

UNIVERSIDADE SAGRADO CORAÇÃO

CÍNTIA CRISTINA DE SOUZA

**NOVOS OLHARES: A IMPORTÂNCIA DA IMAGEM
NA NARRATIVA JORNALÍSTICA**

BAURU
2010

CÍNTIA CRISTINA DE SOUZA

**NOVOS OLHARES: A IMPORTÂNCIA DA IMAGEM
NA NARRATIVA JORNALÍSTICA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação da Prof^a. Ms. Vanessa Matos dos Santos.

BAURU
2010

S7293n

Souza, Cinthia Cristina de

Nossos olhares: a importância da imagem na narrativa jornalística / Cinthia Cristina de Souza -- 2010.
101f. : il.

Orientadora: Profa. Ms. Vanessa Matos dos Santos.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo) - Universidade Sagrado Coração - Bauru - SP.

1. Telejornalismo. 2. Televisão. 3. Enquadramento de imagem. 4. Critérios de noticiabilidade. 5. Edição. I. Santos, Vanessa Matos dos. II. Título.

CÍNTHIA CRISTINA DE SOUZA

**NOVOS OLHARES: A IMPORTÂNCIA DA IMAGEM NA NARRATIVA
JORNALÍSTICA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo sob orientação da Prof^a. Ms. Vanessa Matos dos Santos.

Banca examinadora:

Prof^a. Ms. Vanessa Matos dos Santos
Orientadora
Docente
Universidade Sagrado Coração

Prof^a. Dr^a. Roseane Andrelo
Docente
Universidade Sagrado Coração

Prof^a. Esp. Sandra Mara Firmino Faria
Docente
Universidade Sagrado Coração

Bauru, 10 de dezembro de 2010.

Dedico este trabalho aos meus pais:
João Carlos e Neusa, e aos meus irmãos
João (Gú), Fabiana, Letícia e Leandro.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus por ter me iluminado e me dado forças, não só durante a elaboração deste trabalho, mas durante o quatro anos de faculdade. Também agradeço aos meus pais, Carlos e Neusa, que depositaram em mim sua confiança e me ajudaram a realizar meu sonho de ser jornalista. Agradeço principalmente a minha mãe, não só pelo incentivo que me deu, mas também por todas as noites que foi me buscar à meia noite quando chegava da faculdade. Agradeço também aos meus irmãos: João (Gú), Fabiana, Letícia e Leandro, os quais eu amo e sempre estiveram ao meu lado nos mais diversos momentos da minha vida. Agradeço principalmente a Fabiana, que sempre foi mais que uma irmã. À ela devo grande parte do que sou hoje (se não for tudo). Também não posso me esquecer das mulheres Pádua (Heloisa, Ivy, Cecília e Lírian), as quais se tornam minha família bauruense.

De um modo geral, também agradeço a todos os colegas e amigos de faculdade, com os quais eu aprendi muito, não só durante as aulas, mas em toda nossa convivência. De um modo especial agradeço ao Vinicius, o qual foi um amigo e companheiro, não só na faculdade, mas também meu grande incentivador nesta monografia.

Agradeço de uma maneira especial a todos os professores que fizeram parte da minha formação acadêmica, os quais, com certeza, me ensinaram muito mais do que uma profissão. Não posso deixar de agradecer de maneira especial ao João, cinegrafista da TV Acadêmica, o qual teve participação direta na elaboração desta monografia.

Por fim, agradeço a Vanessa Matos, que topou o desafio de me orientar durante a confecção deste trabalho. Obrigado pela paciência que você teve para acolher minhas dúvidas, ler dezenas (quase uma centena) de páginas e ainda me incentivar. Mesmo quando tudo parecia dar errado você estava lá a me ajudar.

Certamente, a conclusão deste trabalho eu devo a estas e a várias pessoas, que participaram de maneira direta e indireta da minha monografia. Cada página deste trabalho foi elaborada de maneira especial, a fim de compensar e agradecer a confiança e carinho que cada um depositou em mim. Esta monografia, nada mais é do que o resultado de tudo aquilo que todos vocês me ensinaram! Por isso só me resta dizer: muito obrigado!

“A beleza persuade os olhos dos homens por si mesma,
sem necessitar de um orador.”
(William Shakespeare)

RESUMO

No Brasil, a televisão representa uma das principais e mais tradicionais formas de democratização da informação, o que ocorre principalmente através do telejornalismo. A credibilidade ostentada pelo veículo e pelo seu produto, a notícia, é consequência do uso de imagens dinâmicas que ilustram fragmentos da realidade. Entretanto, a edição empregada na narrativa telejornalística tem a função de selecionar o que o telespectador vê e, em muitos casos, determina a compreensão que as pessoas terão das notícias. Deste modo, este trabalho tem como objetivo principal demonstrar a influência da edição e do enquadramento das imagens na construção da notícia de TV. No que se refere ao desenvolvimento, esta pesquisa foi realizada a partir de um levantamento bibliográfico embasado em livros e artigos científicos disponíveis na Internet, com os quais foi possível abordar a estrutura dos telejornais, demonstrar e definir o conceito de notícia de TV, e também apontar os principais critérios de noticiabilidade adotados pelos veículos. A análise realizada através dos textos retirados dos livros e artigos científicos possibilitou a reflexão sobre a estrutura atual do telejornalismo com relação aos primeiros produtos da TV brasileira e também sobre a produção das notícias televisivas, as quais são pautadas cada vez mais em critérios que selecionam os assuntos que são noticiáveis. A base reflexiva culminou com a produção de três diferentes reportagens televisivas, demonstrando, na prática, que a percepção que um telespectador tem de um assunto pode mudar em função do formato adotado. Por fim, este trabalho alia teoria à prática por meio de uma experimentação, cujos dados estão apresentados em gráficos e analisados criticamente.

Palavras-chave: Telejornalismo. Televisão. Enquadramento de imagem. Critérios de noticiabilidade. Edição.

ABSTRACT

In Brazil, TV is the major and more traditional form of democratization of information, which is mainly through the television news. The labeling of the vehicle and credibility for its product, the news is a consequence of the use of dynamic images that illustrates fragments of reality. However, the edition used in tv journalistic narrative has the function of selecting what the viewer sees and, in many cases determines the understanding that people will have of the news. Thus, this work aims mainly to demonstrate the influence of editing and framing of images in the construction of TV news. With regard to development, this research was conducted from a literature grounded in scientific books and articles available on the Internet, with which it was possible to approach the structure of news programs, establish and define the concept of TV news, and also identify the main criteria of newsworthiness adopted by vehicles. The analysis through the texts taken from books and scientific articles allowed reflection on the current structure of television journalism with respect to the first products of the Brazilian TV and also on the production of television news, which increasingly are based on criteria that select issues that are newsworthy. The reflective base resulted in the production of three different television reports, showing in practice that the perception that a viewer has of a subject can change depending on the format adopted. Finally, this work combines theory with practice through a trial, whose data are presented in graphs and critically analyzed.

Keywords: TV Journalism. TV. Picture Frame. Criteria of newsworthiness. Edition.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Enquadramento de câmera	56
Gráfico 1 – Sexo dos entrevistados	69
Gráfico 2 – Escolaridade	69
Gráfico 3 – Frequência com que o entrevistado assiste à TV	70
Gráfico 4 – Tempo despendido assistindo à TV por dia	70
Gráfico 5 – Assiste à TV sozinho ou acompanhado?	71
Gráfico 6 – TV a cabo em casa	71
Gráfico 7 – Horário em que assiste à TV	72
Gráfico 8 – Assiste à telejornais?	72
Gráfico 9 – Frequência que assiste à TV por semana	73
Gráfico 10 – Temas que gostam de assistir nos telejornais	73
Gráfico 11 – Temas que não gostam de assistir nos telejornais	74
Gráfico 12 – Gostou do material exibido?	74
Gráfico 13 – Qual das opções está mais completa?	75
Gráfico 14 – Reportagem que mais chamou a atenção	75
Gráfico 15 – Reportagem que não gostou	76
Gráfico 16 – Opção que gostaria de ver no telejornal preferido	76
Gráfico 17 – Opção que não gostaria de ver no telejornal preferido	77
Gráfico 18 – Horário preferido para assistir às matérias	77
Gráfico 19 – Prefere assistir sozinho ou acompanhado?	80

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	ERA UMA VEZ A TELEVISÃO BRASILEIRA	12
2.1	A HISTÓRIA DA TELEVISÃO BRASILEIRA	12
2.2	A HISTÓRIA DO TELEJORNALISMO BRASILEIRO	24
3	O NOTICIÁRIO TELEVISIVO ATUAL	35
3.1	ENTENDENDO A NOTÍCIA DE TV	38
3.2	A NOTICIABILIDADE NA TELEVISÃO	43
4	“UMA IMAGEM VALE MAIS QUE MIL PALAVRAS”: A RELAÇÃO IMAGEM / TEXTO NA NOTÍCIA DE TV	50
4.1	ENQUADRAMENTO E EDIÇÃO DA NOTÍCIA NA TV	55
5	A INFLUÊNCIA DA TV	59
6	NOVOS OLHARES: RELATOS DE UMA EXPERIMENTAÇÃO	64
6.1	EXIBIÇÃO	68
6.2	APRESENTAÇÃO DOS DADOS GERAIS: PERFIL DOS ENTREVISTADOS	68
6.3	APRESENTAÇÃO DOS DADOS GERAIS: PRÉ-EXIBIÇÃO	69
6.4	APRESENTAÇÃO DOS DADOS GERAIS: PÓS-EXIBIÇÃO	74
7	ANÁLISE DOS DADOS	79
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	84
	REFERÊNCIAS	86
	APÊNDICE A – VT DESIGUALDADE (Opção 1)	91
	APÊNDICE B – VT DESIGUALDADE (Opção 2)	93
	APÊNDICE C – VT DESIGUALDADE (Opção 3)	94
	APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO PRÉ-EXIBIÇÃO	95
	APÊNDICE E – QUESTIONÁRIO PÓS-EXIBIÇÃO	97

1 INTRODUÇÃO

Implantada há 60 anos no Brasil, a televisão é um veículo com alto custo de produção, que é assistido por pessoas de todas as idades e classes. A televisão tem grande influência sobre seus telespectadores por causa das imagens que dão a conotação de verdade ao conteúdo por ela exibido.

Nos noticiários, a imagem está diretamente ligada à confirmação da veracidade do fato. No entanto, nem sempre foi assim. O primeiro telejornal brasileiro era parecido com uma espécie de Rádio na TV e foi ao ar em setembro de 1950. Apresentado pelo radialista Ribeiro Filho, o Imagens do Dia, como era chamado o telejornal, não tinha horário fixo para ser exibido; normalmente era apresentado entre as 09h30min e 10 horas.

Os primeiros telejornais não tinham imagens, o apresentador narrava as notícias. Esse padrão perdurou por alguns anos até que os telejornais ganharam imagens estáticas, mas a notícia ainda seguia narrada. A partir dos primeiros jornais televisivos, as emissoras investiram no ramo jornalístico e os telejornais evoluíram até chegarem aos padrões atuais. Esse processo está registrado brevemente no primeiro capítulo deste trabalho.

Atualmente podemos destacar que os telenoticiários selecionam e editam suas notícias de acordo com os padrões editoriais da emissora. Tais critérios, assim como o horário e o público que assistirá ao telenoticiários, também interferem sobre o que e como será transmitido. Entretanto, não são apenas os assuntos que variam, a seleção e enquadramento das imagens também ocorrem com base nos padrões editoriais dos programas.

As imagens desempenham crucial importância neste processo. Identificar a maneira como as imagens sensibilizam e influenciam a compreensão do telespectador é fundamental para apontar como os noticiários televisivos podem interferir na compreensão que os espectadores constroem sobre uma notícia.

Esta pesquisa tem como objetivo principal demonstrar que a compreensão que as pessoas constroem sobre um determinado acontecimento está diretamente relacionada às imagens utilizadas no processo de edição. Para isso, temos como objetivos específicos conhecer como as notícias são escolhidas, segundo os critérios de noticiabilidade e padrões de cada emissora para compor um noticiário e como a televisão influencia na compreensão das notícias através das imagens. Para

em seguida, analisar o impacto que a edição e o enquadramento de imagem causam na compreensão do telespectador através de uma atividade prática. Por fim, apresentaremos os resultados e conclusões alcançadas nesta pesquisa.

Para a efetivação desta pesquisa, realizaremos uma pesquisa bibliográfica de base a fim de levantar referencial teórico para descrever a história da TV e do telejornalismo brasileiro, explicar os conceitos de notícia, enquadramento¹ e edição de imagens e também a influência do veículo.

Para perceber as diferenças de edição, foram produzidas três opções diferentes de reportagem televisiva sobre um mesmo tema. No que se refere à edição, variamos as imagens e o ritmo da edição.

Posteriormente, exibimos esse material para um público variado a fim de percebermos as diferenças e as percepções verificadas. Em seguida, aplicamos uma pesquisa qualitativa por meio de questionários – aplicados antes e após a exibição. Os resultados foram, então, tabulados e analisados criticamente.

Estruturalmente, este trabalho está dividido em seis capítulos. O primeiro trata sobre a história da televisão e do telejornalismo brasileiro. O segundo capítulo descreve o telejornalismo atual, explicando o conceito da notícia televisiva e os critérios de noticiabilidade empregados pelos veículos de comunicação para transformar um fato em notícia. A relação entre a imagem e o texto jornalístico na TV é o tema principal do terceiro capítulo, que ainda discorre sobre enquadramento e edição televisiva. Os resultados verificados com a parte experimental desta monografia são descritos a partir do capítulo cinco, que descreve a atividade realizada. O capítulo seis apresenta os gráficos obtidos através da pesquisa e analisa criticamente estes dados.

¹ Torna-se importante destacar que, no escopo deste trabalho, o enquadramento refere-se especificamente à angulação das imagens utilizadas nos telejornais. Ou seja, embora o termo seja o mesmo, não vamos destacar o enquadramento enquanto teoria.

2 ERA UMA VEZ A TELEVISÃO BRASILEIRA...

Até meados do século XX, os principais meios de comunicação e difusão de informação do Brasil eram o jornal impresso e o rádio. Até a implantação da televisão, as pessoas viam nestes meios, principalmente no rádio, não só a principal fonte de informação, mas também de entretenimento. Em 1950 a televisão é implantada no Brasil e como descreve Paternostro (1999, p. 61), ela “surge com sua arma poderosa e infalível: a informação visual, a imagem em movimento”, já que ela nasce da junção do jornal impresso e do rádio, usando como atrativo os pontos fortes dos dois veículos: a imagem do impresso e o áudio do rádio. Entretanto, Paternostro (1999) também defende que, apesar do sucesso deste veículo, o rádio continua a frente da TV no que diz respeito ao imediatismo, principalmente no jornalismo.

