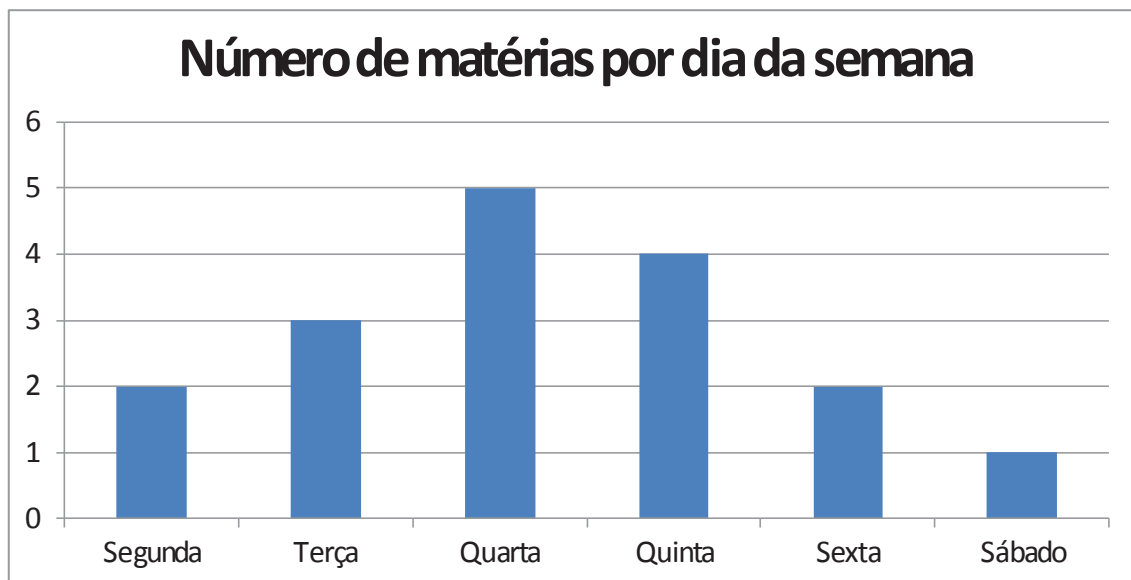


Figura 2. Gráfico do número de matérias por dia da semana

Podemos dizer que grande parte das informações perdeu tempo ao serem transmitidas para todo Estado. Conforme as matérias analisadas anteriormente, grande parte das informações que foram veiculadas no Estado são notas cobertas. Sete matérias transmitidas em todo o Estado tiveram mais de dois minutos e quatro matérias que são da região de Passo Fundo ganharam visibilidade apenas no Estado, como ilustra melhor a tabela abaixo:

No geral, no período analisado, as matérias exibidas no Jornal do Almoço local tiveram 36 minutos e 42 segundos e, ao serem exibidas no JA Estado, tiveram tempo de 24 minutos e 57 segundos, o que demonstra que no Estado elas apareceram com 33% menos

tempo. Considerando ainda, que três matérias da região de Passo Fundo analisadas apareceram apenas no Estado. Como demonstra o gráfico a baixo:

Assunto	Dias	Região	Estado
Médicos	Dia 18/10	-	3.47 min
Prejuízos	Dia 18/10	-	28 seg
Cobre	Dia 17/10	1.40 min	21 seg
Apreensão	Dia 11/10	48 seg	28 seg
Presidio	Dia 11/10	4.53 min	1.50 min
Acidente	Dia 10/10	46 seg	30 seg
Gêmeas	Dia 09/10	4.35 min	5.30 min
Morte	Dia 09/10	1.18 min	20 seg
Eleições	Dia 08/10	7.45 min	1.37 min
Reféns	Dia 06/10	3.23 min	2.13 min
Debates	Dia 05/10	2.03 min	2.56 min
Morte	Dia 05/10	1.17 min	20 seg
Temporal	Dia 03/10	7.25 min	1.15 min
Roubo	Dia 03/10	20 seg	20 seg
Idoso	Dia 01/10	2. 28 min	2. 17 min
Tablet	Dia 26/09	-	3 min
Acidente	Dia 25/09	41 seg	25 seg

Tabela 2. Tempo das matérias analisadas quando foram ao ar na região e no estado

Partindo do problema de pesquisa que norteou este trabalho, que indaga quais os valores-notícia e critérios das matérias do Jornal do Almoço da RBS TV local de Passo Fundo ganham mais visibilidade em todo o Estado do Rio Grande do Sul, pode-se dizer que todos os valores analisados acima fazem parte dos conceitos do âmbito social do jornal, e o que faz com que informações da região ganhem visibilidade em todo o Estado são notícias factuais, de importância, ou ainda que causem um impacto e uma dramaticidade no telespectador.

