

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Ana Flávia Marafon

TELEJORNALISMO

“Uma análise dos telejornais da Rede Pampa”

Passo Fundo

2015

Ana Flávia Marafon

Telejornalismo

“Uma análise dos telejornais da Rede Pampa”

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo da Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação do professor Mr. Mateus Mecca Rodighero.

Passo Fundo

2015

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço aos meus pais, Marina e Rui, pelo incentivo e apoio ao longo desta caminhada. É deles e para eles todas e mais esta conquista. Em seus nomes, agradeço aos meus irmãos, demais familiares e aos meus avós, que mesmo distante sei que de perto acompanharam esta caminhada.

Um agradecimento especial à Karen Grazziotin, uma das grandes responsáveis por me manter em pé durante esta estrada. À Janice Santos, que me inspirou a seguir por este caminho e à Ieda Moraes e à Daniela Secco, por estarem ao meu lado ao longo de todo o percurso.

Aos meus colegas de trabalho e aos meus amigos, Natália Reginato, Giseli Furlani, Priscila Kaiper, Maqueli Fusiger e Joice Dias, que acreditaram em mim e me encorajam a seguir adiante. Ao meu orientador Mateus Rodighero, que não mediu esforços para que eu concluísse mais essa etapa e por fim, a todos os professores que compartilharam comigo seus conhecimentos.

SUMÁRIO

RESUMO	5
1 INTRODUÇÃO.....	6
2 JORNALISMO NA TELEVISÃO	8
2.1 Telejornalismo.....	10
2.2 Formatos e elementos do telejornalismo	13
2.3 Equipe	15
2.4 Roteiro	18
3 <i>NEWSMAKING</i> E OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE NA TV	19
3.1 Critérios de noticiabilidade	24
3.2 Critérios de noticiabilidade na TV.....	29
4 METODOLOGIA E ANÁLISE	33
4.1 Metodologia	33
4.2 A TV Pampa e o telejornalismo regional como objeto de estudo	33
4.3 Análise dos telejornais.....	35
4.3.1 Programa Jornal da Pampa do dia seis de setembro.....	36
4.3.2 Programa Jornal da Pampa do dia sete de setembro.....	39
4.3.3 Programa Pampa Meio Dia de 24 de janeiro de 2015.....	43
4.3.4 Constatações da análise.....	48
CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	52

RESUMO

Os telejornais tem seu espaço garantido na programação das emissoras. Mesmo com as novas tecnologias que vem surgindo a cada novo dia, a população ainda tem o hábito de assistir noticiários. Esta pesquisa trata de telejornalismo e procura entender o que diferencia o Pampa Meio Dia Especial do Jornal da Pampa convencional. Através de um estudo descritivo-analítico, a pesquisa mapeia as estratégias utilizadas nas edições, através dos formatos e dos critérios de noticiabilidade, a partir da teoria do Newsmaking.

Palavras-chave: Telejornalismo. Newsmaking. Critérios de noticiabilidade.

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem por objetivo compreender as estratégias utilizadas na produção do Pampa Meio Dia (PMD), edição Especial em comemoração ao aniversário de Carazinho, em comparação a outras duas edições do Jornal da Pampa, programas estes que possuem o mesmo formato. Através desta pesquisa busca-se mapear os conteúdos utilizados nos programas, bem como reconhecer as estratégias utilizadas pela emissora no que diz respeito a formatos e critério de noticiabilidade.

O questionamento que motiva este estudo é quais as estratégias utilizadas para produzir o Pampa Meio Dia Especial em comparação com um Jornal da Pampa convencional. Serão analisados aspectos como editorias, formatos dos programas, tempo de exibição, equipe envolvida com os telejornais, critérios escolhidos para a definição dos conteúdos, buscando o que difere o programa especial de um tradicional, com base na teoria do *Newsmaking*, analisando os critérios de noticiabilidade empregados nas edições do dia 24 de janeiro de 2015 do Pampa Meio Dia Especial ao vivo da praça central de Carazinho e duas edições do Jornal da Pampa, veiculados nos dias seis e sete de setembro de 2015.

O estudo justifica-se pela necessidade de comparar o programa Pampa Meio Dia Especial, apresentado de Carazinho no dia vinte e quatro de janeiro de 2015, em comparação com os veiculados em edições convencionais do Jornal da Pampa. Cabe salientar aqui, que o programa Pampa Meio Dia, exibido durante anos pela TV Pampa, foi retirado do ar por uma medida estratégica da empresa, em junho de 2015. O Pampa Meio Dia Especial era um jornal realizado em comemoração ao aniversário de Carazinho, cidade sede da TV Pampa Norte, e era exibido ao vivo da praça central da cidade. Com a extinção do Pampa Meio Dia, o jornalismo da TV Pampa ganhou um novo programa: o Jornal da Pampa. Este possui as mesmas características do PMD, porém é veiculado em um horário diferente e com um novo tempo de exibição.

A TV Pampa é uma emissora de televisão brasileira com sede em Porto Alegre, Rio Grande do Sul. A emissora que surgiu no ano de 1980, é a cabeça de rede da Rede Pampa de Comunicação e, em Porto Alegre, opera no canal 4. Transmite para sua região de cobertura a programação da RedeTV!, além de gerar programas locais. A Rede Pampa possui ainda emissoras em Carazinho e Santa Maria.

O presente estudo divide-se em introdução, revisão bibliográfica, metodologia, análise, considerações finais e referências bibliográficas. Os principais autores que embasam este trabalho são Albertino Cunha, Arlindo Machado, Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima, Pedro Maciel, José Carlos Aronchi de Souza, Olga Curado, além de Mauro Wolf, com a teoria do *Newsmaking*.

O primeiro capítulo é dedicado a introdução. O segundo subdivide-se em televisão, telejornalismo, formatos, equipe e roteiro. Desde a origem da televisão e da influência que ela exerce na sociedade, bem como das mudanças que vem sofrendo com o passar dos anos. Em telejornalismo se faz um breve relato do que é o telejornal e de onde surgiu e se destaca o espaço que as notícias vêm ocupando na mídia. Formatos e gêneros jornalísticos também são destacados. A importância da equipe e as funções de cada profissional, bem como o valor do roteiro, são itens presentes neste capítulo.

No terceiro capítulo o tema é a teoria de *Newsmaking*, os critérios de noticiabilidade e critérios de noticiabilidade na TV. Para Olga Curado, os critérios aplicados à televisão se diferem dos critérios aplicados a demais áreas do jornalismo, por ser a TV um veículo de comunicação com maneiras bem peculiares de noticiar.

No quarto capítulo consta a metodologia. De que forma a pesquisa foi executada, desde os conteúdos selecionados até os critérios que foram avaliados. Será dedicado também à análise do programa Pampa Meio Dia Especial e de duas outras edições do Jornal da Pampa. Por fim, os últimos capítulos serão para as conclusões finais e para as referências bibliográficas.

Esse trabalho pretende auxiliar estudantes, jornalistas e pesquisadores da área a compreender as estratégias utilizadas pela produção de telejornais locais em dias normais e em edições especiais. O trabalho tem o objetivo de trazer elementos científicos que ajudem na compreensão de uma prática dinâmica como o telejornalismo, mas que também utiliza-se de uma rotina própria para se concretizar.

2. JORNALISMO NA TELEVISÃO

Muito tem se falado a respeito da televisão. Um veículo inovador que revolucionou pensamentos e mudou pontos de vista. Questionada por alguns e adorada por outros. Para estender um pouco sobre este aspecto começamos pelo princípio. Os registros históricos dão conta que a televisão no Brasil surgiu em 18 de setembro de 1950, trazida por Assis Chateaubriand que fundou o primeiro canal de televisão no país, a TV Tupi. Desde então a televisão cresceu no país e hoje representa um fator importante na cultura popular moderna da sociedade brasileira.

Segundo Klein, "os noticiários de televisão evoluíram e modificaram-se, consideravelmente, desde o seu surgimento. As transformações ocorreram por diversos fatores, entre os quais, as mudanças das condições técnicas e tecnológicas da produção, a crescente desvinculação do radiojornalismo de sua origem e qualificação dos profissionais" (KLEIN, 2013, p.18).

A televisão está presente na vida das pessoas. Como meio de comunicação ela traz as mais variadas informações que inconscientemente os cidadãos captam. São valores e ideologias cultuadas, funcionando muitas vezes como ditadora de regras, estilos e modas. Porém, a influência da televisão depende do senso crítico do telespectador.

No livro 'Sobre a televisão' de Pierre Bourdieu, o autor destaca o perigo que a influência da televisão pode causar. "Essas intervenções externas são muito ameaçadoras, em primeiro lugar porque podem enganar os leigos que, a despeito de tudo, tem peso, uma vez que os produtores culturais tem necessidade de ouvintes, de espectadores, de leitores..." (BOURDIEU, 1997, p.77).

O autor Arlindo Machado, em seu livro "A televisão levada a sério", se propõe a estudar a televisão de uma forma distinta daquela tradicional, que parte do pressuposto que a televisão é algo ruim, com programas pobres de conteúdo e banalizados.

Televisão é um termo muito amplo, que se aplica a uma gama imensa de possibilidades de produção, distribuição e consumo de imagens e sons eletrônicos: compreende desde aquilo que ocorre nas grandes redes comerciais, estatais e intermediárias, sejam elas nacionais ou internacionais, abertas, até que acontece nas pequenas emissoras locais de baixo alcance, ou o produzido por produtores independentes e por grupos de intervenção em canais de acesso público' (MACHADO, 2000, p.19 e 20).

É notável que a televisão passou por grandes mudanças desde sua descoberta. Em seu início, funcionava de forma improvisada e isso não preocupava seus idealizadores, visto que eram poucos os equipamentos disponíveis nas cidades. Como o rádio ainda era o meio de comunicação mais prestigiado na época, a aposta foi levar os locutores também para a televisão.

No início da década de 1960 a televisão ainda estava engatinhando e os profissionais se ajustavam a esse novo meio de comunicação. Mesmo com essa novidade às portas, o rádio se manteve ainda por muito tempo campeão de audiência. Para começar a ganhar a atenção dos ouvintes, o jeito foi colocar os locutores para trabalhar também na tevê (...) Enquanto o rádio vivia, ainda na década de 1950, seu apogeu, a televisão começava a despertar timidamente, o interesse do grande público. É que não foi tudo maravilhoso no começo, em um passe de mágica, como podem pensar alguns. Tudo era ainda muito experimental e a área de cobertura, muito pequena. Um dos trabalhos de expansão era o de saber onde conseguir imagem e som, além de batalhar para que isso acontecesse. (...) Com equipamentos muito precários e em preto e branco, os programas eram, em sua maioria, criados, dirigidos e apresentados por profissionais que trabalhavam nas rádios e lavavam para a telinha todas as características das ondas curtas e médias (MOREIRA, 2010, p.92).

Pode-se notar então a evolução que a televisão teve com o passar dos anos. Desde avanços tecnológicos até as estratégias montadas para que o público enxergasse a televisão como um novo meio de comunicação. Passados muitos anos, a televisão no Brasil chega a uma nova fase. Atualmente está passando por uma fase de transição para a transmissão digital, que proporciona uma qualidade superior de som e imagem. A TV Digital no Brasil teve sua estreia oficial às 20:30 do dia 2 de dezembro de 2007, na cidade de São Paulo, após cerca de seis meses de transmissões experimentais. A inauguração da nova transmissão foi transmitida por todas as emissoras.

Agora parte-se para o referencial de telejornalismo, a prática profissional do jornalismo aplicada a televisão.

2.1 Telejornalismo

O telejornalismo no Brasil surgiu nos anos 50 com a TV Tupi, que foi ao ar com o papel exclusivo de apresentadora de espetáculos. Mais tarde, Heron Domingues, o Repórter Esso do radiojornalismo, transforma-se numa das maiores expressões do telejornalismo nascente. Sem explorar imagens, o que fazia era rádio na televisão. Até o início da década de 60, não existiam redatores e locutores no universo da TV. Sem as imagens, sem redação própria e sem o recurso de câmeras, os telejornais apostavam tudo no locutor. Alguns anos depois, alguns telejornais adotaram novos formatos que duram até hoje, como por exemplo, o Jornal Nacional.