Durante sua evolução no Brasil, a televisão foi ganhando destaque entre seus telespectadores, que passam cada vez mais tempo em frente à tela, pois, conforme destaca Paternostro (1999), a imagem viva transmitida pela TV causa mais emoção do que as imagens estáticas do jornal impresso, e por isso exerce fascínio e prende a atenção das pessoas. Contudo, para entender a importância deste veículo devemos conhecer a história da televisão brasileira, suas dificuldades e evolução.

2.1 A HISTÓRIA DA TELEVISÃO BRASILEIRA

A implantação da TV no Brasil foi um fato marcante não só na história da comunicação, mas também na história nacional como um todo, pois, até então, os meios de informação e entretenimento utilizados pela população eram os jornais impressos e o rádio. Logo em sua inauguração no País a televisão causou comoção nacional, sendo alvo dos noticiários da época.

As notícias que a televisão seria brevemente inaugurada no Brasil movimentaram os jornais e as revistas da época, que propalavam em grandes manchetes: “*A televisão vem aí... não basta ter apenas voz. São necessários outros predicados!*” (LORÊDO, 2000, p. 9).

A televisão foi implantada no Brasil por Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, dono dos Diários Associados, que era cadeia de jornais (*Diário da*

Noite, Diário de São Paulo), revistas (*O Cruzeiro*) e emissoras de rádio (*Rádio Tupi*). Assis Chateaubriand, a fim de realizar um sonho, inaugurou em 18 de setembro de 1950 a PRF-3 TV Difusora, a TV Tupi de São Paulo, no canal 3, mais tarde canal 4, a pioneira da América Latina (PATERNOSTRO, 1999). Apesar de ser implantada em setembro em São Paulo, a televisão brasileira teve sua transmissão experimental em 3 de abril do mesmo ano no Rio de Janeiro, com uma apresentação de Frei Mojica, padre cantor mexicano (TUDO..., c1998-2010).

Para a transmissão experimental, Chateaubriand teve que importar 200 aparelhos de TV e espalhar por lojas e bares da cidade para que a população acompanhasse a programação. O programa de estréia foi o *TV na Taba*, apresentado por Homero Silva, e teve em sua abertura a cantora Lolita Rodrigues interpretando o Hino Nacional. Paternostro (1999) descreve que o espetáculo de estréia teve como base o improviso e durou cerca de duas horas. Além da cantora, diversos atores e profissionais do rádio participaram do primeiro programa da TV brasileira, o qual causou comoção em seus espectadores, como descreve Lorêdo (2000, p. 11): “As calçadas das lojas, com os aparelhos ligados, ficaram intransitáveis, pois todos queriam ver a novidade”.

Segundo Paternostro (1999), durante os primeiros seis meses a TV Tupi ficava no ar por cinco horas diárias, das seis às onze da noite. E sua programação exibía filmes, espetáculos de auditório e noticiários. Ainda em 1951, quatro meses depois da inauguração da TV Tupi de São Paulo, Chateaubriand inaugurou oficialmente a TV Tupi Rio, com sua antena de transmissão instalada em cima do morro do Pão de Açúcar.

Na sua primeira década, a TV teve uma configuração claramente insular. (...) Em 1955, atingiu Belo Horizonte e, nos anos seguintes, chegou a Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Recife, Campina Grande, Fortaleza, São Luís, Belém e Goiânia. Em cada uma dessas cidades, entretanto, era transmitida uma programação diferente, ainda que a maioria das estações fosse de propriedade de uma mesma empresa, as emissoras associadas, de Assis Chateaubriand. (PRIOLLI, 2000, p. 12).

Naquele mesmo ano, inicia-se a fabricação de aparelhos de televisão no Brasil da marca *Invictus*. A fabricação nacional de televisores barateou o aparelho, e o torna mais acessível. A produção de televisores nacionais coincidiu com a primeira telenovela, *Sua vida me pertence*, escrita por Walter Foster e transmitida pela TV

Tupi, em dois capítulos semanais devido à falta de condições técnicas (MATTOS, 2002).

A inauguração da TV Tupi em São Paulo foi marcada pelo imprevisto, já que pouco antes da estréia, uma das três câmeras queimou. O diretor técnico da TV Tupi na época, Walter Obermüller, quis cancelar a programação. O diretor artístico, Cassiano Gabus Mendes não concordou e, com o “jeitinho brasileiro”, a TV Brasileira entrou no ar. Desta forma, “os primeiros anos da televisão, tanto na Tupi de São Paulo como da do Rio, foram marcados pela falta de recursos e de pessoal e pelas improvisações”. (MATTOS, 2002, p. 81).

Durante os primeiros dez anos da TV brasileira, Paternostro (1999, p. 29) descreve que a “programação das emissoras seguia, então, uma linha de “elite”, com artistas e técnicos trazidos do rádio e do teatro. Entrevistas, debates, teleteatros, shows, música erudita eram as principais atrações”.

Em abril de 1960, o videoteipe foi implantado no País e a televisão brasileira conta com um grande avanço tecnológico. Esta tecnologia foi criada em 1956 nos Estados Unidos, mas demorou a chegar ao Brasil devido ao alto custo. Segundo Priolli (2000, p. 12), “a máquina servia, tão somente, para reproduzir indefinidamente os programas que, até então, tinham apenas uma única emissão, a original, ao vivo”, ou seja, a partir de agora, os programas televisivos poderiam ser gravados, editados e exibidos várias vezes. O principal motivo para a importação do aparelho foi a inauguração de Brasília, que foi transmitida para São Paulo e também para o Rio de Janeiro.

Estava instaurada a revolução do VT: operações atualizadas, racionalização da produção, economia de custo e de tempo, melhor qualidade nos programas. Nessa época, as primeiras máquinas de videotape tinham dois metros de altura e pesavam quase uma tonelada. As fitas de gravação tinham duas polegadas de largura. A TV Excelsior foi uma das primeiras emissoras a aproveitar o potencial que os recursos do videotape ofereciam. Em 1962, o programa Chico Anísio Show, dirigido por Carlos Manga, passou a ser gravado em videotape e as cenas se sucediam em uma sequência de cortes e montagem inovadora para a época. E foi ainda o VT que deu o grande impulso às telenovelas. (PATERNOSTRO, 1999, p. 30).

A implantação do videoteipe no Brasil foi importante, pois, a televisão, até então, só existia onde estavam erguidas as antenas de transmissão. Segundo Gabriel Priolli (2000), os telespectadores podiam captar os sinais televisivos num raio máximo de 100 quilômetros em torno do transmissor que gerava os sinais.

Portanto, ainda de acordo com o Priolli (2000, p. 11), a “televisão brasileira nasceu “local” e assim permaneceu por uma década, antes que a evolução técnica a projetasse além das fronteiras municipais”, e a tornasse nacional.

Marcondes Filho (1994, p. 27) relata que, no começo, a televisão “era apenas um meio de comunicação a mais além dos já consagrados e com uma posição mais ou menos definida, buscando encontrar espaço especialmente entre o rádio e o cinema”.

Segundo Mattos (2002), em sua fase elitista, de 1950 a 1964, a televisão não passava de um artigo de luxo, o qual apenas a elite brasileira tinha acesso, já que o preço de um aparelho de TV na época era três vezes maior que o rádio mais sofisticado, e pouco menos que um carro.

Nos dois primeiros anos, a televisão não passou de um brinquedo de luxo das elites do País, do mesmo modo como o videocassete foi considerado no final da década de oitenta e o computador, que na década de noventa passou a ser o aparelho mais desejado das famílias. (MATTOS, 2000 p. 82).

Ainda em 1950, a TV Tupi deixa de ser a única emissora brasileira. Em 20 de novembro deste mesmo ano, são autorizadas as concessões da TV Record, em São Paulo e também da TV Jornal do Comércio, em Recife (MATTOS, 2002). Apesar de ter sua concessão desde 1950, a TV Record é inaugurada apenas em 27 de setembro de 1953. A inauguração foi realizada pelo programa musical *Grandes Espetáculos União*, apresentado por Blota Júnior e Sandra Amaral. Em pouco tempo o programa tornou-se líder em audiência. A emissora foi a primeira “a ser inaugurada em um prédio construído especificamente para televisão e não adaptado como as demais”. (TUDO..., c1998-2010).

A partir daí, a televisão brasileira cresceu mais que o esperado e, em 1956, já existiam mais de 141 mil aparelhos no País. “Pela primeira vez, as três emissoras de TV de São Paulo arrecadam mais que as treze emissoras de rádio. Calcula-se que a TV tenha atingido cerca de um milhão e meio de telespectadores em todo o Brasil”. (TUDO..., c1998-2010).

Em junho de 1958, foi feita a primeira transmissão de um jogo de Copa do Mundo (Brasil 3 X 0 Áustria) pela TV Rio. O jogo, que aconteceu no dia 08, foi transmitido para o Brasil apenas no dia 11. Os direitos de transmissão foram

comprados pela TV Tupi por 5 mil dólares, no entanto, as fitas foram por engano para a TV Rio que exibiu o material.

Em outubro de 1959, o Ministro da Justiça, Armando Falcão, assinou a primeira legislação regulamentando a censura de TV no Brasil. Neste mesmo ano, a TV Excelsior entrou no ar. Essa TV, segundo Mattos (2002), foi considerada a primeira emissora a ser administrada dentro dos padrões empresariais atuais. A TV Excelsior foi responsável também pela produção da primeira telenovela em capítulos diários: *Redenção*².

Com a importação do videoteipe, em 1960, a programação televisiva passou a ser horizontal, ou seja, um mesmo programa sendo exibido diariamente, possibilitando, por exemplo, a transmissão diária das novelas, como explica Mattos (2002, p.87):

A veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana criou o hábito de assistir televisão rotineiramente, prendendo a atenção do telespectador e substituindo o tipo de programação em voga até então, de caráter vertical, com programas diferentes todos os dias.

Ainda sobre os anos 60, a TV assume seu caráter comercial. Paternostro (1999) descreve a disputa por verbas publicitárias desencadeia a briga pela audiência que continua até hoje, cada vez mais acirrada.

O ano de 1962 foi importante para o desenvolvimento da televisão brasileira, pois o País alcançou a marca de um milhão de aparelhos. Outro fator que contribuiu para a expansão da televisão foi o lançamento do primeiro satélite de comunicação comercial, o TELSTAR, em 1962, pela NASA. Em 27 de agosto do mesmo ano, foi criado o Código Brasileiro de Telecomunicação, promulgado pela Lei nº 4.117 que, de acordo com Mattos, representou um “grande avanço para o setor, pois, além de amenizar as sanções, dava maiores garantias às concessionárias” (2002, p. 86).

Na concepção de Priolli (1985 apud MATTOS, 2002, p. 86), o código foi um projeto de “inspiração militar”, plenamente identificado com as teses de integração

² Com 596 capítulos, *Redenção* foi a novela mais longa da TV brasileira transmitida pela TV Excelsior, sendo exibida de 16 de maio de 1966 a 2 de maio de 1968. Segundo Moya (apud XAVIER, c2010), "a novela *Redenção* foi criada para ter 100 capítulos. Mas seu índice de audiência estava tão bom que quase no final resolveu-se criar mais 50 capítulos. Daí por diante a história foi sempre sendo esticada". Xavier (c2010) descreve que *Redenção* foi a primeira cidade cenográfica da TV brasileira, construída em São Bernardo do Campo, cidade que arcou com as despesas dos 9000 metros quadrados de cenários que continham desde casas, até uma praça com obelisco, como pedia o roteiro de Raimundo Lopes, escritor da novela. Moya (XAVIER, c2010) ainda descreve que o sucesso de *Redenção* foi decisivo para que a TV brasileira começasse a importar suas telenovelas.

nacional, segurança e desenvolvimento, pregadas na ESG (Escola Superior de Guerra).

Nessa primeira fase, a televisão caracterizou-se, principalmente, pela formação do oligopólio dos Diários Associados e pelo fato de, até 1959, todos os programas veiculados serem produzidos, exclusivamente, nas regiões onde estavam instaladas as emissoras. (MATTOS, 2002, p. 88).

De acordo com Simões (2000, p. 48), “até o início da década de 60 as emissoras de TV, quase sempre vinculadas a grupos da área de comunicação, eram sustentadas pela receita publicitária de emissoras de rádio, jornais, revistas ou outros empreendimentos. Os anos 60 marcaram também, segundo Marcondes Filho (1994, p. 29), “a afirmação e consolidação da televisão no País como um meio de comunicação para as grandes massas”. Essa fase foi prolongada até os anos 70.

Os anos entre 1964 e 1975 são classificados por Mattos (2002) como a segunda fase da televisão brasileira, qualificada por ele como fase populista. Esta etapa, segundo com o autor, corresponde ao período em que a televisão era considerada “um exemplo de modernidade”, e a programação era, em sua maioria, composta por programas de auditório e de “baixo nível”.

Ainda de acordo com o autor, a influência política mais poderosa sobre o desenvolvimento da televisão no País foi durante o Golpe de 1964 que afetou diretamente os meios de comunicação de massa, já que o novo sistema político e a situação socioeconômica brasileira foram modificados pela definição e adoção de um novo modelo econômico para o desenvolvimento nacional. A partir de então, verifica-se que “os veículos de comunicação de massa, principalmente a televisão, passaram a exercer o papel de difusores não apenas da ideologia do regime como também da produção de bens duráveis e não duráveis” (MATTOS, 2002, p. 89).

Além disso, o golpe de 1964 tinha como propósito livrar o País da “ameaça comunista”, o que, no entanto, gerou perseguições em todos os setores da vida nacional (SIMÕES, 2000). As emissoras de rádio e televisão, ainda de acordo com a autora, não escaparam da “rangia”, em que dezenas de funcionários, técnicos e artistas foram demitidos a partir de denúncias anônimas ou “deduração” explícita.

Durante os governos militares (1964-1985), o Estado exerceu papel decisivo no desenvolvimento e regulamentação dos meios de massas e em particular dos meios de transmissão, estabelecendo leis e agências reguladoras e adotando novas tecnologias no sistema nacional de

telecomunicações. Foram instaladas as estações terrestres de satélites, ampliando o sistema telefônico e implantadas as linhas de microondas, possibilitando ótima transmissão de TV em todo o território nacional. (MATTOS, 2002, p. 90).

Os anos entre 1968 e 1979 foram marcados pela influência do Regime Militar que esteve mais presente na regulação dos meios de comunicação de massa, pois neste período os veículos eram operados sobre as restrições com Ato Institucional nº 5, mais conhecido com AI-5. Este Ato Institucional concedia o direito de censurar ao Poder Executivo federal, e também estimulava a prática da autocensura.