Ao chegarmos a essa conclusão podemos dizer que as notícias da região de cobertura da RBS TV de Passo Fundo-RS, com suas matérias, consegue agregar a seus contextos, quase todos os valores-notícia citados. Vemos que o factual e a importância na questão de informação passam a estar implícitos em quase 80% das matérias, e a negatividade o interesse público em quase 70% das matérias. O noticiário alerta seu público sobre os principais acontecimentos das cidades de grande parte da região e consegue cumprir sua função de informar a partir desses valores de Wolf (1994).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise dos 24 programas/dias selecionadas do Jornal do Almoço da RBS TV no período escolhido, este trabalho tentou responder à seguinte questão. "Quais são os valores-notícia que fazem que uma notícia da região de Passo Fundo ganhe visibilidade em todo o Estado do Rio Grande do Sul?" Para isso foi realizada uma análise de conteúdo, baseada em valores-notícia citados por Wolf (1994), e a partir deste exercício, podemos afirmar que o telejornal conseguiu atingir às expectativas pretendidas por este trabalho, ou seja, podemos dizer que o noticiário procura contextualizar as notícias factuais, exatamente pelo fato de obter várias sucursais em todas as regiões do estado. Além do mais, a grande parte das informações que são da região e ganham visibilidade no estado, geralmente são usadas como notas cobertas, ligadas a acidentes de trânsito, mortes, etc. Mas claro, que existem também as matérias mais produzidas como podemos destacar, a reportagem dos tablets, e das crianças siamesas que foram notícias desta região e repassadas ao Estado como uma grande reportagem.

Para explicarmos melhor o porquê de chegarmos a esta conclusão, podemos dizer que o telejornal apresentou nas matérias analisadas a maioria dos valores-notícia citados por Wolf (1994). Podemos destacar também, que a grande maioria das notícias analisadas foi ao ar nas quartas e quintas feira. Outro dado interessante é que em 24 programas/dias analisados, encontramos 17 informações que ganharam repercussão em todo o Estado, ou seja, neste período, 70% continham informações da RBS TV Passo Fundo, mostrando assim, o seu potencial e sua estrutura sendo está a que atinge o maior número de municípios em todo o estado.

Sendo o Jornal do Almoço um telejornal de grande audiência em todo o Estado, seus produtores recebem diariamente inúmeras informações, denúncias, pautas, assunto que podem interessar um grande número de pessoas, por isso diariamente é realizado a reunião de pauta, para definir os assuntos que mais interessam para que depois sejam repassados aos telespectadores. Neste trabalho podemos afirmar que a região de Passo Fundo, participa

ativamente com conteúdos que de acordo com os valores-notícia ganham repercussão no Estado.

Com base em todo o conteúdo teórico que foi apresentado neste trabalho e foi subdividido em três capítulos. O capítulo I, que foi apresentado uma breve história do telejornalismo no Brasil e o telejornalismo regional. O capítulo II, que retrata a construção e produção da notícia, assim como os seus critérios de noticiabilidade, valores-notícia, e os gêneros e formatos que compõe o jornalismo televisivo. O capítulo III que mostra a metodologia deste projeto, apresenta uma história do objeto de pesquisa e o IV capítulo que é a análise das notícias. Portanto como em qualquer outro veículo de comunicação, o Jornal do Almoço, utiliza informações factuais, de importância, e que ao mesmo tempo com o objetivo de que causem um impacto ao telespectador, seja ele de alguma determinada região ou de todo o Estado. Atingindo um maior número de públicos e não ficando restrito apenas a uma determinada localidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMARAL, Luiz. **Jornalismo, matéria de primeira página**. Rio de Janeiro. Tempo Brasileiro, 1986.
- BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. **TV Regional: trajetórias e perspectivas**. Campinas. Alínea, 2001.
- BELTRÃO, Luis. **Iniciação à filosofia do Jornalismo**. Rio de Janeiro. Agir, 1960.
- BORIN, Jair. **A vez da imprensa regional**. Página Doeste. Maracai, 1992.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro. Bertrand Brasil, 1989.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do Jornalismo**. São Paulo. Sammus, 1994.
- KUNCZIK, Michael. **Conceitos do jornalismo: norte e sul**. São Paulo. Edusp, 2001.
- MELO, José Carlos de. **Comunicação: teoria e política**. São Paulo. Sammus, 1985.
- PATERNOSTRO, Vera Iris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro. Campus, 1999.
- PENA, Felipe. **Teorias do jornalismo**. Rio de Janeiro. Editora Contexto, 2005.
- PEREIRA JR. Alfredo VIZEU. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre. Edipuc, 2000.
- PERUZZO, Círcia M. Krohling. **Mídia Regional e local: aspectos conceituais e tendências**. Comunicação e Sociedade, Brasil v.1, n.38, 2005. Disponível em <http://revistas.univerciencia.org/index.php/esumesp/article/view/196/154>. Acessado em 03 de novembro de 2012.
- RBS TV. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/> Acessado em 20 de novembro de 2012.
- REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil, um perfil editorial**. São Paulo. Summus, 2000.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó. Argos, 2002.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis. Insular. 2004.
- VIZEU, Alfredo. **O newsmaking e o trabalho de campo**. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (org.). Metodologia de Pesquisa em Jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Barcarena. Presença, 2002.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa. Editorial Presença, 1994.