Telejornalismo é conhecido como a prática profissional do jornalismo aplicada à televisão. Os telejornais são programas que podem durar de segundos a horas e divulgam notícias dos mais variados tipos, utilizando imagens e sons e geralmente são narrados por um apresentador, que na televisão costumeiramente é chamado de âncora. Os canais de televisão podem apresentar telejornais como parte da programação normal transmitida diariamente ou mais freqüentemente, em horários fixos.

O público de televisão tem buscado a cada dia uma notícia com maior credibilidade e fatos mais aprofundados. Como a televisão disputa espaço com demais meios de comunicação, faz-se necessário cada vez mais, profissionais que consigam dar conta do recado. Neste sentido, "O público quer o melhor. Jornalismo não é improvisar, porque é ciência e é arte. As informações pela televisão devem ser planejadas, obtidas, selecionadas, redigidas e editadas por técnicos em cada uma dessas especialidades. Há um vocabulário próprio para cada informação levada ao público" (CUNHA, 1990, p.9).

Para Klein, "as notícias de televisão ocupam lugares estratégicos na programação das redes e nos discursos midiáticos contemporâneos e, embora sejam a principal fonte de informação de grande parte da população, ainda não possuem o mesmo destaque como objeto de investigação. As notícias ou reportagens de televisão, do ponto de vista da produção, são o resultado da construção de imagens e de textos" (KLEIN, 2013,p.20).

As informações essenciais não podem ser suprimidas. As notícias devem trazer detalhes básicos para que possam ser compreendidas. As várias faces de um acontecimento devem ser apresentadas. Na construção da notícia é preciso estar sempre atento para que aspectos da realidade não sejam ocultados nem silenciados. Os textos têm que buscar uma

objetividade possível, tomando-se cuidado em não alterar textos e documentos.

Alfredo Vizeu (2009), em seu artigo titulado 'O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica' destaca que "a investigação é da essência do jornalismo porque diminui a possibilidade do erro e do equívoco. Caso isso ocorra, ainda dentro das práticas jornalísticas, faz-se necessário retificar a informação publicada que se revela inexata. No entanto, uma das tarefas centrais do rigor do método, do conhecimento do Jornalismo, é evitar a ambigüidade na informação. Outro aspecto importante no atual processo de produção da notícia é sob a ditadura da audiência, da concorrência, precarizar a qualidade da informação noticiosa".

Assistir a um telejornal já faz parte da rotina de grande parte das pessoas. E mais do que isso, os telejornais tradicionais acabam fazendo parte do dia a dia dos espectadores, que criam um laço de afeto com o programa.

Em determinadas horas do dia, ou da noite – quando são apresentados os telejornais – milhões de brasileiros ligam seus receptores de televisão e, seguindo um ritual que exige absoluto silêncio e nenhuma interferência estranha, permanecem diante dele durante vários minutos, para saber o que de principal ocorreu no mundo. Esse ato rotineiro, que se incorporou aos hábitos da maioria, depende, por parte das emissoras, de um esquema gigantesco de atuação, rápido, seguro e eficiente, para que o locutor apareça no vídeo e leia a notícia precisa, concisa, atraente e, quando possível, ilustrada com cenas imóveis ou em movimento. É o mundo, o país, a cidade que entram em cada casa. São os telespectadores que recebem a edição extra, que narra pormenores da rendição do bando de sequestradores ou o resultado de um julgamento (CUNHA, 1990, P.9).

Desta forma, as emissoras de televisão tem entendido que se faz cada vez mais necessário investir em telejornalismo, pois é um produto que está sendo cada dia mais consumido pelos telespectadores.

A televisão por ter características bem próprias, que combinam, por exemplo, som e imagem, têm também uma maneira bem peculiar de transmitir a informação. O público de televisão não está lendo a notícia e não têm a possibilidade de voltar e reler quantas vezes julgar necessário, ele está vendo. Por este motivo, um dos principais critérios que se deve observar no jornalismo de televisão é a *clareza*.

A notícia pela TV não pode confundir quem a escuta. Seja em razão de um texto mal escrito, seja pelo uso de palavras inadequadas, seja por causa de uma narrativa com fio condutor ambíguo. A notícia não deve levar o espectador a parar por alguns momentos para refletir, tentando compreender o que acaba de ouvir. A informação precisa chegar a seu destino sem tropeços. A notícia não é inequívoca, em si. Ao ser divulgada não pode se tornar um jogo de palavras. A notícia não tem finalidade lúdica (CURADO, 2002, p.20).

Mas o elemento essencial para que a notícia seja transmitida é a *precisão*. A precisão demonstra a boa apuração, o que nem sempre é fácil de ser alcançado. “Para se obter a precisão é necessário que identifiquemos a origem da informação. Isso vai ajudar a estabelecer a hierarquia com confiabilidade” (CURADO, 2002, p.20).

As mídias que desembarcam informações nas redações são as agências, emissoras de rádio, jornais, revistas, internet, centros de pesquisa e assessorias de comunicação e relações públicas. Quando é pré-produzida para ser digerida e mostrada à audiência da TV, a informação deve ser avaliada com redobrado rigor. Ela tem uma motivação – não se discute a sua legitimidade – que não é necessariamente conhecida pelo jornalista que a digere e a divulga (CURADO, 2002, p.21).

Segundo Curado, precisão é mais do que ter os fatos corretos. A reportagem será, no conjunto, o espelho da verdade. Se existem conflitos de opiniões ou divergências na descrição de algum acontecimento, todos os pontos de vista devem aparecer no decorrer da reportagem. Da mesma forma, quando existem erros na divulgação de uma notícia, a falha deve ser corrigida o mais rápido possível e no ar. A verdade deve sempre ser reestabelecida com humildade. A clareza na postura do apresentador traz também um novo critério que é bastante importante, a *imparcialidade*.

O equilíbrio é imperativo. A reportagem revela os fatos em toda a extensão conhecida pelo jornalista. A criatividade ajuda na estrutura da reportagem, mas a boa frase não pode ser usada apenas para realçar o estilo do repórter ou do editor. Especialistas são ouvidos para que esclareçam dúvidas a respeito do assunto em questão e a variedade de opiniões é respeitada. A ênfase as diferentes visões terá a mesma força. Cabe ao jornalista confrontar todos os lados de uma questão para esclarecer os pontos obscuros e não para favorecer uma das partes. É possível que um tema não se esgote em uma única reportagem. Ao final da primeira, o

apresentador anuncia que o tema continuará a ser tratado sob outro enfoque, e informará a data e o horário da exibição (CURADO, 2002, p.22).

A imparcialidade se obtém com a investigação de fatos e não com opiniões a respeito dele. Fazer, por exemplo, com que uma pessoa que foi denunciada ou criticada em uma reportagem fale a respeito daquilo não é ser imparcial. Para Curado, o jornalista que se vale unicamente da manifestação verbal ou de uma entrevista está cometendo um pecado contra a verdade.

A conquista da clareza, da precisão e da imparcialidade depende da prática de um código pessoal de conduta. A Ética profissional não pode ser fiscalizada profundamente porque é originária nas intenções de cada um quando apura, escreve ou divulga uma informação; é de foro íntimo e resulta da soma dos valores que cada um de nós preza. Essa é a medida que não define apenas o bom jornalista, mas a pessoa, mesmo quando esta, sorrateiramente, tenta se esconder (CURADO, 2002, p.22).

Além das características elencadas no subtítulo anterior, a clareza, precisão e a imparcialidade devem ser critérios levados em conta, segundo Curado, quando se fala em jornalismo de televisão.

A seguir falaremos sobre formatos e elementos do telejornalismo.

2.2 Formatos e elementos do telejornalismo

Para que se possa estudar o programa Pampa Meio Dia Especial é necessário que se faça antes algumas considerações a cerca de qual seu formato jornalístico. Como um programa especial produzido anualmente pela emissora, ele se encaixa segundo Souza, na categoria informativa, gênero telejornal.

Porém, no manual de produção de programas da BBC, da Grã-Bretanha, encontra-se uma categorização dos programas de televisão:

Os programas devem sempre entreter e informar. 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. Programas com o propósito de informar são necessários em qualquer produção. 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.

Segundo José Carlos Aronchi de Souza em seu livro *Gêneros e formatos na televisão brasileira*, “o telejornalismo buscou outros formatos, além do tradicional. Por isso mantém-se em evidência em todas as grades de programação. Todos estes formatos tornam o gênero importante numa estratégia para modificar a imagem da emissora” (SOUZA, 2004, p.152).

Os programas da categoria informação poderiam estar reunidos em um único gênero: o do telejornalismo. Entretanto, isso não se dá, porque cada programa de telejornalismo apresenta características próprias.

Os departamentos de jornalismo das redes de televisão mantêm uma estrutura independente e com tecnologia para a produção de programas estritamente voltados para a categoria informação. As emissoras classificam de telejornalismo os noticiários, informativos segmentados ou não, em diversos formatos. Os programas do gênero telejornalismo apresentam múltiplas funções em face do desenvolvimento e aprimoramento do jornalismo no mundo (SOUZA, 2004, p.149).

Tendo então explanado brevemente sobre o gênero e formato jornalístico a qual se enquadra o objeto do presente estudo, se falará sobre elementos do telejornal.

Um telejornal é construído por diversos elementos. Aqui será explanado brevemente sobre bloco, boletim, chamada, escalada, espelho, notas cobertas e simples, off, passagem, reportagem e script, conforme a classificação de Squirra (1991):

- Bloco: Um telejornal é dividido em partes. Estas partes é chamada de blocos.
- Boletim: É um resumo do fato. Pode ser ao feito ao vivo do local do acontecimento ou de um estúdio, ou gravado.
- Chamada: São os principais assuntos do telejornal que rodam durante a programação como forma de atrair a atenção do telespectador.

- Escalada: São as manchetes do telejornal. Veiculada sempre no início de cada edição.
- Espelho: É o cronograma do jornal. Nele constam os materiais que serão veiculados, o tempo de entrada de cada matéria, notas, blocos, chamadas e o encerramento do telejornal.
- Nota coberta: A cabeça é lida pelo apresentador e na sequência o tempo é coberto com imagens.
- Nota simples: Nota lida pelo apresentador do telejornal sem imagem.
- Off: É o texto gravado pelo repórter, normalmente depois da construção da matéria. É a gravação da notícia.
- Passagem: É o texto gravado pelo repórter no local do acontecimento. A passagem é o momento em que o repórter aparece na matéria e é sempre incluída no meio da reportagem.
- Reportagem: É o material veiculado no telejornal. Neste contam offs, sonoras e passagem.
- Script: Também conhecido como 'lauda', é o material com algumas marcações especiais onde o repórter escreve o texto.

Tendo explanado brevemente sobre o gênero, formatos jornalísticos e elementos de telejornal, se falará agora sobre a equipe.

2.3 Equipe

Para que se obtenha êxito em um trabalho proposto, é muito importante que a equipe que o desempenhará esteja em harmonia. Contando com a participação de cada um empenhado em desenvolver suas funções, a probabilidade de o trabalho dar errado é muito menor. Considerando que todas as funções são importantes, neste tópico vamos falar essencialmente da importância do produtor, apresentador, cinegrafista, editor e editor chefe.

O trabalho de um produtor começa no dia anterior ou, no caso de programas especiais, dias antes do programar ser executado. É ele quem vai montar todo o roteiro do telejornal e estar atento a tudo que for acontecer durante o programa.

O produtor é o responsável por boa parte das condições materiais e do conteúdo do telejornal. Funciona como elo entre jornalistas e técnicos e acompanha a edição do programa desde o início. O produtor coordena a preparação do telejornal dentro e fora do estúdio, atento as condições necessárias para que o programa vá ao ar. É ele quem está mais envolvido na organização e apresentação do telejornal (BARBEIRO e LIMA, 2002, p.89).

A cara do telejornal, entretanto, serão os apresentadores. É importante que eles tenham boa postura e estejam calmos e confiantes. Desta forma, a notícia será transmitida de forma clara e os telespectadores sentirão maior confiança naquilo que está sendo passado.