Ainda em 1968, um decreto determinou que os capítulos das novelas teriam que passar previamente pelo crivo da censura. A partir daí, as falas, personagens e cenas escritas pelo autor ganham parceria compulsória. De maneira geral, as emissoras acatam as sugestões feitas pelos burocratas acantonados na censura federal extirpando trechos, aparando arestas e frequentemente alterando o sentido original proposto pelo autor. (SIMÕES, 2000, p. 62).

Apesar da forte censura empregada pelo regime, a situação foi benéfica ao desenvolvimento da televisão no País, pois, segundo Lorêdo (2000), permitiu um aperfeiçoamento técnico responsável pelo padrão de qualidade atual. O autor ainda explica que:

O governo militar não deixou de ser útil a televisão. Sabedores de que o grande canal para chegar ao povo era a TV, o governo propiciou-lhe todas as facilidades e, por intermediário da Embratel, passou a cobrir praticamente todo o território nacional e facilitou ao máximo o financiamento e importação de equipamentos eletrônicos. Graças à Intelsat, também financiada pelo governo, as emissoras do Rio e de São Paulo puderam criar efetivamente as suas redes, transmitindo via satélite, em tempo real, a sua programação para todo o País. Com este investimento o governo tinha controle absoluto sobre as emissoras que, por serem também um concessão, seriam ameaçadas de sair do ar a qualquer momento, caso não dissessem a “única verdade” que o governo queria que fosse dita e que parte da população aceitava. (LORÉDO, 2000, p. 77).

Em meio ao Regime Militar surge a TV Globo, em abril de 1965, primeiramente no Rio de Janeiro. Para sua inauguração, a emissora teve o apoio financeiro e técnico do grupo americano Time-Life que receberia pela parceria 3,5% do faturamento e 49% dos lucros da televisão. O investimento do grupo estrangeiro foi responsável por estabelecer um diferencial qualitativo entre a TV Globo e as demais emissoras. De acordo com Mattos (2002), o envolvimento americano com a TV Globo foi rapidamente banido, pois a lei brasileira em vigor na época não

permitia que companhias estrangeiras fossem proprietárias de meios de comunicação no País.

Atualmente, de acordo com a Lei nº 10.610, de 20 de dezembro de 2002, estrangeiros ou brasileiros naturalizados há menos de dez anos ainda não podem possuir uma concessão de radiodifusão no País, mas podem ter participação em até 30% do faturamento da empresa. Entretanto, ainda hoje, apenas brasileiros natos podem ter um serviço de radiodifusão, assim como exercer papéis importantes dentro da empresa, como as funções de diretor, de assessoramento e assistência administrativa, entre outras. (BRASIL..., c2010).

Ainda durante o Regime Militar, a TV Excelsior é extinta por represálias, apesar da agência reguladora da época, a Dentel (Departamento Nacional de Telecomunicações), alegar “insolvência financeira”. Segundo Mattos (2002, p. 93), “a queda de importância da TV Excelsior (entre 1964 e 1970) coincidiu com o auge da TV Globo, que se beneficiou diretamente do Golpe de 1964, constituindo-se em um novo oligopólio que passou a ocupar o lugar dos Diários Associados”.

Em 1965, na TV Record, surge um programa de grande sucesso da televisão brasileira, o Jovem Guarda, apresentado por Roberto Carlos, juntamente com seus companheiros Erasmo Carlos e Wanderléia. Segundo Simões (2000, p. 52), naquele momento, a “TV Record precisava cobrir um horário dominical aberto subitamente com a suspensão das transmissões esportivas, e uma agência publicitária sugeriu um programa para a juventude”.

Também durante o Regime Militar surge a TV Bandeirantes, emissora paulista do empresário João Saad, que nasceu em 13 de maio de 1967, apesar de ter sido planejada desde 1962. A princípio, a emissora adotou uma grade de programação sem comerciais e com diversos boletins jornalísticos. (TUDO..., c1998-2010).

A TV em cores chega ao Brasil em 1972 e, segundo Paternostro (1999), a primeira transmissão em cores foi realizada pela TV Difusora de Porto Alegre, em março, com a transmissão da Festa da Uva em Caxias do Sul. Paternostro (1999) ainda complementa que a primeira telenovela brasileira colorida foi *O Bem Amado*, transmitida pela TV Globo em janeiro de 1973.

Em meados de 1970 o governo brasileiro começa a se preocupar com a influência do conteúdo dos programas televisivos.

É no final da década de 60 e especialmente no início da década de 70 que aparecem os grandes questionamentos a respeito da magnitude da televisão e dos perigos sociais que dela podem provir. Constituem-se, particularmente em nosso País, as teorias críticas em relação à televisão, que falam da “massificação da sociedade”, do controle da opinião pública, da industrialização das culturas populares, que, por influência da televisão, vão se tornando cada vez mais padronizadas, uníssonas. (MARCONDES FILHO, 1994, p. 29).

Segundo Mattos (2002), as recomendações governamentais ainda influenciavam as redes de televisão que ainda eram “lembradas continuamente” das responsabilidades com o desenvolvimento e com a cultura brasileira. Tais recomendações fizeram com que as emissoras nacionalizassem seus programas e, a partir de então, as redes de TV passaram a exportar mais, ao invés de importar “programas enlatados”. Esta época é classificada por Mattos como a terceira fase da televisão brasileira (1975-1985) que é “quando as redes de TV se aperfeiçoaram e começaram a produzir, com maior intensidade e profissionalismo, os seus próprios programas com estímulos de órgãos oficiais, visando, inclusive, a exportação” (2002, p. 79). O ano de 1978 é caracterizado pelo fim da censura prévia aos noticiários e à programação da televisão, determinada pelo então presidente Ernesto Geisel, após revogar o AI-5 (MATTOS, 2002).

Ainda nesta época, durante o final dos anos 70 e início dos anos 80, surge o sistema de redes no Brasil, o que, segundo Mello (2009, p. 8), contribuiu com a qualidade técnica dos programas. A partir da implantação deste sistema, as emissoras, que em grande parte transmitiam programas regionais, passaram a retransmitir a programação do Rio de Janeiro e de São Paulo. A autora ainda complementa, afirmando que a partir deste fato, “os acontecimentos regionais perderam a força e dificilmente tinham espaços em rede nacional – somente eram notícias em situação de catástrofe ou de fatos pitorescos”. Lustosa (1996) ainda complementa afirmando que

Nos anos 1980, a intensiva utilização de canais de satélites permitiu ao vivo de qualquer acontecimento em qualquer local pelas cadeias nacionais. Com o uso de antenas que permitem a transmissão de sinais de satélites a partir de caminhões ou mesmo de pequenos automotores, a televisão passou a ter a mesma mobilidade do rádio (LUSTOSA, 1996, p. 59).

A partir dos anos 80, segundo Marcondes Filho (1994), a televisão brasileira tomou “posição de domínio total” no mercado da informação, já que foi modificada a

maneira de produzir seus programas. Esta nova época é caracterizada pela “fragmentação, dispersão, atomização do controle do sistema televisivo” (MARCONDES FILHO, 1994, p. 31).

Ainda nos anos 80 a Rede Tupi, dos Diários Associados, foi fechada após o governo cassar sua concessão para ressarcir as dívidas da emissora com a Previdência Social. Mattos (2002) recorda que as concessões de todos os canais da TV Tupi foram divididos entre Silvio Santos e Adolfo Bloch. E, logo em agosto de 1981, Silvio Santos inaugurou o SBT, o Sistema Brasileiro de Televisão, que em pouco tempo atingiu altos índices de audiência em determinados horários por causa de seus programas populares. Em seguida, em junho de 1983, entra no ar a Rede Manchete com sua programação diferenciada, composta por documentários e programas criados por produtores independentes (PATERNOSTRO, 1999).

No final desta terceira fase constata-se a existência de quatro redes comerciais operando em escala nacional (Bandeirante, Globo, Manchete e SBT), duas regionais (Record, São Paulo, e Brasil Sul, no Rio Grande do Sul) e uma rede estatal (Educativa). (MATTOS, 2002, p. 116).

A partir de 1985 inicia-se a fase de transição e da expansão internacional da televisão brasileira. Esta etapa, que segue até 1990, é classificada por Mattos (2002) como a quarta fase televisiva nacional e é caracterizada pelo fim do Regime Militar.

Ao longo dos anos 80, a televisão colaborou com fim do Regime Militar e a ascensão da Nova República. Em 1984, a televisão adere à campanha pelas “Diretas Já”. E, em 1985, é realizada a transmissão da eleição que elege Tancredo Neves presidente e José Sarney como vice. Já em 1986 é lançado o segundo satélite brasileiro de comunicação e, em 1988 é lançado o terceiro. No ano de 1989 o Brasil já somava 28 milhões de aparelhos de televisão (TUDO..., c1998-2010).

No que se refere à legislação, em 5 de outubro de 1988, foi promulgada a nova Constituição que apresenta um texto específico sobre comunicação social - o capítulo V.

No artigo 220, a Carta afirma que a manifestação do pensamento não sofrerá qualquer restrição e, nos parágrafos 1º e 2º, veda, totalmente, a censura, impedindo, inclusive, a existência de qualquer dispositivo legal que “possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística, em qualquer veículo de comunicação social”. No parágrafo 5º desse artigo está a proibição de formação de monopólio ou oligopólio nos meios de comunicação social. (MATTOS, 2002, p. 117).

Os capítulos 222 e 223 abordavam o direito de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos poderem assumir a responsabilidade administrativa e intelectual de uma emissora de televisão, e que as concessões ou renovações feitas pelo Poder Executivo seriam primeiramente julgadas pelo Congresso Nacional, já o cancelamento da concessão ou permissão dependeria de decisão judicial. Segundo Simões (2000), a nova constituição também estabelece o sistema de classificação, destinada a orientar a programação das emissoras.

De acordo com Mattos (2002), nesta fase a competitividade entre as grandes redes televisivas cresce e as emissoras rumam ao mercado internacional. Complementando o pensamento de Mattos (2002), Marcondes Filhos (1994) explica que até os anos 90 a televisão era considerada a “janela do mundo”, em que através dela, poderia se ver as coisas que estavam acontecendo em todos os lugares, pois ela levava seu telespectador por todos os cantos. No entanto, ainda de acordo com o autor, a televisão perde sua “transparência”, pois, a diferença é que, a partir de então, ela não transmite o mundo a seus telespectadores, mas sim “fabrica mundos”.

O potencial de influência da televisão brasileira pôde ser comprovado, segundo Mattos (2002), durante a campanha da primeira eleição com voto popular, em 1989, em que Fernando Collor de Mello, então candidato à presidência, e Itamar Franco, seu vice, foram eleitos.

Os anos entre 1990 a 2000 caracterizam a fase da globalização e da TV paga. De acordo com Mattos (2002), nesta década o desenvolvimento global estabelece bases para o surgimento estruturado da televisão por assinatura, via cabo ou via satélite, dentro dos moldes americanos. Esta fase também se caracteriza pela regionalização e interatividade dos canais de televisão. A TV por assinatura oferece dezenas de canais que, por sua vez, precisam de novas fontes para suprir a programação. Paternostro (1999) descreve que TV aberta teve como desafio imposto pela TV por assinatura a modificação de sua grade de programação, a fim de manter a audiência. A autora (1999, p. 34) ainda complementa que “as ofertas de canais variados, nacionais e estrangeiros, programações específicas e o apelo da globalização mudam o panorama do mercado nesse fim de década”. Segundo Priolli (2000, p. 14):

É dessa convergência de interesses, entre uma produção de vídeo que carece de canais de TV para chegar aos telespectadores e uma indústria de TV paga que anseia por novos fornecedores, que surgem as condições políticas para a criação dos chamados "canais de acesso público": comunitários, legislativos, universitários, educativo-culturais. Hoje assegurados apenas na TV a cabo, pela lei federal 8.977, de 6 de janeiro de 1995, eles vêm permitindo que os mais variados grupos façam televisão e, por meio dela, afirmem outras identidades na composição da nacionalidade.

Em 1998, o nível de qualidade dos programas dos canais abertos cai e, conseqüentemente, a audiência também. De acordo com Mattos (2002), a vulgaridade continuou sendo usada nos programas, a fim de assegurar a audiência das classes C, D e E, já que as classes A e B estavam migrando para a TV por assinatura.

Com o sucesso do Plano Real, as camadas mais pobres da população aumentaram o poder aquisitivo, podendo adquirir inúmeros novos televisores, o que fez crescer a audiência das classes C, D e E. (...) Na disputa pela audiência C, D e E que, apesar de menos qualificada, é quantitativamente maior, as emissoras apelaram para os programas popularescos, sensacionalistas, e também passaram a lançar mão de sexo e violência, (...). (MATTOS, 2002, p. 150).

Simões (2000, p. 66) esclarece que esses dez anos marcaram a alteração do perfil da televisão brasileira com a "incorporação de contingentes até então à margem do consumo" e concorrência entre a TV aberta e a TV a cabo. "Tais fatos interferiram diretamente na programação das principais redes, acirrando a concorrência pelo bolo publicitário".

A última fase da televisão brasileira é classificada como o momento da convergência e da qualidade digital e tem início no ano 2000. Ainda de acordo com Mattos (2002, p. 153), "o Brasil deu seus primeiros passos em direção a modernização de sua infra-estrutura televisiva em 1999, quando os estudos para a mudança do sistema analógico para a digital começaram com afinco".

O autor ainda define que a TV a partir dos 2000 "será totalmente digital, sujeita à nossa transmissão e ângulos de filmagem, ela será também cada vez mais segmentada, com programações voltadas a grupos étnicos, associações, jovens, velhos". Ainda sobre esta questão, Marcondes Filhos (1994, p. 36) complementa que a partir dos anos 2000, a sociedade promoverá um fenômeno de "refeudalização" geral: "tudo passa a ser extremamente fragmentado, diluído e essas fragmentações

marcam uma grande multiplicidade e difusão de atuação, interferências sem mais nenhum sentido único, unitário, geral para todos na sociedade”.

Segundo Mattos (2002), a convergência para a televisão digital no Brasil desencadeará uma verdadeira revolução da forma de transmissão, o que poderá causar impacto superior ou igual à transmissão a cores na década de 70.

2.2A HISTÓRIA DO TELEJORNALISMO NO BRASIL

A programação dos primeiros anos da televisão brasileira foi marcada pelos programas musicais, de auditório, telejornais e telenovelas. O telejornalismo brasileiro nasceu juntamente com a televisão, mas seu desenvolvimento não foi tão próspero quando os demais programas, como as telenovelas.