O apresentador de programa jornalístico na TV não é artista nem notícia, trabalha com ela. Integra um processo para contar a uma parte da sociedade o que está fazendo. Não é a estrela do telejornal, mas é o rosto mais conhecido e familiar do telespectador. Obviamente a exposição no ar lhe dá notoriedade social que alguns confundem com prestígio social, motivo para que ele fiscalize o ego. A TV tem o atributo de incentivar o ego de algumas pessoas a ponto de pôr em risco a qualidade do noticiário (...) O âncora é o apresentador que acompanha e participa do processo de confecção do telejornal em todas as suas etapas. Deve acompanhar a evolução das notícias durante todo o dia, estando ou não na redação.” (BARBEIRO e LIMA, 2002, p.76).

A linguagem utilizada pelos apresentadores também é um fator determinante para o sucesso do telejornal. Para isso, algumas considerações podem ser feitas.

O que mais chama a atenção do público é a linguagem empregada pelo apresentador de um telejornal. Qualquer pessoa, mesmo analfabeta, não afeita a palavras veiculadas a livros, romances, escritos técnicos e científicos, quer entender a notícia. A linguagem do âncora obriga-se a um rótulo, que não pode de maneira nenhuma cair em uma qualificação muito simplista ou imprópria. Nítida, forte, concisa, correta, agradável e não afetada por expressões vulgares e supérfluas, suas linguagem será espontânea, pelo coloquial e informalidade, pela força de suas expressões e busca do termo exato proferido no momento exato (CUNHA, 1990, p.109).

O câmera é um profissional que tem grande relevância. Sendo o telejornal um programa televisivo, estamos diretamente falando de imagem. Sem ela, não existe telejornal. Por este motivo, se faz tão necessário o trabalho de um bom cinegrafista.

O que profissional que opera a câmera para um noticiário é tradicionalmente um profissional experiente. Sua responsabilidade consiste em posicionar a câmera, compor a imagem e filmar a cena. Operadores de câmera também são respeitados pelo conhecimento editorial obtido graças à sua experiência, embora o repórter seja nominalmente o responsável, se for sensato sempre ouvirá os conselhos do operador.” (YORKE, 1998, p.78).

Por último, mas não menos importante, falaremos do editor. A função dele é trabalhosa, dá pouca visibilidade ao jornalista, mas é de fundamental importância, uma vez que a edição é a montagem final da reportagem que vai ao ar no telejornal.

Editar uma reportagem para TV é como contar uma história, e como toda história e edição precisa de uma sequência lógica que pelas características do meio exige a combinação de imagem e sons. Os editores também escrevem cabeças e pés de matérias e notas que compõe o script do telejornal. Editam reportagens vindas de outras praças e são os primeiros a avaliar se determinada matéria deve ou não cair (BARBEIRO e LIMA, 2002, p.100).

Outra função importante é a do editor chefe. Ele é o jornalista responsável pelo conteúdo de cada edição do telejornal. Ele determina os temas que serão abordados, de acordo com a linha editorial do veículo. Escolhe também as matérias que vão entrar e a sua posição no espelho.

Embora as equipes estejam cada dia mais reduzidas por conta das melhores condições e da mais fácil operação dos aparelhos eletrônicos, é essencial salientar a importância de uma equipe que trabalha unida para garantir o sucesso do programa que se propõe a apresentar. No último subtítulo deste capítulo, falaremos sobre o roteiro.

2.4 O roteiro

O roteiro é parte essencial de um programa jornalístico. É ele quem vai nortear todas as ações dos apresentadores e onde vai constar tudo que deverá ser incorporado ao programa. Porém, isso não quer dizer que os apresentadores devam se delimitar aquilo que consta no roteiro. Ele deve servir como uma segurança, nunca como uma limitação.

Cunha fala sobre a pauta, mas tomaremos suas palavras para falar de roteiro:

A pauta não é uma camisa de força. Não obriga o repórter a limitar-se aos aspectos por ela levantados, nem o exime de tentar utilizar a sua criatividade para tentar ampliá-la. No entanto, tendo por base a pauta, é que será realizada a sua comunicação, esse ato ou efeito de emitir, transmitir e receber mensagem por meio de métodos ou processos convencionados. Através de sua linguagem falada ou de outros sinais, signos ou símbolos, sua reportagem será cumprida, com os meios necessários que a emissora lhe fornecerá (CUNHA, 2002, p.25).

Por conta dos imprevistos que podem ocorrer quando um programa é apresentado ao vivo, “a pauta e o roteiro na televisão tem uma importância maior que em outros veículos por suas peculiaridades. A atenção exigida aos detalhes necessários para a elaboração de uma reportagem na TV aumenta a importância do planejamento” (BARBEIRO e LIMA, 2002, p.111).

Resgatados os principais conceitos referentes a gêneros e formatos do telejornalismo, parte-se agora para o próximo capítulo, onde é possível compreender a teoria do *Newsmaking*, os valores-notícia e os critérios de noticiabilidade, que são usados na análise dos programas, objeto deste estudo.

3. NEWSMAKING E OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE NA TV

Para iniciar este capítulo é importante destacarmos os aspectos metodológicos que caracterizam o *Newsmaking*. “Todas as pesquisas do *Newsmaking* têm em comum a técnica da observação participante. Desta forma, é possível reunir e obter, sistematicamente, as informações e os dados fundamentais sobre as rotinas produtivas que operam na indústria dos *mass media*” (WOLF, 1985, p. 167).

Os dados são recolhidos pelo investigador presente no ambiente que é objeto de estudo, quer pela observação sistemática de tudo o que aí acontece, quer através de conversas, mais ou menos informais e ocasionais, ou verdadeiras entrevistas com as pessoas que põem em prática os processos produtivos. Os critérios específicos que presidem á escolha e à estruturação do material observativo que foi sendo acumulado, podem ser diversos, o que importa é que a fase de observação, isto é, da presença do investigador no local, esteja sempre ligada a hipótese de pesquisa, seja orientada segundo pressupostos teóricos precisos e não indiferenciada e casual (WOLF, 1985, p.167).

A forma como o investigador observa o objeto de estudo também pode implicar em algumas variáveis. “Quanto ao modo como o investigador se comporta na cena social que está a analisar, pode, igualmente, haver amplas variações que vão desde uma atitude de observador passivo, que reduz ao mínimo as interações com os indivíduos analisados, até uma atitude mais participativa e integrada” (WOLF, 1985, p.167).

Porém como toda linha de pesquisa, o *Newsmaking* também possui suas características particulares.

Uma característica da etnografia da comunicação, aplicada aos problemas do *Newsmaking*, é que permite a observação dos momentos e das fases de crise, quando se redefinem, de uma forma congruente, fenômenos e acontecimentos ambíguos, incertos ou pouco claros, ou quando há reorganizações parciais do trabalho ou ajustamento da linha editorial, que introduzem equilíbrios instáveis que devem ser estabilizados” (WOLF, 1985, p.168).

Mas quais os critérios de importância e noticiabilidade que norteiam a teoria do *Newsmaking*? De que forma os noticiários auxiliam na imagem de mundo que é passada a população e de que forma estas questões influenciam no momento da produção da notícia? “Esta abordagem articula-se principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos” (WOLF, 1985, p.169).

O objetivo declarado de qualquer órgão de informação é fornecer relatos dos acontecimentos significativos e interessantes. Apesar de ser, evidentemente, um propósito claro, este objetivo é, como muitos outros fenômenos aparentemente simples, inextricavelmente complexo. O mundo da vida cotidiana – a fonte das notícias – é constituído por uma superabundância de acontecimentos” (WOLF, 1985, p.169).

E é aí que mora o desafio dos jornalistas. Saber extrair desta abundância de acontecimentos aquilo que de fato tem potencial para virar notícia.

Estas exigências, que são devidas a superabundância de fatos que acontecem, indicam que os órgãos de informação, para produzirem notícia, devem cumprir três obrigações:

1. devem tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido (inclusive os que são excepcionais) como acontecimento notável.
 2. devem elaborar formas de relatar os acontecimentos que não tenham em conta a pretensão de cada fato ocorrido a um tratamento idiossincrásico.
 3. Devem organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de uma forma panificada.
- Estas obrigações estão relacionadas entre si (WOLF, 1985, p.169).

Porém nem sempre o profissional jornalista tem autonomia para decidir que determinado acontecimento tem potencial para virar notícia. Muitas empresas de comunicação atualmente interferem nesta escolha.

Há as restrições ligadas á organização do trabalho, sobre as quais se criam convenções profissionais que determinam a definição de notícia, legitimam o processo produtivo, desde a utilização das fontes até a seleção dos acontecimentos e às modalidades de confecção, e contribuem para se precaver contra as críticas do público” (WOLF, 1985, p.170).

Apesar desta interferência que sofrem alguns veículos de comunicação na tomada de decisões sobre o que virará ou não uma notícia, é importante que os jornalistas tenham sempre em mente e respeitem as obrigações, acima já citadas, que um fato deve ter para virar acontecimento.

A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas – para adquirirem a existência pública de notícias. Tudo o que não corresponde a esses requisitos é excluído, por não ser adequado as rotinas produtivas e aos cânones da cultura profissional. Não adquirindo o estatuto de notícia, permanece simplesmente um acontecimento que se perde entre a matéria prima que o órgão de informação não consegue transformar e que, por conseguinte, não irá fazer dos conhecimentos do mundo adquiridos pelo público através das comunicações de massa. 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, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 1985, P.170).

Mas quais os fatos cotidianos são realmente importantes?

A notícias são aquilo que os jornalistas definem como tal. Este assunto raramente é explicitado, visto que parte do modus operandi dos jornalistas é que as coisas acontecem ‘lá fora’ e eles limitam simplesmente a relatá-las. Afirmar que fazem ou selecionam arbitrariamente as notícias, seria contrário a sua posição epistemológica, uma teoria do conhecimento implícita, construída a partir de conhecimentos práticos para resolver exigências organizativas (WOLF, 1985, p.171).

Desta forma se entende que os jornalistas não precisam explicitar de que forma e por quais motivos decidiram transformar um fato em um valor noticiável. Vale lembrar também que a notícia não deve - em hipótese alguma - ser manipulada, ou alterada a partir de sua forma natural. Pode sim ser organizada pelo jornalista de acordo com aquilo que aos seus olhos parece ser mais importante, mas de nenhuma forma, a notícia deve ser inventada ou modificada a fim de causar impacto.

A notícia é o produto de um processo organizado que implica uma perspectiva prática dos acontecimentos, perspectiva essa que tem por objetivo reuni-los, fornecer avaliações, simples e diretas, acerca de suas relações, e fazê-lo de modo a entreter os espectadores. A definição e a escolha daquilo que é noticiável – em relação aquilo que, de contrário, não é –, são sempre orientadas pragmaticamente, isto é, em primeiro lugar, para a factibilidade do produto informativo a realizar em tempos e com recursos limitados. Essa factibilidade contribui para descontextualizar ou para remover um acontecimento do contexto em que se verificou, para o poder recontextualizar dentro das dimensões do noticiário (WOLF, 1985, p.172).

Contudo, o tempo enxuto dos telejornais não permite com que se vá a fundo em determinadas notícias, o que muitas vezes acaba passando uma visão superficial dos acontecimentos aos espectadores. Aí está mais um grande desafio do jornalista: saber utilizar o pouco tempo que tem disponível para passar as informações que serão mais úteis aos receptores.

Os limites rígidos de duração dos noticiários e das suas dimensões, fazem com que os dois ou três minutos das notícias maiores não sejam suficientes para se fornecer o contexto histórico ou geográfico da maior parte dos acontecimentos (...). A atenção centra-se no que acontece e não nos seus objetivos ou nas duas causas profundas. Esta limitação do tempo disponível provoca, inevitavelmente, a imagem de uma sociedade instável. Essas características de fundo são atribuíveis as modalidades produtivas da informação: o conjunto de fatores que determina a noticiabilidade dos acontecimentos permite efetuar, quotidianamente, a cobertura informativa, mas dificulta o aprofundamento e a compreensão de muitos aspectos significativos dos fatos apresentados como notícias. A noticiabilidade, portanto, constitui um elemento da distorção involuntária contida na cobertura informativa dos mass media (WOLF, 1985, p.173).

A noticiabilidade de um acontecimento, embora possua alguns critérios definidos para sua veiculação, é sempre bastante influenciada de acordo com as pretensões do jornalista ou do veículo de comunicação a que ele pertence. “Isso significa que os critérios de relevância são, por um lado, flexíveis e variáveis quanto a mudança de certos parâmetros e, por outro lado, são sempre considerados em relação a forma de operar do organismo que faz a informação” (WOLF, 1985, p.173).