O primeiro telejornal foi ao ar um dia após a inauguração da TV Tupi de São Paulo. O *Imagens do Dia* era apresentado pelo radialista Rui Resende e não tinha horário fixo para ser apresentado, variando entre nove e meia e dez horas da noite. Segundo Paternostro (1999, p. 35), o formato deste noticiário era simples: “Rui Resende era o locutor, produtor e redator das notícias, e algumas notas tinham imagens feitas em filme preto e branco, sem som”. A narração das imagens exibidas, eram narradas em off pelo apresentador, com um texto em estilo radiofônico. Para ir ao ar, o *Imagens do Dia* dependia da sorte, da programação ou de eventuais problemas, pois dependendo da região do País, os filmes que continham as matérias precisavam ser revelados e levados até ao estúdio em São Paulo de avião (TUDO..., c1998-2010). A primeira reportagem exibida pelo *Imagens do Dia* foi sobre um desfile cívico-militar, que ocorreu pelas ruas de São Paulo (REZENDE, 2000).

Ainda sobre o primeiro telejornal, Sousa Filho (1997 apud MATTOS, 2002, p. 85) descreve que “profissionais da época dizem que o programa tinha uma particularidade: ele tinha horário para começar mais ou menos definido, mas só acabava quando não tinha mais nenhuma imagem para ser exibida”.

Entretanto, os primeiros telejornais não tinham características próprias. A linguagem televisiva ainda não tinha sido desenvolvida. Sendo assim, a linguagem e as técnicas radiofônicas foram adotadas, assim como os profissionais.

A televisão brasileira é herdeira do rádio em todos os sentidos. Dele vieram a mão-de-obra pioneira, as fórmulas dos programas e o modelo institucional adotado. Diferentemente dos Estados Unidos, onde a inspiração estava no

cinema, ou da Europa, onde o teatro era referência importante, aqui o rádio foi a matriz da televisão. (LEAL FILHO, 2000, p. 107).

De acordo com Leonardo e Costa (1977 apud REZENDE, 2000, p. 106), os telejornais na década de 50 eram redigidos sob forma de “texto telegráfico” e apresentados com o estilo “forte e vibrante” copiado da locução de rádio. Mello (2009, p. 2) ainda destaca que “as frases eram longas e traziam muitos detalhes sobre os assuntos enfocados. Na transmissão da notícia, o locutor passava os acontecimentos como eles ocorriam e dava ao conteúdo todos os detalhes e adjetivos possíveis.

Como seria razoável supor, os telejornais eram produzidos precariamente e careciam de um nível mínimo de qualidade. As falhas se originavam tanto das grandes deficiências técnicas quanto da inexperiência dos primeiros profissionais, a maioria precedente das emissoras de rádio. (REZENDE, 2000, p. 106)

Lorêdo (2000, p. 66) afirma que o formato dos primeiros noticiários televisivos era precário, já que o apresentador ficava diante das câmeras “como um retrato 3X4, lendo as notícias colhidas pelos repórteres”. As notícias internacionais, por sua vez, eram sempre atrasadas, pois não havia satélite, nem fax que permitisse que as notícias chegassem a tempo para exibição. As ilustrações também eram bastante frágeis.

Apenas em 1952 surgem outros telejornais dos quais a maioria tinha apenas um único patrocinador que dava o nome ao noticiário. Entre eles estão: *Telenotícias Panair*, *Telejornal Bendix*, *Reportagem Ducal*, *Telejornal Pirelli*, entre outros (TUDO..., c1998-2010). O *Telejornal Panair*, segundo Piccinin (apud MELLO, 2009, p. 2), tinha grande poder de penetração e servia como referência a seus telespectadores, pois ele se apresentava como porta-voz dos principais acontecimentos do País e do mundo.

O primeiro telejornal da TV Tupi Rio foi o *Telejornal Brahma* que teve como apresentador a importante voz do rádio brasileiro: Luiz Jatobá. Lorêdo (2000, p. 41) narra que “o *Telejornal Brahma* ficou no ar até o dia 30 de março de 1952, quando perdeu seu patrocínio”. Em busca de um novo patrocinador para o noticiário, a TV Tupi buscou parceria com a agência MacCann-Erickson detentora da conta da Esso, multinacional norte-americana revendedora de combustível. Surge assim *O Seu Repórter Esso* – que entrou no ar em 1º de abril 1952 – e que, segundo Rezende

(2000), foi o mais importante telejornal daquela década. O noticiário ocupava o horário nobre da TV Tupi e seu conteúdo abrangia assuntos nacionais e internacionais, conforme descreve Lorêdo (2000, p. 42):

O Seu Repórter Esso ia ao ar de segunda a sábado, às 19h45, e foi, sem dúvida, um marco na TV brasileira, não só pelo serviço informativo que prestava, mas também pela seriedade e credibilidade impostas por seu apresentador, que, desde o início do programa, trabalhou com a equipe de redatores – R. Magalhães Júnior, Marcos Reis e Maurício Dantas com sua equipe de cinegrafistas muito competentes.

De acordo com Mattos (2002), *O Seu Repórter Esso* foi uma adaptação da TV Tupi Rio de um rádiojornal de grande sucesso transmitido pela United Press Internacional, uma agência da publicidade que entregava o programa pronto. No entanto, o surgimento deste noticiário na TV causou um impasse. Lorêdo (2000) descreve que a Rádio Nacional, que transmitia *O Repórter Esso* pela rádio, não autorizou o uso do mesmo nome pela televisão. Por essa razão, durante o primeiro mês, o noticiário chamou-se *Telejornal Tupi*, e depois o nome foi mudado para *Telejornal Esso*, apesar de ainda causa insatisfação à empresa Esso. Lorêdo (2000, p. 41) ainda afirma que “somente depois de muita discussão, todos entraram em acordo e o programa recebeu seu nome definitivo – *O Seu Repórter Esso* – com o qual ficaria no ar por 18 anos e 9 meses, até 31 de dezembro de 1970”.

Ainda sobre *O Seu Repórter Esso*, Paternostro (1999) explica que em São Paulo o telejornal era apresentado por Kalil Filho, e no Rio de Janeiro por Gontijo Teodoro. Os dois locutores eram conhecidos locutores de rádio, no entanto, já começavam a esboçar linguagem e narrativa mais televisiva.

A partir de 1960, as emissoras de televisão aumentam a presença dos telejornais em suas grades de programação principalmente devido ao progresso tecnológico e a inauguração da nova capital brasileira. Segundo Barbosa (1985 apud REZENDE, 2000. p. 107), o avanço tecnológico do telejornalismo nessa época decorreu de uma fase de grande criatividade e expansão intelectual, o que provocou o surgimento de um noticiário inovador, moderno e criativo: o *Jornal de Vanguarda*, exibido pela TV Excelsior a partir de 1962. Este telejornal teve como novidade a participação de jornalistas na produção das notícias.

Conforme afirma Lorêdo (2000), o *Jornal de Vanguarda*, com o slogan “*Um Show de Notícias*”, foi uma verdadeira revolução por ter também ao longo do

noticiário jornalistas comentando o conteúdo, como Newton Carlos, comentarista internacional, responsável pelo “De olho no mundo”; Gilda Müller, responsável por “Um minuto mulher”; João Saldanha, como comentarista de esportes; Villas Boas-Corrêa, Tarcísio Holanda e Sérgio Porto apresentando o lado engraçado das notícias, além de Millôr Fernandes, Hélio Polito e Darwing Brandão.

De acordo com Rezende (2000, p. 107), “a qualidade jornalística desse noticiário causou um impacto enorme pela originalidade de sua estrutura e forma de apresentação distinta de todos os demais informativos”, o que resultou em prestígio nacional e reconhecimento internacional. E, como resultado, o *Jornal de Vanguarda* recebeu o Prêmio Ondas em 1963 na Espanha.

No entanto, Mattos (2002) afirma que apesar de ser premiado como um dos melhores telejornais do mundo, o noticiário não sobreviveu ao Golpe de 1964. O modelo consagrado, contudo, foi copiado por várias emissoras. Sobre este episódio, Mello (2009, p. 4) descreve que o “*Jornal de Vanguarda* saiu do ar por decisão de seus produtores depois do Ato Institucional nº 5, antes que morresse aos poucos, a exemplo de outros telejornais da época”. Sobre a década de 60, Rezende (2000, p. 108) descreve que:

O telejornalismo – além da interferência política forte – continuava a padecer com a falta de um estilo próprio. Os telejornais ressentiam-se ainda da influência da linguagem radiofônica e caracterizavam-se pelo aproveitamento insatisfatório de seu potencial informativo mais expressivo: a imagem.

O autor sustenta que a televisão brasileira era baseava em três tipos de programas de entretenimento, sendo eles: programas “de grande apelo popular”, como por exemplo, as telenovelas; os “enlatados” (filmes e seriados norte-americanos) e os shows de auditório. O telejornalismo começa, a partir de então, uma nova fase, que é marcada pela criação do *Jornal Nacional*, da Rede Globo, e o fim do *O Seu Repórter Esso*, da TV Tupi.

O *Jornal Nacional*, lançado em 1º de setembro de 1969, foi o primeiro a transmitir simultaneamente, ao vivo, para as cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre e Brasília. Conforme descreve Rezende (2000, p. 110), apesar das virtudes tecnológicas do *Jornal Nacional*, a TV Globo “teve que enfrentar o estigma que perseguiria a emissora por muitos anos: a afinidade ideológica com o Regime Militar”, percebida logo na primeira transmissão

do noticiário, quando foi exibida uma reportagem em que era entrevistado o então Ministro da Fazenda, Delfim Neto, que falou com otimismo sobre uma reunião com a Junta Militar.

Além de ser o primeiro noticiário a ser transmitido para todo o país, o *Jornal Nacional* foi o primeiro a apresentar reportagens em cores e também a transmitir imagens internacionais no mesmo instante em que aconteciam via satélite. O modelo de narrativa e linguagem do telejornal apresentado pela Rede Globo tinha como base os noticiários americanos (PATERNOSTRO, 1999).

Enquanto o *Jornal Nacional* imediatamente passava a comandar a audiência entre os telejornais do horário nobre, *O Seu Repórter Esso*, o porta-voz da multinacional norte-americana revendedora de combustível, dava seus últimos suspiros, no último dia de 1970. O seu desaparecimento representava o fim de um modelo dominante no telejornalismo do Brasil durante muitos anos, que se tornou célebre pelos *slogans* “O primeiro a dar as últimas” e “testemunha ocular da história”, entoados por outro símbolo do programa, o apresentador Gontijo Teodoro. (ESQUENAZI, 1993 apud REZENDE, 2000, p. 111).

A TV Tupi, ainda sobre o impacto do fim do telejornal *O Seu Repórter Esso*, tentou superar a crise lançando o *Rede Nacional de Notícias*, mas sem obter sucesso (REZENDE, 2000). Este telejornal era transmitido diariamente para várias capitais do País e tinha como principal característica o cenário que colocava os apresentadores em primeiro plano, destacando ao fundo a sala de redação. Este formato tem voltado às telas, como veremos mais adiante.

No início do ano de 1970, a TV Cultura lançou o telejornal *A Hora da Notícia* que, de acordo com Carvalho (1979, apud REZENDE, 2000, p. 112) “não tinha grande preocupação com a forma, nem obedecia a um padrão específico, mas todos os assuntos tinham forçosamente uma ligação direta com o telespectador”, pois o noticiário era voltado para a realidade brasileira. Neste telejornal, a prioridade era o depoimento popular, o que fez dele o programa líder da audiência da emissora.

Ainda na década de 70, a TV Bandeirantes lançou o telejornal *Titulares da Notícia*, cujo principal atrativo era a dupla sertaneja Tônico e Tinoco apresentando as informações do interior paulista. Este telejornal, além de dar prioridade ao depoimento popular, valorizava o trabalho do repórter, atribuindo-lhe a tarefa de divulgar as notícias. Tal modificação na apresentação das notícias começa a dar mais credibilidade aos noticiários televisivos já que, como afirma Rezende (2000,

113), “quem estava no vídeo, transmitindo as informações, não era apenas um locutor, mas alguém que participara diretamente da cobertura dos acontecimentos”.

Em 1971, a TV Globo lançou o *Globo Shell Especial*, que em 1974 passa a se chamar *Globo Repórter Documento*, transmitido às sextas-feiras às 21 horas, e que inovou com a participação da população que falava de seus problemas em uma emissora de TV. Dois anos depois, a TV Globo também lançou o *Fantástico, o Show da Vida*, que segundo Mello (2009), venceu o tempo e ainda é transmitido semanalmente aos domingos e seu sucesso é resultado da combinação homogênea de entretenimento e jornalismo, o que traduziu uma mudança na programação dominical na época.

A TV Cultura de São Paulo, em 1976, inovou também com o lançamento do programa *Hora da Notícia Reportagem*, um telejornal diário com duração de 30 minutos. Considerado uma experiência inédita, este telejornal abriu caminhos para uma série de documentários sobre a realidade da população brasileira.

A década de 70 também foi marcada pela ascensão do *Jornal Nacional* que trouxe como principal mudança ao telejornalismo brasileiro uma programação rigorosamente uniforme e sem improvisos, o que, de acordo com Prado (1973 apud REZENDE, 2000, p. 113), “não permitia convites para a mudança de canal”. No entanto, Rezende (2000, p. 115) descreve que:

Se no plano da forma tudo ia bem, êxito igual não se obtinha quanto ao conteúdo. A riqueza plástica não encontrava compatibilidade com o trabalho jornalístico. Durante a fase da censura mais aguda, o telejornalismo, sobretudo o praticado na Globo, líder de audiência, acabou se afastando da realidade brasileira. Despolitizada, a emissora encontrava nos programas de entretenimento o atalho para se aproximar afetivamente a sua realidade.

Outro fator que desfavoreceu o telejornalismo na época foi a superficialidade das notícias, o que não permitia o aprimoramento do conteúdo. No entanto, Rezende (2000) afirma que a superficialidade dos noticiários não era reflexo da censura imposta na época, mas sim uma vertente editorial aplicada aos telejornais baseada na agilidade do estilo “manchetado” utilizado até então pelos programas jornalísticos de rádio. Segundo o jornalista Boris Casoy (1997, apud REZENDE, 2000, p. 116), este padrão estético-editorial aplicado a TV brasileira “foi implantado pela Rede Globo durante o Regime Militar, buscando substituir a ausência de substância no noticiário”.

Entretanto, a censura imposta pelo Regime Militar também interferiu no conteúdo dos telejornais brasileiros e, para contrabalançar as perdas causadas pela repressão, os noticiários optaram por aumentar a cobertura internacional, a fim de alertar a consciência do público para os assuntos polêmicos. Mello e Souza (apud REZENDE, 2000, p. 116) explicam:

Ninguém podia falar de greve, no Brasil? Então, lá estavam as imagens de um movimento grevista importante, ocorrido na França, por exemplo. Eleições era tema proibido? Lá estavam as imagens e as informações sobre eleições realizadas nos Estados Unidos, para citar outro exemplo.