A imagem de um rigidamente fixado e de uma avaliação esquematicamente pré-ordenada da noticiabilidade é desviante: as suas margens de flexibilidade e de ajustamento introduzem a avançar uma hipótese sobre o caráter negociado sobre os

processos de produção de informação. Isto é, o produto informativo parece ser o resultado de uma série de negociações, pragmaticamente orientadas, que tem por objeto o que é publicado, e o modo como é publicado, no jornal e o que é transmitido, e o modo como é transmitido, no noticiário ou no telejornal. Essas negociações são efetuadas pelos jornalistas em função de factores com diferentes graus de importância e de rigidez e em diferentes momentos do processo produtivo. (MAGISTRETTI, 1981).

Para Wolf (1985, p.174), “a presença de modelos e valores profissionais partilhados e estreitamente ligados aos procedimentos rotineiros, é um aspecto essencial que se verifica igualmente nas análises da produção de comunicação de massa fora da informação diária. No setor dos programas jornalísticos de atualidade, observa-se também uma distorção involuntária análoga à da noticiabilidade”.

Exemplos disso são relatados no livro *Teorias da Comunicação*, de Mauro Wolf, que relata uma experiência vivida por Philipp Eliott:

Que no fim de uma análise pormenorizada da história da produção e realização de uma série de transmissões da Associated Television dedicadas ao tema do preconceito nas suas várias componentes e manifestações, salienta a diferença que existe entre apresentar um assunto através da televisão e relatá-lo de uma forma significativa e com uma exposição coerente: as principais características da produção televisiva permitem alcançar o primeiro objetivo, tornando, pelo contrário, extremamente difícil e improvável, o segundo. O status de não-especialista que tem o comunicador, os critérios produtivos vigentes, a natureza do meio de comunicação, o desejo que os comunicadores têm de guardar as distâncias das suas fontes, as opiniões que tem acerca das reações do público, tudo isso impediu que o programa televisivo se transformasse num relato coerente do assunto tratado (ELIOTT, 1972, 149).

Para Wolf, distorção, fragmentação, dificuldade de argumentar e tratar, de uma forma aprofundada e coerente, os temas apresentados, são, pois, características imputáveis, por um lado, à maneira como se desenrola a produção televisiva e, por outro, aos valores e à cultura profissional que os jornalistas interiorizam e põe em prática. A ligação entre as duas ordens de fatores é muito mais estreita e cada uma delas acaba por reforçar a outra, tornando-as assim, ainda mais vinculativas.

Os critérios substantivos do *Newsmaking* aparecem, essencialmente, em dois fatores: a importância e o interesse da notícia. Segundo Wolf (1985), o critério de importância é determinado por quatro variáveis:

- *Grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no fato noticioso, seja no que diz respeito a instituições governamentais, quer seja a outros organismos e hierarquias sociais.*

Neste valor notícia quanto mais o acontecimento disser respeito às pessoas da elite, mais provavelmente se transformará em notícia. A importância, muitas vezes é aplicada a notícia políticas ou estrangeiras.

- *Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional.*

O segundo fator que determina a importância de um acontecimento é a sua capacidade de influir ou de incidir no interesse do país. A sua relevância quanto ao sistema de valores ideológicos e aos interesses do país em questão, determina a importância de um acontecimento.

- *Quantidade de pessoas que o acontecimento envolve.*

Quanto mais elevado for o número de indivíduos que o que a notícia diz respeito ou quanto mais elevada por a presença de ‘grandes nomes’ numa ocasião formal, maior é a visibilidade desses acontecimentos e, por conseguinte, maior é seu valor/notícia.

- *Relevância e significatividade do acontecimento quanto a evolução futura de uma determinada situação.*

Um exemplo deste fator está na cobertura reservada aos primeiros episódios de acontecimentos que tem uma duração prolongada.

Já o critério de interesse está ligado a visão que os jornalistas tem do público e da capacidade de ligarem os fatos ao entretenimento. “São interessantes as notícias que procuram dar uma interpretação de um acontecimento baseada no aspecto do interesse humano, do ponto de vista insólito, das pequenas curiosidades que atraem a atenção” (Wolf, 1985).

Tendo esta base sobre o que diz e o que rege a teoria do *Newsmaking*, se falará sobre os critérios de noticiabilidade.

3.1 Critérios de noticiabilidade

Nem tudo é notícia. Por este motivo, selecionar o fato que tem potencial para virar um acontecimento é uma das tarefas do jornalista. Os critérios de noticiabilidade, porém, variam

de acordo com a visão de cada jornalista, com a empresa de comunicação em que ele atua e de acordo com o público alvo que ele pretende atingir. Desta forma, Mauro Wolf (1985, p.175) relata: “Definida a noticiabilidade como o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há de se selecionar as notícias, podemos definir os valores/notícia como uma componente da noticiabilidade”.

Porém os valores notícia não estão presentes somente no momento de seleção das notícias, mas sim espalhados por todo o processo de produção.

Os valores/notícia utilizam-se de duas maneiras. São critérios de seleção dos elementos dignos de serem incluídos no produto final, desde o material disponível até a redação. Em segundo lugar funcionam como linhas guia para a apresentação do material sugerido o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na preparação das notícias a apresentar ao público. Os valores/notícia, são, portanto, regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redatoriais. (Golding – Elliott, 1979, 114).

Porém, os valores notícia operam ainda de uma maneira peculiar.

A seleção das notícias é um processo de decisão e de escolha realizado rapidamente. Os critérios devem ser fácil e rapidamente aplicáveis, de forma que as escolhas possam ser feitas sem demasiada reflexão. Para além disso, a simplicidade do raciocínio ajuda os jornalistas a evitarem incertezas excessivas quanto ao fato de terem ou não realizado a escolha apropriada (WOLF, 1985, p.176).

É importante destacar, porém, que a seleção dos valores/notícia deve ser feita de forma rápida, entretanto, levando em consideração que os valores devem ser flexíveis.

Das duas considerações gerais que falta fazer, a primeira diz respeito ao caráter dinâmico dos valores/notícia: mudam no tempo e, embora revelem uma forte homogeneidade no interior da cultura profissional – para lá de divisões ideológicas, de geração, de meio de expressão, etc. – não permanecem sempre os mesmos. Isso manifesta-se claramente na especialização temática que, num determinado período histórico, os meios de informação conferem a si próprios. Assuntos que, há alguns anos, simplesmente não existiam, constituem atualmente, de uma forma geral,

notícia, demonstrando a extensão gradual do número e do tipo de temas considerados noticiáveis (...). Outro exemplo é a cobertura informativa que os mass media reservam aos movimentos de opinião que se solidificam na sociedade civil em torno de problemas simples, ultrapassando as tradicionais divisões e estratificações ideológico-partidárias. Tais movimentos começam a constituir notícia, a ultrapassar o limiar da noticiabilidade, quando se considera que se tornaram suficientemente significativos e relevantes para irem ao encontro das exigências dos mass media. Isto é, estabelece-se uma integração entre as estratégias de noticiabilidade adotadas pelos movimentos e os valores/notícia (WOLF, 1985, p. 177 e 178).

Para Wolf, os valores/notícia derivam de pressupostos implícitos ou de considerações relativas:

1. às características substantivas das notícias, ao seu conteúdo;
2. à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo;
3. ao público;
4. à concorrência.

A primeira categoria de considerações diz respeito ao acontecimento a transformar em notícia, a segunda, diz respeito ao conjunto dos processos de produção e realização, a terceira, diz respeito à imagem que os jornalistas têm acerca dos destinatários e a última diz respeito às relações entre os mass media existentes no mercado informativo (WOLF, 1985, p. 178).

Mas Cunha acredita que a televisão chega a massa muito heterogênea, cujos gostos, atividades, necessidades e proveitos apresentam muitas variantes. Critérios, opiniões, interpretações, ideologia e juízos dos telejornalistas variam em relação às emissoras para as quais trabalham, visando muitas vezes seus benefícios comerciais, sua política social e cultural.

Para que se possa falar sobre os critérios de noticiabilidade elencados na produção do Pampa Meio Dia Especial, deve-se falar brevemente sobre quais critérios devem ser utilizados na hora de se fazer uma notícia.

O fazer notícia é estabelecer também seu discurso dialético, que não deve questionar e sim afirmar. Não pode contrapor formulações contraditórias, se bem que pode apresentá-las. Não busca investigar causas ou conseqüências, mas conseguir o resultado em uma investigação. Não cria avaliações empíricas. Toda notícia pode ser contestada, dependendo da relativa situação em que se encontre o seu emissor. Há uma relação de poder entre o telejornalismo e a emissora de tevê. Quem dispõe da palavra respalda-se de alguma credibilidade, relação essa quantificável e oferecida

pelo grau máximo de fé subscrito pelo apoio que a emissora de tevê nele deposita. Quem transmite a notícia é a emissora e não o repórter (CUNHA, 1990, p.16).

Para Cunha (1990, p.16) “outro critério para se fazer notícia é dependente da proximidade do fato com o telespectador. O ineditismo, a identificação do televidente com o fato, sua intensidade são fatores examinados pelo telejornalista”.

A prática jornalística automatiza a notícia. O telejornalista se vale de princípios que o norteiam no momento de evidenciá-la. Seus apelos – novos, inusitados – sua atualidade ou veracidade. Sua abordagem ou interligação de fatos. Aí entra a possibilidade da “manipulação”, quando a norma de julgamento e seleção do universo de informações se faz atendendo a princípios ideológicos e os de caráter administrativo, aqueles que estão no Manual de Redação do Telejornalismo ou quando não entra a necessidade do atendimento mercadológico da emissora (CUNHA, 1990,p.16).

Além disso, “examinar a maneira de propagar a notícia quando a dúvida de sua veracidade persiste, a ação, o agente, o modo, o lugar e o motivo cuidadosamente analisados eliminam a responsabilidade de quem a veicula” (CUNHA, 1990, p.16).

Como analisaremos no próximo capítulo mais detalhadamente, o PMD Especial é realizado anualmente em comemoração ao aniversário de Carazinho. Desta forma constitui-se em um evento. Mas de que forma se deve transformar um evento em notícia?

Para Cunha (1990, p.20), “o interesse humano é fator motivante da reação anímica do público, seja de lástima, simpatia, amor, admiração, curiosidade, surpresa e até comicidade”. Porém, o autor destaca ainda fatos por ordem de ocorrência que gerariam a curiosidade do grande público.

O primeiro momento, em que a notícia provém do interesse humano natural porque o televidente está muito próximo ao local do evento, como no caso da transmissão de um jogo de futebol local, incentivando-o a acompanhar ou saber o resultado da partida e mesmo assistir à transição televisiva. O segundo momento, em que a notícia surge a uma distância adequada do evento, é primordial para o grau de interesse do telespectador. Tudo o que se passe no Rio de Janeiro atrai a curiosidade de quem vive em São Paulo e vice versa. O terceiro momento se realiza através do distanciamento procurado pelo próprio telespectador, sabedor do sensacionalismo provocado no texto ou na imagem (CUNHA, 1990, p.21).

Cunha (1990) acredita ainda que a mensagem da televisão visa a sua universalidade. O que interessa é essa necessidade de padronizar o conteúdo nela expresso, capaz de condicioná-lo a um índice optimum de aprovação por parte do telespectador, um indivíduo qualquer, com aquele repertório e conhecedor dos signos mensagísticos rotineiros postos na tela de seu aparelho de televisão.

Tendo como base esta breve introdução sobre os valores/notícia, se falará agora sobre alguns critérios de noticiabilidade, como proximidade, notoriedade, interesse humano e entretenimento.

Para Wolf (1985, p.182) “proximidade, quer como vizinhança geográfica, quer como afinidade cultural. As notícias são culturalmente próximas, se se referem a acontecimentos que entram na esfera normal de experiência dos jornalistas e do público, os que implicam uma esfera partilhada de linguagens e pressupostos culturais comuns (...). A proximidade geográfica refere-se simplesmente à regra prática da prioridade das notícias internas e que estão à disposição, em relação às notícias externas, de acordo com a sua proximidade em relação ao público”.