Mello (2009, p. 3) explica que o período do Regime Militar foi difícil para os telejornais brasileiros, pois, havia a necessidade do cuidado no uso das palavras, uma vez que as questões políticas poderiam influenciar positiva ou negativamente os telejornais e suas emissoras. Os repórteres também tinham que ter cuidado, pois eram punidos duramente caso ultrapassassem os limites do “poder” e incomodassem os militares. Mello ainda destaca que “a repressão fez com que muitos profissionais da área do jornalismo abandonassem a carreira para sobreviver à censura e às punições”.

O fim dos anos 70 e o início dos 80 marcaram, conforme citado anteriormente, o fim da censura prévia aos noticiários. Rezende (2000) descreve que durante esta época o programa semanal de entrevistas da TV Tupi, o *Abertura*, aproveitou para entrevistar os exilados que voltavam ao País. Apesar do sucesso, o programa foi exibido por apenas um ano e meio, e saiu do ar em meados de 1980 devido ao fechamento da TV Tupi.

Apesar de o período exigir uma reestruturação dos telejornais da época por conta da transição, o *Jornal Nacional* mantinha sua audiência estável, com sua estratégia de se manter entre as novelas das sete e das oito, os quais eram os programas de maior audiência na emissora (REZENDE, 2000). A tão esperada reestruturação dos telejornais feita por José Bonifácio Sobrinho, o Boni, considerado o responsável por criar o “padrão Globo de qualidade”. Moreira (2000) explica que a Rede Globo realizou modificações em sua emissora que garantiram a liderança da audiência de sua programação. A principal modificação no telejornalismo foi a

autonomia em relação às agências publicitárias: antes as agências compravam o horário de programação e produziam elas mesmas os programas, como por exemplo a Gincana Kibon ou as Sabatinas Maizena. A Globo passou a controlar a programação vendendo o espaço publicitário nos intervalos comerciais. (MOREIRA, 2000, p. 39).

Outra modificação implantada por Boni está no fato de que a emissora não se especializou em um gênero de programa, como as demais. Por exemplo, a TV Excelsior transmitia, na maioria da sua programação, telenovelas, já a TV Rio conseguiu êxito com os programas de humor, e a TV Record obteve sucesso em seus programas musicas. Moreira (2000, p. 40) explica que este tipo de programação específica resultou em fragilidade das emissoras no que se refere à gestão, pois “se um dos carros-chefe ia mal a emissora afundava junto. Já Globo atuou como um rolo compressor em todos os horários da grade. Ela tinha como objetivo a hegemonia em todos os gêneros”.

Apesar de não estar na história como a “criadora” do telejornalismo brasileiro, a Globo acabou ditando as regras de como fazer o telejornalismo. A emissora ligou o texto à imagem, e traduziu nos telejornais um formato mais interessante para o público. Nessa adequação, o fator principal foi que a emissora introduziu as modificações sem improvisos. Outro ponto fundamental para a ascensão da Rede Globo refere-se aos horários rígidos para a exibição dos seus programas. (MELLO, 2009, p. 6).

Em 1977 a Rede Globo também inova lançando o primeiro noticiário matutino da TV brasileira, o *Bom Dia São Paulo*. A novidade este telejornal era a UPJ, ou seja, a Unidade Portátil de Jornalismo, um equipamento que permitia com que o repórter entrasse ao vivo de qualquer ponto da cidade de São Paulo passando informações de como estava o tempo, o trânsito, a movimentação geral da cidade, prestação de serviço. Em pouco tempo este modelo de telejornal foi adaptado a diversas praças e emissoras filiadas a Rede Globo, tendo sua característica de prestação de serviço até os dias de hoje (PATERNOSTRO, 1999).

Já o início da década de 80 é marcado pelo surgimento de duas emissoras, o SBT e a TV Manchete (já citadas anteriormente). Esta última teve sua programação jornalística voltada para as classes A e B, e foi inspirada na experiência das televisões européia e norte-americana. O *Jornal da Manchete* era exibido no horário nobre da TV brasileira e priorizava o comentário e as análises dos fatos (REZENDE, 2000).

Outro programa jornalístico de destaque da TV Manchete foi o *Conexão Internacional* que exibia entrevistas com celebridades do mundo todo, e que em 1986 recebeu o prêmio Rei da Espanha (REZENDE, 2000). Também durante a década de 1980 surge o primeiro jornalista como âncora de um telejornal na figura de Joelmir Beting na TV Bandeirantes.

Para o telejornalismo brasileiro, a presença de jornalistas no comando dos programas foi determinante para impor um novo estilo de apresentar as notícias para o público. Os locutores perderam a força no telejornalismo porque os novos formatos exigiam mais do que vozes bonitas. Na sua caminhada rumo à qualidade, as emissoras investiam em equipamentos e profissionais, criando telejornais e programas jornalísticos que se comparam a “revistas eletrônicas”, como o Fantástico. (MELLO, 2009, p. 10).

Em 1983 a Rede Globo lança mais um telejornal matutino, o *Bom Dia Brasil*. O noticiário foi gerado em Brasília e tinha como prioridade os assuntos políticos e econômicos. Assim como atualmente, o *Bom Dia Brasil* entrava no ar logo após o telejornal *Bom Dia Praça*, de cada estado (PATERNOSTRO, 1999).

A partir de 1984 os noticiários começaram a transmitir sua programação, principalmente jornalística, de forma “livre”, depois de anos moldados de acordo com a censura. Os primeiros sinais de nova política aparecem com as manifestações das *Diretas Já*. No entanto, segundo Marques de Melo (1984 apud REZENDE, 2000, p. 123), “o movimento encontrava ressonância no jornalismo impresso”, mas não nas emissoras de TV, principalmente a Rede Globo, as quais “ignoravam o clamor das multidões que lotavam as praças das grandes capitais brasileiras”.

Enquanto a TV Cultura era a única a realizar a cobertura direta do comício (o que lhe valeu um aumento vertiginoso de audiência), pressionada pelo vigor popular e pela insatisfação de seus próprios funcionários, a Globo resolveu dar uma breve notícia sobre o fato no Jornal Nacional. Mesmo assim, referiu-se ao comício como se ele fizesse parte das comemorações do 430º aniversário da capital paulista e não tivesse qualquer conotação política. (REZENDE, 2000, p. 124).

Outro fato marcante da cobertura jornalística durante meados dos anos 80 foi a morte de presidente Tancredo Neves, que faleceu cerca de 40 dias após ser eleito. A grandiosidade da transmissão, de acordo com Rezende (2000), deu-se em vários plantões ao vivo realizados pelas emissoras.

No entanto, se fizermos uma reflexão crítica, será possível perceber que, apesar do fim do Regime Militar e do início da Nova República no final da década de

80 os meios de comunicação, principalmente a televisão, ainda não tinham assimilado os caminhos para exercerem seu papel com “liberdade”.

Também segundo Rezende (2000), a liberdade de imprensa aconteceu em partes, já que as concessões dos canais de radiodifusão eram autorizadas pelo presidente da república e, portanto, tornaram-se moeda política de troca em acordos políticos.

As emissoras de TV acabaram ficando presas às influências políticas por conta desse histórico.

Para se ter uma idéia desse período, durante os últimos anos de censura, a situação do SBT, segundo Mello (2009, p. 9), era complicada devido à “cumplicidade com os interesses dos mais fortes”, no caso com os governantes. “Por essa razão, os telejornais do SBT, como *Cidade 4*, *24 Horas*, *Últimas Notícias* e *Noticentro* fracassaram”.

Ainda de acordo com a autora, a situação do SBT começou a mudar apenas em 1988, “quando a televisão brasileira descobriu um jeito diferente de fazer jornalismo”.

No começo dos anos 90, o SBT tentou novamente exibir telejornais em sua grade de programação. Os noticiários lançados pela emissora durante o início desta década foram o *Aqui Agora*, em 1991, e o *Telejornal Brasil*, em 1992. Segundo Squirra (1993 apud REZENDE, 2000, p. 131), o *Aqui Agora* era uma “transposição do jornalismo popular do rádio para a televisão”. Rezende (2000, p. 131) explica que este noticiário era uma versão brasileira do programa argentino *Nuevediarario* que: “além da influência da linguagem radiofônica, usava o plano-sequência para dar mais realismo e suspense às histórias que narrava”.

Paternostro (1999, p. 37) descreve que o *Aqui Agora* tinha como objetivo claro e definitivo, conquistar as classes C/D/E com seu estilo “sensacionalista, apelativo, recheado de reportagens policiais com ação, aventura, flagrantes, denúncias, violência e tensão”. O programa alcançou grande audiência em São Paulo, mas fracassou no Rio de Janeiro. E em 1997 a emissora tirou o telejornal do ar.

Para o *Telejornal Brasil* a emissora investiu em equipamentos e profissionais, reformulando assim o formato de seus programas jornalísticos.

A contratação de Boris Casoy como âncora do noticiário garantiu o sucesso do telejornal, como explica Mello (2009, p. 10):

Ele apresentava, comentava e dava opinião sobre as notícias, além de fazer entrevistas durante o telejornal. Para alguns jornalistas, ele deturpava o trabalho do âncora. As mudanças conquistaram o público e o TJ Brasil, como era chamado, superou os índices de audiência de outros programas do SBT. (MELLO, 2009, p. 10, grifo do autor).

Apesar do sucesso do *Telejornal Brasil*, o SBT extinguiu o noticiário em dezembro de 1997 (REZENDE, 2000). De acordo com Marlin (1998 apud REZENDE, 2000, p. 142) “o fim do jornalismo no SBT [...] é uma exemplar volta às origens de uma emissora que não veio ao mundo para fazer jornalismo”.

Durante os anos 90 a TV Cultura também investiu no telejornalismo, apostando em um novo formato aos seus noticiários. O *Telejornal da Cultura* tinha diversas editorias como economia, política, geral e internacional.

A partir de meados dos anos 90 surge a TV por assinatura, e com ela os canais segmentados. Em 1996, a Globo lança seu canal exclusivo de notícias, 24 horas no ar. O canal *Globo News*, com seu slogan “a vida em tempo real”, tinha como proposta cobrir as limitações que as grades de programação impunham às TVs abertas, além de produzir matérias mais extensas e de conteúdo aprofundado.

No começo das atividades, o sinal do novo canal era distribuído apenas pelo sistema de TV a cabo Net-Multicanal, mas foi depois estendido aos demais assinantes, substituindo a CNN, a emissora norte-americana pioneira em uma programação exclusivamente jornalística. (REZENDE, 2000, p. 138).

Outro ponto forte dos anos 90 foi a chegada da internet que, conforme descreve Mello (2009, p. 3), permitiu que os programas telejornalísticos disponibilizassem, ao poucos, o conteúdo diário dos telejornais em suas páginas na rede. Essa ação contribuiu para o aumento do fluxo de informações entre o público, que a cada dia está mais exigente com relação a se manter informado. E para atender as exigências de seu público, a televisão investe em seus noticiários, como exemplifica Lorêdo (2000, p. 64) ao afirmar que o telejornalismo atual é a grande linguagem da televisão, pois, hoje, ao vivo, traz informações em tempo real. Ainda segundo o autor, a televisão a partir do ano 2000 é atuante e exerce integralmente uma das suas principais funções: “informar, e informar bem, com seriedade, com honestidade e credibilidade”.

3 O NOTICIÁRIO TELEVISIVO ATUAL

Presente na televisão desde o seu surgimento, o telejornal representa, especialmente no Brasil, a principal fonte de informação da população. Os noticiários são obrigatórios na grade de programação da TV desde 31 de agosto de 1963, segundo o decreto-lei 52.795, que diz respeito ao regulamento dos serviços de radiodifusão. Ainda de acordo com este decreto-lei, as emissoras de televisão e rádio devem destinar cinco por cento de sua programação para transmissão de noticiários, sejam eles regionais, nacionais ou internacionais (CURADO, 2002).

Sobre a estrutura, atualmente os telejornais são melhores organizados se comparados aos primeiros da televisão brasileira, e tal organização é responsável por cativar o telespectador. Duarte (2006, p. 6) explica esta estrutura dos telejornais atuais, como segue:

Quanto à estrutura, os telejornais organizam-se por blocos, cada um deles contendo diversas unidades, as notícias [...]. Ao dispor essas diferentes notícias, os telejornais atendem a determinadas lógicas e estratégias que envolvem uma temporalidade discursiva: deixam, por exemplo, para o final aquelas mais instigantes, com vistas a manter a atenção dos telespectadores; apresentam chamadas com fragmentos do que vai ser exibido no próximo bloco; chamam reportagens em tempo real e simultâneo, para confirmar ou testemunhar o que os apresentadores relatam.

Ainda sobre a divisão dos blocos, Rezende (2000) também define como os telejornais são estruturados a partir dos intervalos comerciais.

O número de blocos varia de telejornal. Os blocos são separados por intervalos para os comerciais e chamadas para outros programas da emissora. Esses intervalos normalmente começam e terminam com vinhetas que identificam o programa, chamadas de passagens de break. (REZEDE, 2000, p. 147, grifo do autor).

Com relação à organização dos telenoticiários, Rezende (2000) explica que ela é formada a partir do espelho, o qual estabelece a ordem dos blocos e das notícias que os compõe, assim como a ordem dos intervalos, chamadas e encerramento do noticiário. O *espelho* pode ser alterado diversas vezes, mesmo quando o telejornal já está no ar. Ainda de acordo com o autor, geralmente as notícias que entram no espelho na última hora são as *hard news*: “Classificadas como matérias factuais ou quentes, essas notícias referem-se geralmente a

acontecimentos não previstos na pauta e têm de ser veiculados naquele dia” (REZENDE, 2000, p. 147).

Sobre a estruturação do noticiário televisivo, Duarte (2006) explica que a mídia de uma forma geral expõe ao telespectador o mundo interior e exterior. Ou seja, o mundo interior é o estúdio, que é composto por uma bancada colocada em cima de um platô, uma superfície elevada, que dá um ar de superioridade e, por consequência, passa também a idéia de credibilidade aos apresentadores. O cenário atrás da bancada onde ficam os apresentadores pode ser composto pela equipe da redação trabalhando ao fundo – por um mapa do mundo – ou ainda por telões que ilustram as notícias que são dadas, e tais estruturas podem variar a cada noticiário, dependendo da linha editorial da emissora.

Já o mundo exterior é representado por cenários compostos pelas “ações do próprio mundo, dos acontecimentos, conectados pelos dispositivos tecnológicos”, (Duarte, 2006, p. 4). Ou seja, o mundo exterior é representado pelas gravações externas que compõe as matérias televisivas, as quais demonstram, através de enquadramentos de imagens, os fatos no lugar em que eles ocorrem.

Também em sua obra, Duarte (2006) destaca a importância dos apresentadores no telejornalismo: eles passam o tom de seriedade, principalmente pelo visual, a roupa impecável, além do cabelo bem penteado, e também pelo uso correto da voz.