Já o critério da notoriedade foi elencado por se tratar de uma data comemorativa que merecia ser lembrada e comemorada de forma especial. Assim sendo, “a notoriedade se refere a uma pessoa, animal ou coisa, lugar ou momento que tem fama, relevância, destaque ou que é amplamente conhecido” (CUNHA, 1990, p.14).

O interesse humano diz respeito, segundo Cunha (1990, p.14) a “fatos capazes de provocar no ânimo popular um jogo emocional, inspirando sentimentos de admiração, de lástima, de alegria ou tristeza, com o objetivo de entreter, educar ou passar o tempo, mais do que noticiar propriamente”. Com base neste critério, foram mostrados fatos que aliados ao critério da proximidade, conseguiram prender a atenção dos espectadores por conta da carga emocional que traziam.

Já o entretenimento para Cunha (1990, p.15) são os “fatos que relaxam a tensão e descarregam o espírito, distraem e alimentam sonhos e ambições”. Assim buscou-se mesclar as informações que deveriam ser passadas naquele programa especial com o entretenimento, que esteve presente durante toda a programação, através de apresentações musicais e artísticas.

Além destes, outros critérios importantes são a morte, notoriedade, relevância, tempo, inesperado, novidade, notabilidade e infração. Neste tópico, de forma breve, foi explanado sobre os critérios de noticiabilidade. A seguir, se falará de forma mais específica sobre a proximidade como critério.

Muitos pesquisadores tem colocado a proximidade como um dos principais critérios de noticiabilidade. De fato, nos telejornais do interior, ela é a principal norteadora do que vira ou não um noticia. Seja pela proximidade geográfica ou temática, tudo que é próximo acaba ganhando destaque no jornalismo do interior.

A proximidade geográfica diz respeito a proximidade espacial, aquilo que está ligado de forma direta à convivência das pessoas e geram assim uma maior interação. Aqui são as notícias da rua, do bairro, da cidade ou da região onde moram que ganham destaque. A segunda, proximidade temática, diz respeito às notícias trocadas pelos grupos que buscam partilhar informações, seja pelo interesse por temas comuns ou pelas expectativas partilhadas.

A proximidade é tida como um valor notícia fundamental da cultura jornalística e este critério, aparece, inclusive, interligado a outros critérios como de interesse humano e relevância. Tudo aquilo que está próximo chama a atenção do público de alguma forma.

A seguir se falará de forma mais específica sobre os critérios de noticiabilidade na TV.

3.2 Critérios de noticiabilidade na TV

Para Curado (2002), o jornalismo é a busca pela verdade. Entretanto, o que é verdade para um jornalista pode não ser para o outro. O que será transformado em notícia é aquilo que o profissional entendeu e organizou como tal para divulgar, portanto, subtende-se, que existam verdades diferentes umas das outras. Todavia, para que a verdade seja exposta, alguns cuidados podem ser tomados na prática do jornalismo e algumas características tem que ser levadas em conta, como por exemplo, ideologia, simplificação, fragmentação, banalização, imediatismo, urgência e a imagem.

A ideologia diz respeito a forma de pensar do jornalismo. Não existe uma notícia neutra. “Essa maneira de pensar pode ser consistente, organizada, complexa, integrada ou, simplesmente resultante de uma experiência não refletida. É essencial que consideremos que

todo pensamento sistematizado serve s um propósito e nunca é inocente ou gratuito” (CURADO, 2002, p.170).

No jornalismo de televisão a ideologia é transmitida por um sistema de linguagem que rege a maneira como é capturada a imagem até a forma como é encadeada a narrativa – edição. Não há cena aleatória, ou palavra que não tenha significado ideologizado; pouco importa se o repórter ou o editor tenha absoluta consciência disso (CURADO, 2002, p.170).

Outro critério a ser observado é a simplificação, ou seja, a forma com que o jornalista consegue reduzir a realidade nos seus aspectos mais visíveis e superficiais. “A facilidade com que se juntam imagens encadeiam momentos visualmente dramáticos corrompe a missão jornalística de informar, em oposição à de simplesmente distrair a audiência” (CURADO, 2002, p.170).

A simplicidade é a busca dos elementos fundamentais da notícia e sua correta organização produz a síntese e não o resumo ou a leitura trivial dos fatos. O efeito obtido quando se aplaina, ou se reduz o acontecimento revoga a regra jornalística fundamental que exige a divulgação dos fatos dentro de uma proporção ou equivalência a sua verdadeira importância (CURADO, 2002, p.171).

Essa característica é decorrente da compreensão do fato e das consequências que ele pode gerar. Levando em consideração o impacto coletivo que ele pode causar a relevância histórica que traz e não apenas apelando pelo ineditismo.

Seguindo na mesma linha, uma outra característica importante a ser observada na televisão é a fragmentação. O que conduz uma reportagem não pode ser apenas a seleção de belas imagens. Caso isso ocorra, não se está produzindo uma notícia, e sim um clipe jornalístico. A informação na sua essência nunca pode ficar em segundo plano, deixando que a estética através da edição prevaleça na construção da notícia.

A banalização também é uma característica que diferencia o jornalismo de TV. Só se deve noticiar caso o fato seja mesmo uma novidade. Há de se haver algo inédito em cada acontecimento para que ele possa virar uma notícia e não apenas ser tratado de forma

superficial como as notícias que possuem os mesmos elementos básicos. Jornalismo é novidade.

Outro aspecto que deve ser observado é o imediatismo. Com a correria nas redações e o tempo cada vez mais escasso para as produções, acaba-se por favor um jornalismo sempre igual, sem muitas novidades. Não há tempo para inovar, para pensar de forma diferente, para surpreender.

O imediatismo dá pouco espaço para a reflexão e fortalece as decisões mecanizadas. Esta automação inibe o pensamento crítico e apenas tenta conformar o trabalho realizado a um modelo testado, é um grande defeito na prática do jornalismo. O uso de um modelo rígido em uma investigação e em uma narrativa produz estereótipos e deixa de fora tudo que não está catalogado. A valorização dos aspectos que geram uma imediata percepção e entendimento é o caminho mais seguro para o jornalismo espetáculo (CURADO, 2002, p.172).

Mas a urgência, outra característica importante a ser destacada, é o ingrediente básico do imediatismo.

É a maneira como é feita a avaliação dos acontecimentos. A urgência transforma a hierarquia dos fatos na corrida pelo já! Não há tempo para avaliar a dimensão e a importância de um evento. A opção é dirigida pela espetaculosidade do evento. Trata-se do jornalismo cometa! A meta é ser o primeiro a oferecer ao espectador “as primeiras imagens” imediatamente – a frente da concorrência, posta nos calcanhares e com as mesmas motivações. A urgência faz parte de uma lógica comercial imbatível: os índices de audiência do show (CURADO, 2002, p.172).

Essa urgência faz também com que as notícias girem sempre em torno uma da outra. Uma informação chama a outra e assim sucessivamente, até que isso vire uma sequência. E o que estimula isso, muitas vezes, são as velhas e fiéis fontes. O que faz com que as agendas telefônicas percam o sentido, porque as fontes de consulta são, na maioria das vezes, as mesmas.

E para finalizar este capítulo, será abordada a última característica peculiar da televisão: a imagem. “O jornalismo de TV opera num limite que ameaça a missão de informar, fortalecendo um clichê cada vez mais difundido: o império da imagem. É ela, num entendimento corriqueiro, que valoriza a notícia” (CURADO, 2002, p.173).

Curado ressalta que a imagem em televisão não é mais importante do que a palavra. De nada adianta as imagens rodando se não houver alguém descrevendo o que está acontecendo. É a palavra que traduz e dá a dimensão ao vídeo.

A imagem é a aparência do fato, mas não é o fato. O jornalismo precisa ter as referências do contexto, as conexões que demonstram como o fato aconteceu para o entendimento do que o vídeo capta, e não o inverso. Isso não significa que as palavras devam ser abundantes: devem ser precisas. É preciso insistir neste ponto (CURADO, 2002, p.173).

Após o resgate dos conceitos relacionados à prática do telejornalismo e a abordagem do *Newsmaking* e dos critérios de noticiabilidade que norteiam a prática jornalística, parte-se agora à fase de análise do objeto deste estudo, a partir de uma metodologia, explicitada no capítulo seguinte.

4. METODOLOGIA E ANÁLISE

4.1 Metodologia

O questionamento que motiva este estudo é entender quais as estratégias utilizadas para produzir o Pampa Meio Dia Especial em comparação com a edição convencional do Jornal da Pampa.

Para a realização deste projeto de pesquisa será usada a metodologia descritiva/analítica, investigando o Pampa Meio Dia Especial utilizando métodos descritivos e analíticos. Para o estudo, será utilizada a teoria do *Newsmaking*, analisando o programa realizado no dia 24 de janeiro de 2015 ao vivo da praça central de Carazinho e duas edições do Jornal da Pampa, veiculados nos dias seis e sete de setembro de 2015.

Serão analisados aspectos como editorias, formatos dos programas, tempo de exibição, equipe envolvida com os telejornais, critérios escolhidos para a definição dos conteúdos, buscando o que difere o programa especial de um tradicional, com base na teoria do *Newsmaking*, observando as rotinas produtivas e os critérios de noticiabilidade empregados nas edições.

Apresentados os conceitos iniciais de telejornalismo e de *Newsmaking*, teoria que dá base a esta pesquisa, parte-se agora a fase de descrição e análise. Para isso, serão observados três programas da TV Pampa, a partir de uma metodologia aplicada, com o objetivo de compreender quais as estratégias são utilizadas pela produção do Pampa Meio Dia Especial em comparação ao Jornal da Pampa.

4.2 A TV Pampa e o telejornalismo regional como objeto de estudo

Se o jornalismo de televisão é um importante espaço na construção de sentidos do nacional, se acredita que o telejornal local funcione como fator determinante para a reconstrução de uma cultura do local, resgatando as raízes, e criando um vínculo entre público e emissora. Segundo Coutinho (2007), “percebemos que o conceito do jornalismo está associado a um lugar de referência para a construção da realidade. Nesse sentido, passa a

ganhar importância o conhecimento sobre a localização na qual se constituem os laços entre emissora e telespectador, ou seja, entre a televisão e a sociedade, para se chegar ao conceito de construção da identidade”.

Enquanto a mídia insere a população no espaço público, influenciando o sentimento de pertencimento, quando as notícias se referem à cidade em que o telespectador está, esta ligação se torna ainda mais estreita. “No momento em que a globalização nos atinge com a ampliação do universo de informações e a facilidade de acesso para obtê-las, a cidade torna-se o lugar em que o indivíduo se reconhece, para além das transmissões televisivas. O indivíduo pertence a ela” (COUTINHO, 2007). A proximidade entre telespectador e empresa de comunicação é a responsável pela produção dos vínculos sociais e essas representações contribuem para a manifestação das ilusões e paixões de identidade local.

Segundo documentos internos da empresa, a história da Rede Pampa de Comunicação começou em 1970, com a compra de uma emissora de rádio em situação pré-falimentar - a Rádio Caiçara AM - até então com apenas meio *kilowatt* de potência e atravessando sérias dificuldades financeiras, com passivo elevadíssimo para seu porte. Através de uma equipe dedicada e lutadora, a Caiçara colocou-se, em curto prazo, entre as maiores audiências no Rio Grande do Sul.

O sucesso conquistado pela Rádio Caiçara permitiu que em 1977 já fossem quatro as emissoras adquiridas, fundindo-se na Rede Riograndense de Emissoras Ltda. Era constituída pela Rádio Caiçara AM, Rádio Pampa AM, Rádio Eldorado (na época AM, hoje FM) e Rádio Universal FM.

Em julho de 1980 surgiu em Porto Alegre a TV Pampa - canal 4, que iniciou suas atividades como emissora independente. A partir desse momento houve um significativo interesse da população do interior do Estado em receber as transmissões da TV Pampa. Para atender as necessidades desse importante mercado consumidor foram implantadas pela Rede outras emissoras de televisão: TV Pampa de Carazinho e TV Pampa de Pelotas, em 1987, e TV Pampa de Santa Maria, em 1991. Desde então, a Rede Riograndense de Emissoras passou a apresentar-se ao público como Rede Pampa de Comunicação.