Mas, afinal, qual a importância dos telenoticiários? A autora de *A Notícia na TV*, Curado (2002, p. 17), afirma que “o telejornal, programa de notícia ou o noticiário está no ar com missão de oferecer esclarecimentos sobre os fatos”. Complementando o pensamento da autora, Rezende (2000) aponta que a importância do telejornalismo brasileiro está em atender a necessidade de seus telespectadores.

O telejornalismo cumpre uma função social e política tão relevante porque atinge um público, em grande parte iletrado ou pouco habituado à leitura, desinteressado pela notícia, mas que tem de vê-la, enquanto espera a novela. [...] É justamente por causa desse telespectador passivo que o telejornalismo torna-se mais importante do que se imagina, a ponto de representar a principal forma de democratizar a informação. (REZENDE, 2000, p. 24).

Contudo, Ferres (1998), citado na obra de Moroni e Oliveira Filha (2008, p. 7), sustenta que a televisão é um fenômeno social e cultural de sucesso inigualável,

pois, “nenhum outro meio de comunicação na história havia ocupado tantas horas da vida cotidiana dos cidadãos, e nenhum havia demonstrado um poder de fascinação e de penetração tão grande”. A partir desta declaração, Moroni e Oliveira Filha (2008) defendem que esta devoção à televisão foi transferida aos telenoticiários, principalmente pelo uso da imagem para ilustrar as notícias, o que garantiu a credibilidade do programa.

Em *Telejornalismo no Brasil*, Rezende (2000) afirma que a influência do noticiário televisivo, principalmente através das imagens, é tão grande, que a população chega a acreditar que o que é transmitido através da tela da TV é a realidade, pois elas consideram que os noticiários televisivos são incapazes de transmitir a mentira. Gomes (2007) complementa afirmando que:

O telejornalismo é, então, uma construção social, no sentido de que se desenvolve numa formação econômica, social, cultural particular e cumpre funções fundamentais nessa formação. A concepção de que o telejornalismo tem como função institucional tornar a informação publicamente disponível e de que o que faz através das várias organizações jornalísticas é uma construção: é da ordem da cultura e não da natureza do jornalismo ter se desenvolvido deste modo em sociedades específicas. (GOMES, 2007, p. 4).

Vilches (1989) observa, em citação na obra de Vizeu (2007, p. 7), que o telejornal tem uma relação pedagógica com seus espectadores, pois ensina através do texto televisivo, a notícia, diversas áreas do conhecimento. Vizeu (2007, p. 3) ainda complementa este raciocínio assegurando que a televisão ocupa um lugar de referência e contribui para que a população compreenda o mundo que a cerca e, portanto, ainda segundo o autor, “não é ousadia afirmar que o telejornalismo é uma forma de conhecimento [...] crítico que tem como reocupação interpretar a realidade social”.

Esta interpretação da realidade pode ser explicada por Duarte (2006, p. 2), quando o autor descreve que o telejornal é um tipo especial de noticiário que aborda assuntos sociais, políticos, culturais, entre outros. Estes assuntos são, então, transformados em notícias a partir dos padrões determinados pela emissora, que decide através de critérios o grau noticiabilidade e determina o enquadramento a ser dado a cada questão. O autor ainda completa descrevendo que:

É nesse sentido que se pode falar da mídia como pautando o real: a ela cabe determinar que acontecimentos do *mundo natural* e exterior merecem

ser noticiários, assim como decidir as formas adequadas de os transformar em notícias. (DUARTE, 2006, p. 2).

Entretanto, antes de entender os critérios de noticiabilidade e os enquadramentos das notícias televisivas, devemos compreender, primeiramente, o processo de elaboração de uma notícia de TV, para então integrar tais conceitos e assim compreender a influência exercida pelas notícias, principalmente quando veiculadas na televisão.

3.1 ENTENDENDO A NOTÍCIA NA TV

Antes de entendermos a notícia na TV, temos que compreender o conceito geral de notícia. Diversos autores, como Sousa (2002), acreditam que uma teoria da notícia ainda está em formação. Entretanto, a maioria deles compartilha a ideia de que existem conceitos que formulam o que é notícia e como é feita.

O próprio Sousa (2002) descreve que a notícia é um elemento linguístico representativo da realidade através de construções ideológicas, pessoais, históricas, sociais, do meio físico e até tecnológico. O autor ainda complementa que a notícia é difundida pelo meio jornalístico e comporta informações que são compreendidas pelo seu consumidor de acordo com o momento histórico e sócio-cultural. O receptor da notícia é considerado consumidor, pois, segundo Lustosa (1996, p. 19), a notícia é a informação transformada em produto de consumo, e está ligada diretamente ao interesse universal, ou seja, a “notícia é o relato de um fenômeno social, presumidamente de interesse coletivo ou de um grupo expressivo de pessoas”, que, mesmo que não estejam interessadas no produto final da notícia, receberão a informação obrigatoriamente contida nela.

Já Lage (1979, p. 36) descreve que o conceito de notícia pode ser definido como “o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante, e este, de seu aspecto mais importante”. Ainda segundo o autor, a palavra *importante* pode ser entendida neste contexto, como o conceito de *verdade* ou *interesse humano* que compõe cada notícia. Lage (1979) ainda complementa:

Notícia, acima de tudo, é informação e informação é tudo aquilo que desejamos saber para ter condições de fazer uma avaliação mais objetiva da realidade. A notícia, entretanto, é um relato, uma maneira particular de descrição de um fato ou da realidade. O texto informativo traduz uma

realidade fragmentada. Oferece, portanto, a informação parcial, tanto no sentido de transcrever parte do fenômeno social, como ainda por impor uma visão pessoal do narrador ou redator da notícia, dentro das óbvias restrições e imposições do veículo. (LAGE, 1998, p. 31).

Contudo, Lustosa (1996) afirma que, apesar de ser considerada um relato, a notícia não pode ser interpretada como tradução da realidade, pois ela não é o acontecimento, mas sim a narração dele.

Para os autores Motta, Costa e Lima (2004) as notícias são, não só a tradução da realidade, mas também a atualização da realidade social, pois, elas renovam a percepção do mundo, o convívio e ação social diária e cotidianamente. Os autores ainda descrevem que:

[...] as notícias narram não apenas os fatos historicamente localizados, mas constroem a realidade social re-significando-a mediante elementos presentes no universo cultural. Narram os dramas e tragédias da vida humana, os conflitos, as lutas, as utopias, os sonhos, os medos, os desejos, as frustrações, os sentimentos de personagens que preenchem as páginas de jornais e revistas, bem como a programação de rádio e tevê. (MOTTA; COSTA; LIMA, 2004, p. 34).

Assim como Motta, Costa e Lima, Olga Curado (2002) descreve que as notícias, além de revelarem determinados fatos, identificam personagens, descrevem circunstâncias de acordo com o contexto histórico e até geográfico, fazendo com que seu receptor aumente suas perspectivas e significados com relação ao fato.

Franceschini (2004) também explica que a notícia é o gênero jornalístico que mais usufrui do conceito da imparcialidade, pois leva o receptor a aceitar os fatos narrados como verdadeiros e isentos de opinião. O autor (2004, p. 148) ainda completa afirmando que “é principalmente em torno dela (*notícia*) que foi construído o mito da objetividade, responsável pela enorme acolhida e o potencial de convencimento que o jornalismo tem” (*parênteses nosso*).

De acordo com este pensamento estão os autores Motta, Costa e Lima (2004, p. 35), que descrevem a prática jornalística de noticiar como um instrumento de objetividade, de “referenciabilidade limpa de juízos de valor”, que está ligada diretamente a credibilidade imposta ao profissional, o qual, ainda segundo os autores, tem um “contrato” de veracidade com seus receptores e, portanto, ele tem a função de “contar a realidade histórica tal como ela é”.

Quanto à natureza da notícia, Lage (1979, p. 37) ainda explica que pode ser constituída por dois componentes básicos: o lógico e o ideológico. O autor descreve o componente lógico como “uma organização relativamente estável”, ou seja, os fatos que são noticiados por si só. Já os componentes ideológicos são descritos como “elementos escolhidos segundo critérios de valor essencialmente cambiáveis, que se organizam na notícia”.

Já sobre sua estrutura, a notícia impressa é composta por um texto curto, direto e objetivo, diferente da reportagem, que é mais elaborada e que, geralmente, contextualiza os assuntos.

Como a função primordial da notícia é transmitir um fato, o principal elemento para compor o texto noticioso é o *lead*³. Segundo Sousa (2001), o *lead* é o parágrafo que dá o tom para o resto da notícia, pois ele introduz o tema através das respostas da seis perguntas que o compõe: "Quem?, O Quê?, Quando?, Onde?, Como? e Porquê?".

Entre estas questões, geralmente o mais importante consiste em responder a "Quem?" e a "O Quê?", pois a maioria das notícias pode inscrever-se no âmbito da ideia "alguém fez ou disse alguma coisa". Mas quando se responde a essas duas questões, normalmente é fácil associar ao enunciado as respostas a "Quando?" e "Onde?". As respostas a "Como?" e "Porquê?" podem ser dadas no *lead*, mas também podem ser deixadas para o corpo da notícia. (SOUSA, 2001, p. 221).

No entanto, não basta apenas a organização estrutural da notícia para cativar o receptor. Segundo Duarte (c2010) além da estrutura do texto, a exposição da notícia, principalmente no jornal impresso, funciona como tática para prender a atenção do leitor. A autora ainda completa afirmando que a organização das páginas por seções, fotografias, gráficos, tipos de coluna e os títulos facilitam a orientação visual, assim como a melhor compreensão do conteúdo.

Já os veículos interativos, como rádio e televisão, utilizam maneiras diferentes para difundir as notícias. Uma vez que, principalmente o rádio, não tem o recurso visual atribuído tanto ao jornal impresso, quanto ao televisivo.

Atualmente, as principais características da notícia radiofônica são o imediatismo e a agilidade, transmitidos através de um texto manchettato, em que os

³ Segundo Sousa (2001, p. 221), “*Lead* em inglês significa guiar, conduzir, levar, indicar o caminho, orientar, ir à frente, ir na primeira posição, ir em primeiro lugar, sugerir, indicar, etc. Portanto, o *lead* é o parágrafo que lidera e orienta, o parágrafo que sugere e indica”.

locutores intercalam os parágrafos a serem lidos. Segundo Zuculoto (2003), o rádio também tem como vantagem a transmissão objetiva e clara dos fatos, já que ele foi o primeiro veículo no Brasil a utilizar as técnicas do *lead* em seus noticiários, que mais tarde foram adotadas pelo jornal impresso e também pela TV.

A notícia na TV, no entanto, tem como principal característica a utilização de imagens dinâmicas para a transmissão das informações, as quais propagam os fatos através recortes de imagem que interpretam a realidade. Segundo Lage (1998), a notícia de TV, diferentemente da notícia impressa, ainda está em formação. O autor ainda explica que:

[...] enquanto a notícia impressa tem uma forma que se desenvolveu ao longo do tempo e reflete determinado tipo de organização da sociedade, a notícia em televisão é algo em processo. Nela se articulam estruturas dificilmente compatíveis, como a exposição por ordem decrescente de importância, a narração em sequências temporais e a interpretação conceitual que *fecha* o discurso, suprimindo a estimulante ambiguidade da imagem. (LAGE, 1998, p. 43).

Na televisão, a notícia é nomeada como matéria ou reportagem, e pode ser definida, de acordo com Paternostro (1999), como a informação que será publicada no noticiário. A reportagem é definida por Maciel (1995), citado na obra de Rezende (2000), como “a mais complexa e mais completa forma de apresentação da notícia na televisão”, ainda de acordo com o autor, a ela “tem texto, imagens, presença do apresentador, do repórter e de entrevistados” (REZENDE, 2000, p. 153). Rezende (2000) descreve que a reportagem é a forma mais longa de transmitir uma notícia e é dividida, basicamente, em cinco partes: *cabeça*, *off*, *boletim* ou *stand up*, *sonoras* e *pé*.

Para especificar tais partes da reportagem, podemos tomar como base os autores Curado (2002), Lage (1998) e Rezende (2000). Começaremos com o conceito de *cabeça*, o qual é definido por Lage (1998) como texto narrado pelo apresentador para anunciar a matéria. Ainda segundo este autor, a *cabeça* de uma matéria é *lead*.

O *off* é o texto narrado pelo repórter que dá suporte as imagens que são exibidas (REZENDE, 2000). Segundo Lage (1998, p. 42), o *off* “tem a única função de identificar e caracterizar ambientes, personagens; pode nem existir, substituída pelo som local e por breves legendas sobrepostas”.

Já o *boletim* ou *stand up*, de acordo com Rezende (2000, p. 153), é “a narrativa do repórter no local do acontecimento”, em que as informações são importantes, mas não há imagens para ilustrá-las. Tal fragmento da reportagem também pode ser nomeado como *passagem*, que, segundo Curado (2002), é a participação do repórter no vídeo.

As entrevistas realizadas pelo repórter para complementar a matéria são classificadas por Rezende (2000) como *sonora*. De acordo com Lage (1998), a entrevista só deve ser incluída quando realmente for importante na notícia.

Já a finalização da reportagem é classificada como *pé* (REZENDE, 2000), ou *nota pé*, como denomina Lage (1998), a qual não é obrigatória, mas é utilizada para complementar as informações depois que a matéria é exibida.

Outros elementos de transmissão da notícia televisiva são as *notas*, que podem ser *simples* ou *cobertas*, ou também o *link*.

As *notas simples* são as matérias que não se tornaram reportagens externas e são compostas apenas pela narração de um determinado fato pelo apresentador, o qual é relevante, mas que não dispõe de imagens para ilustrá-la (SQUIRRA, 1995, apud SOARES; OLIVEIRA, 2003). Estas notas ainda são classificadas por Rezende (2000, p. 151) como “matérias curtas sobre fatos acontecidos ou por acontecer e, característica que melhor as distingue como formato/gênero, sem imagem de cobertura”.

Já as *notas cobertas*, segundo Squirra (1995 apud SOARES; OLIVEIRA, 2003), são basicamente como as *notas simples*, mas com o atrativo da imagem que ilustra o assunto. O autor ainda descreve que as *notas cobertas* “são tão objetivas quanto às antecessoras, mas possuem casamento perfeito com a imagem, permitindo maior aprofundamento e/ou detalhamento do assunto tratado” (SQUIRRA, 1995 apud SOARES; OLIVEIRA, 2003). Rezende completa a definição de *nota coberta*:

A nota coberta é, por sua vez, o formato mais simples de notícias com imagens na TV. Em geral, ela é formada por duas partes que se complementam harmoniosamente. A cabeça, correspondente ao lead, é lida pelo apresentador em quadro ou ao vivo. Na segunda parte, chamada de off, o apresentador ou o repórter faz a narração, paralelamente à exibição das imagens da notícia. (REZENDE, 2000, p. 151).

O *link*, como já citado anteriormente, é uma maneira de transmissão da notícia televisiva, e o seu conceito pode ser esclarecido por Curado (2002), que afirma ser a história contada ao vivo, simultaneamente no momento em que ocorre: “as imagens e as informações são transmitidas pelo repórter direto do cenário dos acontecimentos, ao telespectador” (CURADO, 2002, p. 97). A autora ainda complementa que o *link* enfatiza o compromisso do jornalismo com a atualidade, pois, mostra a urgência do noticiário em transmitir a notícia. Rezende nomeia o *link* como nota ao vivo, a qual, apesar de ser curta e simples, tem a mesma importância que os demais formatos de transmissão da notícia. Maciel (1995 apud REZENDE, 2000) explica que este formato de notícia ocorre por três circunstâncias básicas:

1) suprir a falta de imagem da notícia; 2) para dar ritmo ao telejornal, já que a nota ao vivo é sempre mais curta do que a reportagem; 3) nos casos em que há imagens, mas que por algum motivo ou outro, elas não chegaram ainda à emissora (MACIEL, 1995 apud REZENDE, 2000).

Destas maneiras a notícia é transmitida na televisão. No entanto, não basta apenas entender os diferentes recursos utilizados pelos noticiários, devemos compreender também que as notícias são exibidas segundo critérios noticiosos estabelecidos pelos telejornais e emissoras. Assim, o próximo item deste trabalho visa esclarecer alguns destes critérios de noticiabilidade utilizados pelos telejornais.

3.2 CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE NA TELEVISÃO

Crítérios de noticiabilidade ou valores-notícia podem ser definidos, segundo Sousa (2001), como a seleção dos assuntos a serem noticiados de acordo com critérios empregados por jornalistas e veículos de comunicação. E como vimos anteriormente, cada meio de comunicação difunde a notícia de maneira particular, seguindo características próprias. Da mesma forma, os critérios de noticiabilidade ou valores-notícia também diferem de acordo com os veículos.

No entanto, antes de abordarmos os critérios de noticiabilidade, devemos compreender as teorias da comunicação que influenciam tais critérios. Contudo, entre as várias teorias, neste capítulo iremos discorrer apenas sobre as teorias do gatekeeper, do agenda-setting ou agendamento e do newsmaking. Essas teorias da

comunicação servem para justificar o trabalho e a ação do jornalista quanto à escolha de determinados fatos a serem noticiados.

Portanto, para definir e compreender como essas teorias funcionam, começaremos pelo conceito de gatekeeper que pode ser explicado por Lewin (1947), citado na obra de Wolf (1999). Para este autor o gatekeeper, que pode ser definido como “selecionador”, o qual funciona como porteiro de uma cancela, em que filtra as informações que por ela passam, avaliando sua noticiabilidade.

Wolf (1999, p. 180) também define o gatekeeper como “guarda da cancela” e afirma que o filtro de informações realizado pelo gatekeeper pode ser determinado por um indivíduo ou um grupo que tem “o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia”. Robinson (1981) descreve como funciona a seleção de fatos através do gatekeeper.

As decisões do gatekeeper são tomadas, menos a partir de uma avaliação individual da noticiabilidade do que em relação a um conjunto de valores que incluem critérios, quer profissionais, quer organizativos, tais como a eficiência, a produção de notícias, a rapidez. (ROBINSON, 1981 apud WOLF, 1999, p. 181).

Ainda sobre o gatekeeper, Paes (2008) expõe que a escolha da notícia não sofre interferência apenas do personagem gatekeeper, classificado pelo autor como o editor. A seleção de uma notícia também é definida pelo jornalista que busca equilibrar a sua escolha. A teoria do agenda-setting ou agendamento pode ser definida por Beatriz Becker em sua obra *Telejornalismo de qualidade: um conceito em construção*, quando a autora propõe que:

Esse conceito pode ser descrito como uma hipótese, segundo a qual, os meios de comunicação podem indicar aos seus destinatários temas em que devem pensar, conteúdos que precisam incluir ou excluir do seu conhecimento e acontecimentos que são ou não importantes. (BECKER, 2005, p. 57)

Segundo Shaw (1979), citado na obra de Wolf (1999), “[...] o pressuposto fundamental do agenda-setting é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos mass media⁴” (SHAW, 1979 apud WOLF, 1999, p. 62).

⁴ Mass media, de acordo com Wof (1999) pode ser compreendido como mídia de massa, ou seja, a mídia que é destinada à massa de uma forma geral.

Sobre a aplicação do agenda-setting, Becker (2005) também declara que tal teoria produz um efeito direto sobre o receptor da notícia, pois, a seleção dos temas, das imagens e a edição dos assuntos são realizadas a fim de pautar o que o espectador deve saber. Uma vez que os fatos são escolhidos a partir da hierarquia de temas que aconteceram durante o dia, os quais refletem nos assuntos que serão abordados no noticiário. Desta forma, as notícias seguem a ordem de seleção e edição para irem ao ar, assim como o tempo destinado a cada assunto, levando-se em conta, o que o jornalista ou o veículo de comunicação define ser importante para seu receptor.

Já sobre a teoria do newsmaking, Soares e Oliveira (2007) afirmam que ela pode ser explicada como o estudo que procura tratar o processo de construção da notícia como um fenômeno social. As autoras ainda complementam:

A investigação científica sobre o jornalismo e as notícias é feita por uma corrente designada *communication research* ou *media research*. Dentro dessa corrente, os estudos sobre *newsmaking* tratam os meios de comunicação como emissores de mensagens socialmente produzidas. Na produção dessa mensagem, se refletem as rotinas produtivas dos profissionais jornalistas (SOARES; OLIVEIRA, 2007, p. 1).

Para completar esta teoria, Wolf (1999, p. 251) afirma que o newsmaking é “o trabalho comunicativo dos emissores como um processo dentro do qual ‘há de tudo’ (rotinas viscosas, distorções intrínsecas, estereótipos funcionais, precedentes sedimentados, etc.)”.

A partir de então, podemos verificar que as teorias da comunicação estão ligadas a ação do profissional e da empresa jornalística com relação à escolha dos fatos a serem noticiados pelo veículo. Tais teorias servem como premissas para aplicação aos critérios de noticiabilidade. Contudo, não são apenas os critérios que pautam o jornalista, o profissional também escolhe os valores-notícia que irá empregar para a seleção do assunto.

Sendo assim, do ponto de vista da teoria de Silva (2005), a noticiabilidade pode ser compreendida:

[...] como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais. (SILVA, 2005, p. 96).

Do mesmo modo, podemos entender os critérios de noticiabilidade, segundo Wolf (1999), como requisitos que exigem dos acontecimentos, tanto do ponto de vista da empresa quando do jornalista, que eles tenham existência pública para tornarem-se fatos notícias, pois, caso eles não correspondam a estes requisitos não se transformarão em noticiáveis e serão excluídos pelos meios de comunicação. Wolf exemplifica a situação:

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 parte dos conhecimentos do mundo adquiridos pelo público através das comunicações de massa. (WOLF, 1999, p. 190).

Ainda sobre a definição de noticiabilidade, Wolf (1999) descreve que o conceito corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos utilizados pelos órgãos de informação para escolher o que deve ser noticiado entre os inúmeros fatos que acontecem diariamente.

Sousa (2001, p. 41) também propõe que os critérios de noticiabilidade exercem papel de elementos contributivos⁵ para a definição da notícia, pois eles ajudam a “legitimar o processo produtivo, desde a seleção das fontes à seleção dos acontecimentos e aos modos de fabrico, contribuindo para precaver os jornalistas e as organizações noticiosas das críticas do público”. O autor ainda complementa que as notícias necessitam ser moldadas para seduzir o receptor dentro de um ambiente de concorrência e assim, “funcionarem como uma mais-valia para um determinado órgão de comunicação.” (SOUSA, 2001, p. 43).

Entretanto, Silva (2005) descreve que nem sempre são os critérios de noticiabilidade que determinam os fatos a serem noticiados. Mas, os fatores podem determinar também os critérios e valores-notícia, pois, segundo a autora (SILVA 2005, p. 106), “valores-notícia seriam causa e consequência da seleção”.

Sobre a aplicação dos critérios de noticiabilidade, alguns teóricos conciliam a hipótese de que a escolha dos assuntos a serem abordados por um noticiário depende da linha editorial adotada pelo veículo. Sousa (2001) é um dos pesquisadores que concorda com esta premissa.

⁵ Palavra de origem portuguesa. Seu significado, neste contexto, pode ser interpretado como algo que contribui. Ou seja, *elementos contributivos* podem ser traduzidos como elementos que contribuem para algo, para uma finalidade a ser atingida.

Os critérios de noticiabilidade não são rígidos nem universais. Por outro lado, são, frequentemente, de natureza esquiva, opaca e, por vezes, contraditória. Eles funcionam conjuntamente em todo o processo de fabrico e difusão das notícias e dependem da forma de operar da organização noticiosa, da sua hierarquia interna e da maneira como ela confere ordem ao aparente caos da realidade. Além disso, os critérios de valor-notícia mudam ao longo do tempo (assuntos que há algum tempo não seriam notícia são no hoje). (SOUSA, 2001, p. 39).

Entre os diversos valores-notícia citados pelos teóricos, a *novidade*, a *atualidade*, a *proximidade*, a *negatividade* (crimes, violências, acidentes, etc.) e o *impacto* são os critérios mais mencionados.

Sousa (2001) ainda cita outros sete critérios referenciais para a seleção da notícia: *significância* (relevância, intensidade e número de pessoas envolvidas); *proeminência social dos sujeitos envolvidos* (se são pessoas famosas ou importantes para sociedade); *proeminência das nações* (se os países são importantes internacionalmente); *consonância* (fato agendável); *imprevisibilidade* (fato surpreendente); *continuidade* (desdobramento) e *composição* (assunto que cabe num programa temático).

Além destes critérios, Dijk (1990 apud SOUSA, 2001, p. 42) aponta a *pressuposição*, ou seja, a suposição adiantada como valor-notícia que deve ser aplicado a partir de uma avaliação dos critérios *novidade* e *atualidade*, para se adquirir um conhecimento prévio do assunto, pois os discursos e acontecimentos só são entendidos segundo informações já registradas.

Bond (1959 apud SILVA, 2005, p. 101), de acordo com sua teoria, ainda considera diversos fatores que podem ser classificados como valores-notícia: *incomum* (raridade); *referente ao governo* (interesse nacional); *que afeta o bolso* (interesse pessoal/econômico); *injustiça*; *catástrofe* (grandes perdas de vida ou bens); *conseqüências universais* (interesse universal); *drama* (que provoca emoção); *de interesse de grande número de pessoas* (número de pessoas afetadas); *grandes somas* (grande quantia de dinheiro); e *descoberta de qualquer setor* (descobertas/invenções). O autor ainda complementa como os critérios interferem na escolha do fato:

Às vezes, a matéria conterà diversos destes elementos provocadores de interesse, outras vezes, apenas um. Em cada caso, o elemento dominante presente nos indica qual o tipo de categoria do assunto. (BOND, 1959 apud SILVA, 2005, p. 101).

Em contrapartida aos vários teóricos que citam diversos elementos, Golding (1981 apud SOUSA, 2001) sugere, em sua teoria, que os valores-notícia podem ser divididos em apenas três grupos:

1) a audiência; 2) a acessibilidade, no que diz respeito à “facilidade de captura” do acontecimento e à capacidade que a organização noticiosa possa ter de o abarcar na sua extensão; e 3) a adaptação, uma vez que o *news item*, além de necessitar de fazer sentido em termos do que já é conhecido acerca do assunto, teria de ser consonante com fatores como a pragmática das rotinas produtivas, as capacidades técnicas e organizacionais e os constrangimentos organizacionais. (GOLDING, 1981 apud SOUZA, 2001, p. 43).

Ainda sobre os critérios de noticiabilidade, Olga Curado (2002) aponta que existem três critérios que são mais aplicados, na prática, para a seleção da notícia, principalmente a televisiva: a *abrangência*, o *interesse do público* e a *contemporaneidade* do assunto. Sobre a *abrangência*, a autora afirma que se trata do aspecto mais relevante na TV, pois mostra a importância do fato de acordo com sua amplitude. Esse critério tende “a transformar a notícia em entretenimento ou em espetáculo, tratando apenas de questões amenas ou desprovidas de polêmica” (CURADO, 2002, p. 16).

Sobre o nível de *interesse do público*, Curado (2002) explica que este pode variar de acordo com a simples curiosidade sobre determinado assunto ou busca de informações por parte do espectador. A curiosidade pode ser delineada como “notícias sobre a vida de celebridades, ou o registro de eventos climáticos que transformam a previsível troca das estações num espetáculo com data marcada”. (CURADO, 2002, p.16). Já sobre a busca de informações, a autora ainda descreve que podem ser notícias que prestam serviço ao público, ou ainda, notícias que abordam “novas regras para a cobrança de impostos ou outros aspectos dos regulamentos sociais” (CURADO, 2002, p. 16).

A *contemporaneidade*, por sua vez, tem como função mostrar a atualidade social, política e econômica do fato. Sobre este critério, Curado (2002) ainda complementa afirmando que “a informação deve colaborar para produzir em nós um sentimento de inclusão social ou política, aumentando a nossa consciência acerca do que se passa nas nossas cercanias ou alhures”. (CURADO, 2002, p.16).

Deste modo, podemos verificar que na prática os critérios de noticiabilidade diferem dos apontados pelos teóricos. No entanto, há autores, como Sousa (2001), que afirmam que tanto na prática quanto na teoria, os critérios de noticiabilidade podem variar como explica o autor.

Em síntese, julgo poder dizer que a noticiabilidade, a selecção e a hierarquização informativa de acontecimentos e dados sobre esses acontecimentos passam por critérios que, em jeito de conclusão, parecem partilhar (a) influências pessoais (como as idiossincrasias de um jornalista), (b) um pendor social, sobretudo organizacional, por exemplo, relacionado com a postura social da organização noticiosa (como a inter-relação desta com os restantes *news media*), (c) um pendor ideológico, visível, por exemplo, no destaque noticioso dado às figuras-públicas do poder político e económico e (d) um pendor cultural, resultante das culturas profissional, de empresa e do meio. (SOUSA, 2001, p. 44).

A partir destes conceitos, podemos verificar que os critérios utilizados por jornalistas e veículos de comunicação servem para seleccionar os fatos a serem noticiados. Sendo assim, vale ressaltar que tais critérios podem ser escolhidos com a finalidade de apenas seleccionar os fatos, sem a intenção de manipular seus receptores. Entretanto, as imagens e edição aplicadas a cada notícia podem ter a intenção de transmitir o ponto de vista do veículo. Com o intuito de mostrar as formas de edição e selecção de imagens, abordaremos no próximo capítulo a relação entre a notícia e a imagem, no discurso televisivo.