Em 1983, a TV Pampa de Porto Alegre passou a transmitir a programação da Rede Manchete e, desde 1º de dezembro de 1997, a da Rede Record. A emissoras do interior do Estado - TV Pampa de Carazinho, TV Pampa de Pelotas e TV Pampa de Santa Maria – que

até outubro de 2003 transmitiam a programação do SBT, hoje também estão integradas à RedeTV!

Completando o grupo de comunicação, foi inaugurado, em 2 de julho de 2001, o jornal O Sul. De conteúdo qualificado, diagramação moderna e totalmente a cores, tem como filosofia o compromisso único com a verdade. Esse é um breve resumo da trajetória da Rede Pampa de Comunicação. Seus veículos, com estilos diferenciados, voltados a *targets* também distintos, possuem uma característica em comum: estarem em perfeita sintonia com seus públicos.

A TV Pampa Norte por questões de concessão tem sua geradora situada na cidade de Carazinho e sucursais em Ijuí, Passo Fundo e Cruz Alta (momentaneamente desativada por questões estratégicas de mercado). Ao todo conta com vinte e cinco funcionários e um prestador de serviços. Desse total, quatro são na área comercial compreendendo gerente da emissora e gerentes comerciais, nove fazem parte da equipe de jornalismo entre coordenação, operadores de câmera e repórteres, oito nos setores compreendendo produção, edição, supervisão e masters e outros quatro na área administrativa. Além disso, a emissora conta com um técnico prestador de serviço que cuida de toda rede da empresa.

4.3 Análise dos telejornais

O questionamento que motiva este estudo é entender quais as estratégias utilizadas para produzir o PMD Especial em comparação com um Jornal da Pampa convencional. Serão analisados aspectos como editorias, formatos dos programas, tempo de exibição, equipe envolvida com os telejornais, critérios escolhidos para a definição dos conteúdos, buscando o que difere o programa especial de um tradicional, com base na teoria do *Newsmaking* e os critérios de noticiabilidade empregados nas edições.

4.3.1 Programa Jornal da Pampa do dia 06 de setembro

O programa Jornal da Pampa do dia seis de setembro de dois mil e quinze foi ao ar às 18h55min e teve onze minutos e quarenta e um segundos de duração, sob a apresentação do jornalista Álvaro Damini. Durante o programa foram exibidas três reportagens, três notas cobertas simples e uma nota coberta com sonora e um boletim, divididos em dois blocos.

Os assuntos tratados no primeiro bloco desta edição do programa foram a apreensão de um adolescente que cultivava pés de maconha dentro da própria casa em Ijuí, o trabalho da corporação de bombeiros de Carazinho que realizou um combate a incêndio em uma residência, uma briga em um bar que resultou na morte de duas pessoas no município de Colorado e a discussão em torno da maioridade penal.

No segundo bloco do programa foi abordado o fechamento de uma unidade básica de saúde de Carazinho, a greve do poder judiciário em Ijuí e Passo Fundo e um flagra da equipe de reportagem de Ijuí, que observou o descarte irregular de resíduos em um rio. Neste programa foram veiculados materiais dos repórteres Daniela Secco, Débora Padilha e Gabriel Garcia, em parceria com os operadores de câmera Vinicius Siqueira, Michel Sanderi e Egomar Meotti.

A matéria que abriu o telejornal foi a que se referia ao adolescente infrator. A nota coberta foi produzida com imagens cedidas pela Polícia Civil de Ijuí e teve uma sonora do delegado responsável pelo caso. No material de trinta segundos pode-se observar os seguintes critérios: proximidade, inesperado e importância. Proximidade pela questão geográfica, lembrando que a TV Pampa Norte possui uma sucursal em Ijuí e inesperado porque este não é fato tão comum. Não são todos os dias que se apreendem adolescentes plantando maconha dentro da própria casa, por este motivo, se encaixam os já citados critérios.

Em seguida foi exibida uma nota coberta de quinze segundos. O destaque foi para a ação do corpo de bombeiros de Carazinho que atenderu uma ocorrência de combate a chamusca em um contêiner no centro da cidade. Levando em consideração que a sede da TV Pampa Norte é o município de Carazinho, nota-se uma proximidade muito grande com a população carazinhense. Por ter instigado a cidade por conta da movimentação dos bombeiros, este material ganhou destaque. Para tanto, foram observados os critérios de proximidade, infração e importância visto que a ação desencadeada resultou em um dano ao poder público, responsável pela manutenção dos contêineres.

O terceiro material exibido foi um boletim sobre uma briga em um bar que resultou em duas mortes no município de Colorado. O boletim feito do estúdio de Carazinho, pela repórter da sucursal, teve a duração de um minuto. Nele os critérios encontrados foram a importância, a proximidade, visto a proximidade geográfica dos municípios e a morte, valor bastante destacado nos telejornais regionais. Para fechar o bloco, foi exibida uma reportagem sobre a discussão acerca da redução da maioria penal. Foi abordada a situação do centro de atendimento socioeducativo (CASE) de Passo Fundo, dando ênfase à diminuição na reincidência de crimes por parte dos internos. O VT teve a duração de três minutos e os critérios observados foram o interesse, a notoriedade e a relevância, visto que este era, na época, um assunto amplamente discutido em âmbito nacional.

No Jornal da Pampa, cada final de bloco do programa encerra com imagens ao vivo ou inseridas. Nesta edição, foram inseridos cerca de dez segundos de imagens da avenida Brasil em Passo Fundo. Ao vivo do estúdio, o apresentador descreve as imagens e anuncia a hora e a temperatura na cidade naquele momento.

O segundo bloco iniciou com uma reportagem sobre o fechamento de uma Unidade Básica de Saúde de Carazinho e que estava acarretando alguns transtornos à população de um bairro da cidade. O VT teve a duração de um minuto e trinta e oito segundos e nele os critérios empregados foram o de importância, proximidade e relevância, visto a importância desta obra para um grande número de cidadãos carazinhenses.

Em seguida foram abordados os serviços que estavam sendo afetados com a greve do judiciário no município de Ijuí. A nota coberta contou ainda com sonora de um representante do movimento grevista e teve a duração de aproximadamente um minuto e trinta segundos e nela os critérios apresentados foram a importância, proximidade, relevância, visto que a paralisação de alguns serviços afeta de forma direta parte da população e ainda aparece o critério de noticiabilidade tempo, no que se refere ao desenrolar de um acontecimento, já que a greve já acontecia há dias e os manifestantes reivindicam alguns direitos. Na sequência a greve do judiciário de Passo Fundo ganhou destaque. A nota coberta teve trinta segundos e ao contrário do material anterior, deu destaque à uma manifestação que estava sendo organizada pelos grevistas para que o movimento ganhasse força. Neste caso, os critérios elencados foram o de proximidade e notabilidade, visto que a paralisação tinha por objetivo chamar a atenção quanto às condições enfrentadas pelos funcionários do poder judiciário.

O último material desta edição foi uma reportagem da equipe de Ijuí que flagrou o descarte irregular de detergentes em um rio por parte de duas empresas da cidade. O VT teve a duração de um minuto e quarenta segundos. Nele os critérios observados foram a importância, proximidade, a relevância, a notabilidade e a infração. Os últimos três critérios estão interligados, pois apontam uma falha e um problema ambiental, visto que o descarte irregular destas substâncias pode acarretar na morte de peixes.

Neste programa percebeu-se que o principal critério utilizado foi o da proximidade e de importância. É bastante comum os telejornais regionais utilizarem-se deste critério para definirem quais fatos viram ou não uma notícia, visto que o público alvo é bastante conhecido. A ligação da comunidade com o fato apresentado e de que forma elas poderiam ou não ser impactadas com aquela notícia foi um dos fatores determinantes para a definição dos conteúdos desta edição.

Observou-se que dos oito materiais veiculados nesta edição do programa, pelo menos sete deles utilizaram-se do critério de proximidade e de importância. Somente um destes materiais, que foi o que tratou sobre a redução da maioria penal se destacou dos demais, pois embora tenha apresentado a realidade do município de Passo Fundo quanto ao Centro de Atendimento Socioeducativo (CASE), se baseou em um tema discutido a nível nacional. Nesta reportagem, embora o critério de proximidade também estivesse presente, outros critérios como a notoriedade, interesse e relevância apareceram.

Tabela 1 – Levantamento do programa Jornal da Pampa – 06/09/2015

Matéria	Assunto	Formato	Crítérios de noticiabilidade
1	Adolescente cultiva maconha	Nota coberta	Proximidade, inesperado e importância
2	Bombeiros combatem chamas	Nota coberta	Proximidade, infração e importância
3	Mortes Colorado	Boletim	Proximidade, morte e importância
4	Redução maioria penal	Reportagem	Notoriedade, relevância e interesse
5	UBS fechada	Reportagem	Proximidade, relevância e importância

6	Greve judiciário Ijuí	Nota coberta com sonora	Proximidade, relevância, tempo e importância
7	Greve judiciário Passo Fundo	Nota coberta	Proximidade, notabilidade e importância
8	Descarte ilegal rio	Reportagem	Proximidade, relevância notabilidade, infração e importância

Fonte: elaborada pela autora

4.3.2 Programa Jornal da Pampa do dia 07 de setembro

O programa Jornal da Pampa do dia sete de setembro de dois mil e quinze foi ao ar às 18h55min e teve dez minutos e quarenta e nove segundos de duração. Sob a apresentação de Álvaro Damini, o programa contou com materiais dos repórteres Daniela Secco, Débora Padilha e Gabriel Garcia em conjunto com os operadores de Câmera Vinicius Siqueira, Michel Sanderi e Egomar Meotti.

Durante esta edição do programa foram exibidas três reportagens, um boletim, duas notas cobertas simples e duas notas cobertas com sonora, além de uma nota pelada. Estes conteúdos foram divididos em três blocos.

No primeiro bloco foram tratados assuntos como: a visita de um representante da polícia japonesa que veio a Passo Fundo para conhecer os moldes do policiamento comunitário na cidade, um homicídio em Carazinho, casos de dengue confirmados em Ijuí e obras para melhoria do tráfego em alguns bairros de Carazinho.

No segundo bloco os assuntos abordados foram a greve do INSS em Ijuí com levantamento dos serviços afetados e a greve em Passo Fundo e um projeto que visa a duplicação da BR 285 que passa pelo perímetro urbano de Ujuí. Já no terceiro bloco os assuntos que ganharam destaque foram a instabilidade climática nas cidades da região e a procura por roupas e alimentos por parte de pessoas de baixa renda em Ijuí.

A reportagem que abriu o telejornal era sobre uma visita de um representante da polícia japonesa que estava em Passo Fundo conhecendo o módulo de policiamento comunitário na cidade, que é referência no Brasil. O VT teve a duração de um minuto e vinte segundos e nele os critérios que mais apareceram foram o de importância, proximidade, visto que a visita estava sendo realizada em Passo Fundo, o de relevância, considerando a importância deste programa e o de notabilidade, já que o módulo é referência à nível nacional.

O segundo material teve como principais critérios observados a importância, a morte e a proximidade. O boletim, com duração de quarenta e cinco segundos, relatou o décimo terceiro homicídio registrado em Carazinho. A relevância e a notoriedade também apareceram neste material, visto que o número de homicídios na cidade cresceu de forma considerável com relação ao mesmo período dos anos anteriores.

Na sequência, foi lida uma nota pelada de vinte e três segundos sobre dois novos casos de dengue que haviam sido há pouco confirmados pela secretaria de saúde de Ijuí. Aqui além da importância, proximidade e notabilidade, a relevância também foi critério observado, já que na época, existia uma preocupação bastante grande com relação a esta doença e para fechar este bloco, foi veiculada uma nota coberta sobre uma galeria que estava sendo instalada pela secretaria de obras de Carazinho e que melhoraria o tráfego em dois bairros do município. Aqui, o critério que mais se destaca é o da proximidade e importância, visto que diz respeito basicamente à comunidade daquela cidade e afunilando um pouco mais, aos moradores dos bairros contemplados. A nota teve a duração de trinta segundos.

O segundo bloco foi aberto com uma nota coberta com sonora sobre a greve dos servidores do INSS de Ijuí. O material teve a duração de um minuto. Nele os critérios que mais apareceram foram o de importância, proximidade, o de relevância visto que a paralisação dos serviços afeta a população e o de notabilidade, já que toda greve tem por objetivo chamar a atenção para algo que não está contentando determinada categoria.

Na sequência, foi dado destaque a greve do INSS no município de Passo Fundo. A nota coberta com sonora teve quarenta e cinco segundos e abordou os serviços que estavam sendo realizados e aqueles que haviam sido paralisados na agência, além de ter um caráter mais de orientação, visto que o objetivo e as reivindicações dos trabalhadores foram abordados na nota anterior, então pode-se perceber que um material complementou o outro, embora realizados em cidades diferentes. Aqui novamente os critérios de importância, proximidade e notabilidade apareceram, além do interesse humano.

Para fechar o segundo bloco de notícias foi exibida uma reportagem sobre um projeto que previa a duplicação de um trecho urbano da BR 285 em Ijuí. Esta reivindicação já vinha há bastante tempo visto que a rodovia é responsável por ligar a região das Missões à região Noroeste do estado, porém cerca de nove quilômetros da rodovia passa pelo perímetro urbano de Ijuí, o que segundo moradores e autoridades locais, acabava prejudicando o próprio desenvolvimento econômico da cidade. O material teve a duração de um minuto e vinte e dois segundos e além de fontes oficiais, moradores relataram a importância da obra. Neste sentido, foram observados os critérios de importância, proximidade, relevância e notoriedade, considerando a ligação geográfica do município e o apelo da comunidade para com este projeto e apareceu também o tempo como critério, considerando ele como o desenrolar de um acontecimento, visto que essa era uma reivindicação antiga da comunidade.

No terceiro bloco o primeiro material veiculado foi uma nota coberta sobre as condições climáticas nas três cidades da região que possuem a sede e as sucursais da TV Pampa: Carazinho, Ijuí e Passo Fundo. A queda brusca nas temperaturas foi abordada, dando inclusive, uma projeção climática para o dia seguinte. Neste material, o critério proximidade foi bastante explorado, visto que se utilizaram das cidades polos para prender a atenção do telespectador. O interesse humano também aparece nesta nota, já que é um tema que diz respeito a todo público.

E puxando um gancho deste material, o VT que fechou o jornal foi uma reportagem sobre a doação de roupas e alimentos à pessoas de baixa renda de Ijuí e à entidades beneficentes. O material que contou com sonora de responsáveis pelos programas que realizam estas doações e também de pessoas beneficiadas, teve dois minutos de duração. Aqui apareceram os critérios de proximidade, relevância, notabilidade e interesse humano, já que o VT buscou também orientar tanto quanto quem pode receber às doações, quanto aqueles que podem doar.

Nesta edição, os dois blocos de notícias foram finalizados com imagens ao vivo da avenida Flores da Cunha em Carazinho. Do estúdio, o apresentador narrava as imagens e noticiava a hora e a temperatura na cidade naquele momento. As editoras que apareceram foram polícia, saúde, trânsito e geral.

Nesta edição, novamente o critério de noticiabilidade proximidade foi o mais utilizado. Os nove conteúdos veiculados no telejornal apresentam características muito fortes deste critério, que apresenta notícias que entram na esfera normal dos acontecimentos, porém,

dizem respeito e/ou impactam o público de determinada região. Além disso, o interesse humano, a notoriedade e a relevância apareceram em grande número. Os critérios, em determinado momento, acabam um levando ao outro, visto que os telejornais regionais têm esse caráter mais informativo e de preocupação quanto à construção da realidade social na qual estão inseridos.

Tabela 2 – Levantamento do programa Jornal da Pampa 07/09/2015

Matéria	Assunto	Formato	Crítérios de noticiabilidade
1	Policiamento comunitário	Reportagem	Proximidade, relevância, notabilidade e importância
2	Homicídio	Boletim	Proximidade, morte, notoriedade e importância
3	Dengue	Nota pelada	Proximidade, notabilidade, relevância e importância
4	Melhorias ruas	Nota coberta	Proximidade e importância
5	Greve INSS Ijuí	Nota coberta com sonora	Proximidade, relevância, notabilidade e importância
6	Greve INSS Passo Fundo	Nota coberta com sonora	Proximidade, notabilidade, interesse humano e importância
7	Duplicação BR 285	Reportagem	Proximidade, relevância, notoriedade e importância
8	Condições climáticas	Nota coberta	Proximidade e interesse humano
9	Doações	Reportagem	Proximidade, relevância, notabilidade e interesse humano

Fonte: elaborada pela autora

4.3.3 Programa Pampa Meio Dia de 24 de janeiro de 2015

O programa Pampa Meio Dia Especial foi ao ar no dia vinte e quatro de janeiro de dois mil e quinze e foi realizado ao vivo da praça Albino Hillebrandt de Carazinho, em comemoração aos 84 anos da cidade. O especial teve a duração de cinquenta e três minutos e quarenta e três segundos e foi apresentado pelos jornalistas Álvaro Damini, Daniela Secco, Débora Padilha e Gabriel Garcia.

Como um programa comemorativo, o Pampa Meio Dia Especial deu destaque à questões de diversos gêneros, porém, todas ligadas ao município de Carazinho. Tiveram atrações culturais, música, teatro, entrevistas com autoridades políticas e representantes da comunidade carazinhense, além de moradores da cidade, gastronomia e reportagens que destacavam a história e o comércio do município.

O programa iniciou com uma atração musical. Após cerca de trinta e cinco segundos de apresentação o jornalista Álvaro Damini abriu o especial dando as boas vindas ao público presente na praça e aos telespectadores que acompanhavam o programa. Depois os repórteres Daniela, Gabriel e Débora tiveram cerca de um minuto cada para se apresentar e falar sobre as atrações que integrariam aquele especial. Aproveitando o gancho, uma rápida entrevista foi feita com o primeiro convidado. Professor Delmar apresenta semanalmente no telejornal da TV Pampa Norte um quadro de gastronomia chamado ‘Santa Cozinha’ e preparou uma receita ao vivo durante o programa.

Feitas as apresentações, aproximadamente quatro minutos e meio foram dedicados à entrevista com o coordenador da Seara da Canção Gaúcha, evento tradicional em Carazinho e com o vencedor da Seara na categoria ‘Música mais popular’. Após breve conversa, a música vencedora foi apresentada ao público presente.

Na sequência o repórter Gabriel Garcia chamou uma reportagem sobre a história de Carazinho. O primeiro VT inserido no especial teve a duração de dois minutos e vinte e cinco segundos e tratou sobre uma exposição denominada ‘Carazinho ontem e hoje’. Um historiador falou sobre a origem e as riquezas do município e com imagens, a reportagem mostrou a evolução da cidade com o passar dos anos.

Completando vinte e cinco anos juntamente com o aniversário de Carazinho, o camping da Universidade de Passo Fundo no município também ganhou destaque. O diretor da unidade concedeu entrevista de cerca de três minutos falando sobre a data comemorada

pela instituição e sobre a parceria com a cidade. A entrevista foi conduzida pelo apresentador Álvaro Damini, que aproveitou a presença do então presidente da assembleia legislativa do Rio Grande do Sul, deputado Gilmar Sossela, para uma entrevista que não estava no roteiro do programa e que teve dois minutos e vinte e dois segundos de duração.

Finalizando o primeiro bloco do programa, a repórter Débora Padilha entrevistou o músico responsável pela música que abriu o programa. Ele falou de sua carreira, da ligação com o município de Carazinho e apresentou mais duas canções. Essa participação ganhou cerca de três minutos e trinta segundos. Foi também ao som dele, que o primeiro bloco comercial do programa especial foi chamado. Este primeiro bloco durou vinte minutos.

O segundo bloco deste programa especial teve a duração de vinte minutos e quarenta segundos e teve diversas atrações. A volta do bloco comercial contou com a apresentação de uma música vencedora da Seara da Canção, esta atividade teve aproximadamente trinta segundos. Em seguida, a repórter Daniela Secco apresentou mais uma atração artística. Durante um minuto e quinze segundos foi entrevistado um integrante de um grupo teatral independente de Carazinho que se apresenta já há quinze anos. Após falar sobre a história do grupo, rotinas e dificuldades enfrentadas, uma apresentação teatral que foi preparada especialmente para a data foi apresentada em um período de dois minutos.

Na sequência o deputado Ronaldo Nogueira, que é de Carazinho e estava participando da comemoração foi entrevistado em um minuto e puxando um gancho da própria entrevista com o político, voltaram ao quadro de gastronomia onde um pouco mais do prato preparado foi apresentado. A segunda participação do professor Delmar teve a duração de um minuto e quarenta segundos.

Depois disso, foi a vez da segunda reportagem gravada ser inserida no programa. O VT de dois minutos e vinte e cinco segundos tratou da emancipação de Carazinho e do quanto os pequenos comércios que se instalaram foram importantes para o desenvolvimento e crescimento do município.

Após a reportagem, o presidente da Câmara de Vereadores de Carazinho, Paulino de Moura foi entrevistado pela repórter Daniela Secco durante três minutos. Na oportunidade falou sobre as ações da casa e sobre a data comemorada.

A próxima atração do programa dava destaque as atividades voluntárias realizadas na cidade. Integrantes de um grupo que há anos se reúne para realizar ações em uma praça de Carazinho foram entrevistados. Durante a entrevista que durou dois minutos e quarenta

segundos e era conduzida pelo repórter Gabriel Garcia, imagens de ações anteriormente realizadas pelos voluntários cobriram a participação.

Seguindo explorando as ações sociais realizadas, a última entrevistada deste bloco foi a coordenadora do projeto Yacamim, desenvolvido há oito anos em Carazinho. Após falar durante três minutos sobre as ações do programa, conquistas e dificuldades enfrentadas, o grupo de alunos apresentou uma atração preparada especialmente em comemoração ao aniversário da cidade. A apresentação teve em média dois minutos e trinta segundos de duração e foi, com essa atração, que o segundo bloco do especial foi encerrado.

O terceiro bloco iniciou ao som da banda marcial do Colégio La Salle de Carazinho, que surgiu há cinquenta e dois anos. Após uma entrevista de um minuto com um dos integrantes do grupo, a banda durante um minuto e vinte segundos realizou uma apresentação. Depois, pelos próximos cinco minutos, o apresentador Álvaro Damini conduziu uma entrevista com o prefeito de Carazinho, Renato Suss. Além de falar sobre a data, o prefeito relembrou importantes passos que a comunidade carazinhense vem dando, bem como as conquistas dos últimos anos. Além disso, falou sobre algumas projeções para a cidade e parabenizou o camping da UPF de Carazinho que aniversaria juntamente com o município.

Finalizada a entrevista, a repórter Daniela Secco conversou rapidamente com o professor Delmar durante quarenta segundos, para mostrar o prato que foi preparado durante todo o jornal, pronto. Enquanto se preparavam para fazer o corte, a repórter Débora Padilha entrevistou pessoas da comunidade que prestigiaram o programa. A primeira entrevistada foi uma senhora que tem a mesma idade de Carazinho, 84 anos. A segunda foi uma moradora que tradicionalmente participa do programa em comemoração ao aniversário da cidade e a terceira e última entrevistada foi uma das rainhas do município. Esta participação durou cerca de um minuto e vinte segundos.

Voltando para a gastronomia, foi a vez de servir o prato preparado ao público presente na praça central. Para finalizar o programa, a banda de ex alunos tocou um parabéns à você à Carazinho. O terceiro e último bloco do programa, teve a duração de doze minutos.

Pode-se observar que neste programa, somente fatos relacionados a Carazinho e à data comemorada tiveram espaço. O roteiro do programa havia sido previamente construído e poucas alterações foram feitas no mesmo durante o programa. O tempo de exibição do especial também foi bem maior comparado com um programa tradicional. Por ser ao vivo, o

programa contou com o apoio de uma equipe bem maior do que a necessária para os programas diários. Cerca de vinte pessoas estiveram envolvidas com a produção do especial.

Os critérios que ganharam maior destaque neste programa especial foram a proximidade, notoriedade, interesse humano e o entretenimento. Segundo o escritor Mauro Wolf (1985), as notícias são próximas quando se referem a acontecimentos que entram na esfera normal de vivências entre o jornalista e o público e, portanto, faz com que eles tenham uma esfera partilhada de linguagens e pressupostos culturais comuns. Pode-se dizer que a proximidade foi o principal critério utilizado na produção deste programa especial, tendo ela norteado todo o roteiro de preparação e apresentação do programa. A notoriedade também foi percebida levando-se em consideração que o programa foi veiculado por se tratar de uma data notória para Carazinho e, portanto, entende-se o valor de tal critério. O jogo com as emoções do público, os assuntos trazidos de forma mais leve inspirando sentimentos de alegria, de comoção e de admiração, se encaixam no critério de interesse humano.

Além disso, um critério que norteou basicamente todo o especial foi o entretenimento. Para Cunha (1990, p.15) “são os fatos que relaxam a tensão e descarregam o espírito, distraem e alimentam sonhos e ambições”. Esta também foi uma busca constante durante o programa: apresentar conteúdos com relevância com o cuidado para que tivessem um teor mais leve de modo a se encaixarem no propósito do especial, que foi levar informações sérias à população, sem esquecer do principal que era comemorar a data de grande importância para Carazinho.

Tabela 3 – Levantamento do programa Pampa Meio Dia Especial – 24/01/2015

Matéria	Assunto	Formato	Crítérios de noticiabilidade
1	Atração musical Saulo	Stand Up	Proximidade, entretenimento e interesse
2	Gastronomia	Stand Up	Proximidade, interesse humano e interesse
3	Seara Canção Gaúcha	Stand Up	Proximidade, interesse humano, notoriedade e entretenimento
4	História de Carazinho	Reportagem	Proximidade e importância

5	UPF	Stand Up	Proximidade, notoriedade e importância
6	Gilmar Sossela	Stand Up	Notoriedade e importância
7	Grupo teatral	Stand Up	Proximidade, entretenimento e interesse
8	Deputado Ronaldo	Stand Up	Proximidade, notoriedade e importância
9	Gastronomia	Stand Up	Proximidade, interesse humano e interesse
10	Comércio	Reportagem	Proximidade e importância
11	Presidente Câmara de Vereadores	Stand Up	Proximidade, notoriedade, interesse humano e importância
12	Ações voluntárias	Stand Up	Proximidade, interesse humano e interesse
13	Yacamim	Stand Up	Proximidade, notoriedade, entretenimento e interesse
14	Banda de ex alunos	Stand Up	Proximidade, entretenimento e interesse
15	Prefeito	Stand Up	Proximidade, notoriedade, interesse humano e importância
16	Comunidade	Stand Up	Proximidade e interesse

Fonte: elaborada pela autora

4.3.4 Constatações da análise

Analisados três programas, conforme a proposta inicial deste estudo, é importante agora organizar e descrever as constatações feitas durante a aplicação do processo metodológico.

No programa Jornal da Pampa do dia seis de setembro de 2015 foram exibidos oito conteúdos jornalísticos. Destes, quatro foram reportagens, três notas cobertas e um boletim. Os critérios de noticiabilidade que mais se destacaram nesta edição foram a proximidade e a importância, que apareceram sete vezes cada.

No Jornal da Pampa do dia sete de setembro de 2015 foram nove conteúdos exibidos: três reportagens, quatro notas cobertas, uma nota pelada e um boletim. Aqui, novamente, os critérios que mais se destacaram foram a proximidade que apareceu nove vezes e a importância, sete vezes.

Já no programa Pampa Meio Dia especial do dia vinte e quatro de janeiro de 2015 foram exibidos dezesseis conteúdos. Deste total, somente duas foram reportagens inseridas, o restante foi todo feito ao vivo, com entrevistas do local de onde o telejornal foi transmitido, a praça central de Carazinho. Neste especial, os critérios que apareceram em maior quantidade foram a proximidade, quinze vezes e o interesse, dez vezes.

A partir desses dados quantitativos, é possível perceber algumas diferenças e outras semelhanças entre os programas convencionais e o especial. Com relação aos formatos jornalísticos, é perceptível que eles não utilizam os mesmos recursos. Enquanto os programas convencionais se utilizam essencialmente de reportagens, boletins e notas, o programa especial aproveita mais as possibilidades ao vivo.

Com relação aos critérios de noticiabilidade, percebem-se algumas semelhanças. Em todos, o critério de proximidade é unânime nos dois formatos de programas. Contudo, com base nos critérios levantados através do *Newsmaking*, percebeu-se que a importância aparece essencialmente no programa convencional, enquanto o interesse surge em um grau maior no programa especial, visto as atrações que visam o entretenimento presentes no programa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho procurou compreender as estratégias utilizadas na produção do Pampa Meio Dia (PMD), edição Especial em comemoração ao aniversário de Carazinho, em comparação a outras duas edições do Jornal da Pampa, programas estes que possuem o mesmo formato. Através da pesquisa buscou-se mapear os conteúdos utilizados nos programas, bem como identificar, com base na teoria do *Newsmaking*, os critérios que definem a opção pela veiculação de determinados assuntos nos telejornais.

O questionamento que motivou este estudo levou a análise de quais estratégias são utilizadas para produzir o Pampa Meio Dia Especial em comparação com um Jornal da Pampa convencional. A pesquisa também levou em conta os formatos dos programas, o tempo de exibição e a equipe envolvida com os telejornais.

Após a análise dos programas Pampa Meio Dia especial em comemoração ao aniversário de Carazinho exibido no dia vinte e quatro de janeiro de 2015 e de duas edições do Jornal da Pampa, veiculadas nos dias seis e sete de setembro de 2015, observa-se diferenças tanto na produção, quanto na veiculação dos programas.

Enquanto os programas tradicionais tiveram em média onze minutos de duração, o especial ultrapassou cinquenta minutos. As matérias veiculadas em cada edição seguiram o padrão dos programas. Enquanto no convencional o tempo médio das matérias foi de um a dois minutos, o especial veiculou reportagens de mais de cinco minutos.

O tempo para produção de cada programa também foi diferenciado. Os programas tradicionais têm poucas horas de produção até que o produto final vá ao ar. Já o programa especial foi preparado durante vinte dias, o que permitiu que cada reportagem, participação e atração fossem pensadas e planejadas com antecedência.

O número de profissionais envolvidos com os telejornais também se diferencia. Obteve-se a informação de que, no programa convencional, atuam cerca de doze pessoas diariamente para que seja veiculado. Número que quase dobra em um programa especial, visto que mais de vinte pessoas entre produtores, repórteres, operadores de câmera, editores, técnicos e funcionários da área administrativa, estiveram envolvidos durante a produção e exibição do Pampa Meio Dia especial.

Com base no estudo, constata-se que o único ponto em que os dois programas se assemelham é no que diz respeito ao critério de noticiabilidade proximidade. Esse foi o

critério que norteou tanto o programa convencional, quanto o especial, pois aparece em grande parte dos conteúdos das três edições. O telejornal local serve como um mediador entre a cidade e o receptor, visto que através dele o telespectador assiste histórias de pessoas como ele e que têm vivências parecidas com as suas. O que foi observado em relação a isso pode ser associado com o que define Coutinho (2007), de que “o jornalismo de TV que tenha um caráter realmente local pode influenciar o sentimento de pertencimento do cidadão, de reconhecimento por ele do que seria o seu espaço público; o telespectador que assiste ao telejornal local se identifica com o que está vendo porque a notícia da cidade apresentada na tela efetivamente faz parte da sua vida cotidiana”.

Fernandes (2005) ressalta que “a proximidade é um dos fatores mais poderosos na hora de eleger uma notícia, mas que essa proximidade não deve ser entendida apenas como geográfica, mas também como social e inclusive psicológica”.

Analisando alguns critérios que a teoria do *Newsmaking* rege, percebe-se que o critério da importância foi predominante nos programas tradicionais, enquanto o critério do interesse apareceu exclusivamente no programa especial, onde se pretendia, além de informar, entreter o público e, por este motivo, o programa teve um vínculo muito forte com as atrações que visavam o entretenimento.

Para Wolf (1985) as notícias ditas importantes são “em certa medida, selecionadas obrigatoriamente”, enquanto que as interessantes, que tem um caráter mais subjetivo, são “menos vinculativa para todos. Estas estão principalmente relacionadas às histórias de interesse humano, ao entretenimento. É a articulação desse conjunto de elementos que compõe os fatores importância e interesse na notícia local.” E isso vai ao encontro das produções analisadas.

Com base na comparação entre os dois formatos de programas, avalia-se que ambos são relevantes para o telejornalismo. Cada programa analisado respeitou o objetivo que se pretendia com o material: o Jornal da Pampa que vai ao ar diariamente priorizou o factual, enquanto o especial soube explorar o tempo de produção e de exibição e as possibilidades deste formato, já que deu espaço a matérias que no dia a dia ficariam inviáveis de serem veiculadas, devido ao tempo de exibição de cada programa.

Diferente dos programas convencionais, que também são realizados ao vivo, porém se utilizam mais de reportagens gravadas, o Pampa Meio Dia especial explorou as atrações ao vivo, apresentadas diretamente do local do especial.

Esgotados os elementos de análise propostos no procedimento metodológico deste trabalho, não é equivocado afirmar que o estudo sobre telejornalismo regional poderá, certamente, ter outras abordagens futuramente. O que se quis neste estudo foi compreender alguns aspectos da prática do telejornalismo diário, porém é plenamente viável propor e executar outras pesquisas sobre o assunto que poderão trazer novos resultados. Espera-se que este trabalho seja útil para profissionais, alunos e pesquisadores da área, a fim de compreender as práticas produtivas do jornalismo produzido na televisão brasileira.

REFERÊNCIAS

- ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. *Gêneros e formatos na televisão brasileira*. São Paulo, Editora Summus, 2004.
- BARBEIRO, Heródoto e LIMA, Paulo Rodolfo. *Manual de Telejornalismo*. Rio de Janeiro, Editora Campus, 2002.
- BONNER, Willian. *Jornal Nacional modo de fazer*. Rio de Janeiro, Editora Globo, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1997.
- CORREIA, João Carlos. *Jornalismo e espaço público*. Covilhã, Editora da Universidade da Beira Interior, 1998.
- CORREIA, João Carlos. *Sociedade e comunicação: estudos sobre jornalismo e identidade*. Covilhã, Editora da Universidade da Beira Interior, 2005.
- COUTINHO, Iluska. *Identidade no Telejornalismo Local: A Construção de Laços de Pertencimento entre a TV Alterosa Juiz de Fora e o seu Público*. 2007.
Disponível em:
<http://www.tvrealidade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Simone%20Martins%20e%20Iluska%20Coutinho.pdf>
Acessado em: 16/11/2015 às 15h30min.
- CUNHA, Albertino Aor. *Telejornalismo*. São Paulo, Editora Atlas, 1990.
- CURADO, Olga. *A notícia na TV: O dia-a-dia de quem faz telejornalismo*. São Paulo, Editora Alegro, 2002.
- FERNANDES, Mario Luiz. *A força da notícia local: a proximidade como critério de noticiabilidade*. 2005.
Disponível em: <https://tccunibrasil.files.wordpress.com/2010/06/a-forca-da-noticia-local.pdf>
Acessado em: 16/11/2015 às 19h45min.
- KLEIN, Otavio José. *A notícia em rede: Processos e práticas de produção da notícia em rede regional de televisão*. Passo Fundo, UPF Editora, 2013.
- MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo, Editora SENAC, 2000.
- MACIEL, Pedro. *Jornalismo de Televisão*. Porto Alegre, Editora Sagra :DC Luzzato, 1995.

MESQUITA, Giovana. *Reflexões sobre novos papéis da audiência no jornalismo pós Web 2.0*. 2014.

Disponível em: <https://jornalismocontemporaneo.wordpress.com/2014/11/10/reflexoes-sobre-novos-papeis-da-audiencia-no-jornalismo-pos-web-2-0//>

Acessado em 05/04/2015 às 22h50min.

MOREIRA, Fátima Sampaio. *Boa Noite*. São Paulo, Editora Prumo, 2010.

RUELLAN, Denis. *Corte e Costura do Jornalismo*.

SQUIRRA, Sebastião. *Aprender Telejornalismo, produção e técnica*. Editora Brasiliense, 1990.

SOUZA, Mauro Wilton. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo, Editora Brasiliense, 1995.

VIZEU, Alfredo. *O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica*. São Paulo, 2009.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Milan, Editoriale Fabbri, Bompiani, Sonzogno, Etas S.p.A., 1985.