4 “UMA IMAGEM VALE MAIS QUE MIL PALAVRAS”: A RELAÇÃO IMAGEM/TEXTO NA NOTÍCIA DA TV

A televisão é um meio de comunicação de massa de grande abrangência no Brasil e no mundo. Em diversos países a TV ocupa um lugar privilegiado entre os veículos de comunicação e serve como forma de lazer e informação à população, dividindo a preferência do público com jornais, revistas, rádio, cinema, livros e até a internet (REZENDE, 2000).

No caso brasileiro, a TV não é apenas um veículo do sistema nacional de comunicação. Ela desfruta de um prestígio tão considerável que assume a condição de única via de acesso às notícias e ao entretenimento para grande parte da população. (REZENDE, 2000, p. 23).

A importância dada a este veículo pode ser relacionada à imagem, que é classificada por Rezende (2000) como o trunfo da TV, o que garante a ela ser o meio de comunicação mais fascinante. O autor ainda descreve que “por sua íntima afinidade com a emoção, a TV possui um potencial de mobilização afetiva inigualável” (REZENDE, 2000, p. 71). Münch (1992), citado na obra de Souza Leal (2006, p. 7), igualmente afirma a afetividade da imagem proferindo que além do caráter estritamente informativo, a imagem tem a função de estimular, de maneira sensorial e emocional, o espectador.

Lustosa (1996) também explica o fascínio da TV descrevendo que ela recria a realidade de maneira mais interessante, reconstruindo o real e transformando-o em uma nova realidade mais atraente do que a original.

A televisão alimenta a fantasia. As coisas deixam de ser reais para se transformar em algo além de sua natureza. As pessoas tendem a perder o referente real para absorverem a simples referência oferecida pela imagem eletrônica. (LUSTOSA, 1996, p. 96).

Sobre o hábito de assistir TV, Marcondes Filho (1994) assegura que ele está ligado a fatos históricos da sociedade e que este costume pode ser explicado pela experiência do homem de olhar objetos, cenas, a natureza e, a partir disso, buscar respostas, satisfação, entretenimento, e até conhecimento. O autor ainda complementa afirmando que “hoje, é a televisão que funciona em primeiro lugar para dar estas respostas ao homem que diante dela se senta (MARCONDES FILHO, 1994, p. 8). Rezende (2000, p. 24) completa esta visão de Marcondes Filho,

afirmando que as pessoas de baixo nível instrucional veem na TV “uma das poucas oportunidades para sonhar com a esperança de tornarem-se verdadeiros cidadãos”.

Contudo, podemos afirmar, com base na obra *Telejornalismo no Brasil* de Rezende (2000), que o conhecimento transmitido pela televisão ocorre, pois esse veículo tem a possibilidade de exibir os fatos não apenas com uma descrição verbal, mas também ilustrados com imagens. Desta maneira o autor completa: “Essa particularidade exerce uma influência que se reflete diretamente no modo de produção telejornalística” (REZENDE, 2000, p. 72).

Deste modo, Lustosa (1996) declara que na televisão o jornalismo é transmitido como um show, em que o telespectador é apenas uma testemunha dos fatos, criando a ilusão de que ele está próximo e pode participar da construção da notícia. Arbex Júnior (2002) complementa Lustosa ao afirmar que a televisão torna os assuntos, sejam eles políticos, sociais ou culturais, espetáculos. Ou melhor, como descreve o autor, os assuntos “adquirem características de um grande show” principalmente por causa do “império da imagem” construído pelo veículo, o que enfraquece a percepção do telespectador entre o que é real e fictício (ARBEX JÚNIOR, 2002, p. 32). Lustosa (1996) explica esta relação:

É uma proximidade falsa, imaginária, onde se estabelece a contradição: o telespectador faz parte e não é parte, ou melhor, faz parte, mas não participa. Ele está protegido, no conforto da sala de sua casa, e se sente absolvido de qualquer culpa ou responsabilidade sobre todos os episódios (LUSTOSA, 1996, p. 97).

Compartilhando desta mesma ideia, Bistane e Bacellar (2005 apud LEAL, 2006, p. 2) afirmam que as imagens na TV não representam apenas a realidade e tornam o telespectador testemunha de um fato, mas também dão credibilidade e força às notícias, principalmente as que trazem informações sobre denúncias.

Rezende (2000) também aponta a imagem na televisão como um espetáculo que é contemplando e combinado na produção jornalística a fim de privilegiar e aproveitar as imagens atraentes. Deste modo, cria-se um formato espetacular da imagem televisiva a qual faz com que ela represente “a formula mágica capaz de magnetizar a atenção de um público tão diversificado.” (REZENDE, 2000, p. 25).

Tal importância da imagem no telejornalismo pode ser explicada pela “doutrina da imagem” de Steven Zourmer (1987 apud COUTINHO, 2005, p. 8). Segundo esta teoria, as imagens são capazes de transmitir mais do que apenas

informações e experiências para os telespectadores. Ainda de acordo com esta doutrina, o autor defende que a televisão deveria moldar o conteúdo jornalístico através do impacto visual e emocional causado pela imagem.

Entretanto, Coutinho (1991) afirma em citação na obra de Rezende (2000, p. 48), que no jornalismo televisivo nenhuma imagem pode ser pura, sem comentários ou música que lhe dê sentido, pois caso ela seja nua, a interpretação de receptor pode falhar: “em consequência dessa compreensão, acredita-se que o espectador tende a mudar de canal ou a supor que haja uma falha técnica da emissora” (COUTINHO, 1991 apud REZENDE, 2000, p. 48). A partir desta afirmação o autor ainda relata que é neste sentido que a imagem perde sua importância caso não seja utilizada adequadamente.

A partir do pensamento de Coutinho (1991), Rezende (2000) descreve que é preciso ter cuidado com o uso excessivo da imagem no jornalismo de TV, principalmente por ela ser pura emoção, capaz de se comunicar sozinha, dando forma de espetáculo a notícia. Neste ponto, o autor ainda declara que no telejornalismo a imagem deve estar entrosada com o texto para a construção adequada da notícia. Maciel (1995 apud REZENDE, 2000, p. 81) também afirma que sem o texto, a imagem perderia seu significado informativo e deixaria de ser relevante ao telespectador.

Curado (2002) complementa Maciel (1995 apud REZENDE, 2000, p. 81) quando cita que a TV precisa da imagem e da palavra, pois, “A imagem na TV não importa, do ponto de vista jornalístico, se não tiver o apoio do texto. É a palavra que traduz e dá dimensão ao vídeo” (CURADO, 2002, p. 173).

Erlangung (2004) também defende a não adianta apenas usar a imagem para contextualiza a notícia na TV, o texto cumpre igualmente um papel importante na transmissão da informação televisiva:

Se a imagem pode ser, em casos específicos - como em obras de fotografia e arte -, concreta, e ser capaz de transmitir mensagens e conhecimento sem a presença do texto escrito ou falado, no telejornal ela se mostra vazia e inúmeras vezes inútil, no sentido de não carregar consigo uma informação palpável, sem o que um telejornal não faz qualquer sentido. (ERLANGUNG, 2004, p. 13).

A partir deste contexto, podemos verificar a importância da junção entre imagem e texto, que pode ser ilustrada pelo manual de telejornalismo da Rede Globo:

Em jornalismo de televisão ninguém duvida: a imagem é mais forte que a palavra. Toda vez que num telejornal as falas estão em desacordo com as imagens, produz-se uma espécie de descarrilamento da comunicação: o trem das palavras vai para um lado e o trilho da imagem, para o outro. Num caso desses, a informação auditiva se perde, mas a mensagem visual sempre chega ao destino. (REDE GLOBO DE TELEVISÃO, 1984 apud REZENDE, 2000, p. 77).

Paternostro (1999, p 72) também afirma que é neste sentido que há a preocupação de fazer o texto e a imagem caminharem juntos, sem que haja competição entre eles: “[...] ou o texto tem a ver com o que está sendo mostrado ou não tem razão de existir, perde a sua função. O papel da palavra é dar apoio à imagem e não brigar com ela...”. Porcello (2006) exemplifica a relação texto e imagem na televisão e ainda mostra como a imagem influencia a compreensão do telespectador.

A televisão dá prioridade ao componente visual, de maneira a causar fascinação ao público. Ela aumenta o peso da imagem em relação ao valor da palavra. E o telespectador decodifica, mais facilmente, os códigos visuais do que os verbais. Mas em hipótese alguma a palavra pode “brigar” com a imagem. Palavra e imagem devem ser complementares. E o telespectador, somando as informações contidas na imagem, com as informações trazidas pela palavra, vai acreditar muito mais no que está vendo e ouvindo ao mesmo tempo. Se alguém diz que “isso apareceu na TV”, o outro aceita, passivamente, a situação como um fato real: “Se apareceu na TV, então é porque aconteceu”. (PORCELLO, 2006, p. 154).

Não podemos negar que a imagem tem grande poder expressivo dentro o jornalismo televisivo, no entanto, a palavra se impõe como suporte indispensável. Rezende (2000) descreve que a palavra explica as imagens da notícia, que na maioria das vezes não conseguem ser esclarecidas por si mesmas. Sendo assim, o autor ainda afirma que “a seleção das palavras é condição básica para se obter êxito no processo de transmissão de uma notícia”. (REZENDE, 2000, p. 75).

Na televisão a imagem pode construir um discurso a parte daquele que está sendo narrado pelo locutor, pois a informação visual pode ser empregada para complementar o texto da matéria, enriquecendo a reportagem jornalística (LUSTOSA, 1996). Entretanto, Paternostro (1999) ainda aponta que não há

necessidade de se descrever o que as imagens estão mostrando, pois isso se torna óbvio, além de ser redundante e cansativo ao telespectador. Por tanto, segundo a autora, a função do texto é complementar a imagem e a da imagem é ilustrar o texto.

Rezende (2000) aponta que a transmissão do texto televisivo de maneira oral proporciona ao veículo abranger uma vasta camada do público receptor. Entretanto, para que isso ocorra a TV é forçada a uniformizar sua linguagem, a fim de obter a compreensão desejada. Deste modo podemos afirmar que é a narrativa televisiva que facilita a compreensão do conteúdo jornalístico por torná-lo mais oral. A partir desta oralidade empregada na TV, alguns autores classificam o veículo como o “rádio ilustrado”. O potencial radiofônico da TV pode ser explicado por Chion (1993 apud REZENDE, 2000, p. 46) quando o autor descreve que se pode assistir à TV, ou melhor, ouvir o som de um programa que é exibido “enquanto se trabalha ou lê, com a possibilidade de dar rápidas olhadelas no vídeo, de tempo em tempo”.

Deste modo podemos considerar, de acordo com Rezende (2000, p. 47), “que apesar de ter no código icônico o componente básico de sua linguagem, a TV não pode prescindir do verbal”. Rocco (1991 apud REZENDE, 2000, p. 47) também afirma que a palavra “ancora” a imagem, que por si só não se sustenta.

Entretanto, apesar de imagem e palavra serem elementos complementares na construção da notícia, como já citamos anteriormente, no telejornalismo o aspecto visual tem peso maior na escolha do fato. Boris Casoy, em entrevista concedida à Rezende exemplifica a situação:

Trata-se de um assunto controvertido na televisão brasileira. A tendência tem sido dar ênfase à imagem em detrimento do conteúdo, da palavra. Existe até o jargão que vive sendo repetido e é visto como postulado nas redações: “entre uma boa imagem e uma boa notícia, fique com a imagem”. [...] Há quem atribua isso à necessidade de animar a transmissão. Ou mesmo a um resquício do rádio. Entretanto, no geral, a TV, repito, tende mesmo a marginalizar a palavra, o texto, em benefício da imagem (CASOY, 1997 apud REZENDE, 2000, p. 44).

No telejornalismo a imagem é essencial, no entanto não é justificável o fato de sacrificar uma notícia importante por não haver imagens que a ilustre. Paternostro (1999, p. 73) descreve que unir “imagem, emoção e informação é uma boa saída para transmitir a notícia com a qualidade ideal”.

Contudo, podemos destacar de acordo com Leal (2006) que o telejornalismo é um dos produtos paradigmáticos da TV, por ser portador explícito e referencial de

características televisuais como o texto, que pode ser composto pela seriedade, repetição e fragmentação, e a imagem, que é selecionada a fim de criar um referencial ao telespectador, assim como o texto.

Assim, Leal (2006) ainda descreve que as imagens são portadoras de uma objetividade própria, que é capaz de proporcionar credibilidade e autenticidade ao texto verbal. Entretanto, tais características podem ser empregadas a imagem televisiva através de operações técnicas, ou seja, a partir da utilização de recursos como enquadramento e edição. Sendo assim, podemos afirmar que a objetividade jornalística da TV pode ser construída através de intervenções tecnológicas.

Deste modo, o próximo item deste trabalho abordará as técnicas de enquadramento e edição atribuídas às imagens, a fim de esclarecer sua influência na compreensão do texto jornalístico, ou seja, na notícia de TV.

4.1 ENQUADRAMENTO E EDIÇÃO DA NOTÍCIA DE TV

Como vimos anteriormente, as imagens são responsáveis por cativar e chamar a atenção do telespectador para o que é transmitido na televisão, seja em um programa de entretenimento ou jornalístico. Para isso, elas passam pelo processo de enquadramento, que pode ser definido a partir do posicionamento de câmeras com relação ao objeto filmado. Segundo Curado (2002, p. 107), a posição da lente em relação ao que será filmado “define a maneira como o telespectador vai ver determinada cena”. A partir deste conceito, veremos alguns ângulos e recursos utilizados durante a filmagem que ajudam e influenciam a compreensão do telespectador. Com base na obra de Curado (2002), podemos enumerar alguns planos básicos de filmagem, como: Plano Geral; Médio ou Americano; Meio Plano; e *Close-up* (vide figura 1).

Como Plano Geral, a autora classifica ser o plano aberto ou mais abrangente, o qual mostra o corpo todo de uma pessoa, ou em caso de um lugar, mostra cenas amplas do ambiente, pessoas e objetos que o compõe. Já o Plano Médio é a tomada de câmera da cintura para cima. Este plano é o mais usado para filmar as *passagens*, ou seja, a participação do repórter na matéria. O Meio Plano é a filmagem que mostra do peito para cima em uma pessoa e o *Close-up* mostra a cabeça e os ombros de uma pessoa. Este recurso também pode ser utilizado para

dar “ênfase a uma informação que está sendo dita pelo repórter ou pelo entrevistado”. (CURADO, 2002, p. 108).

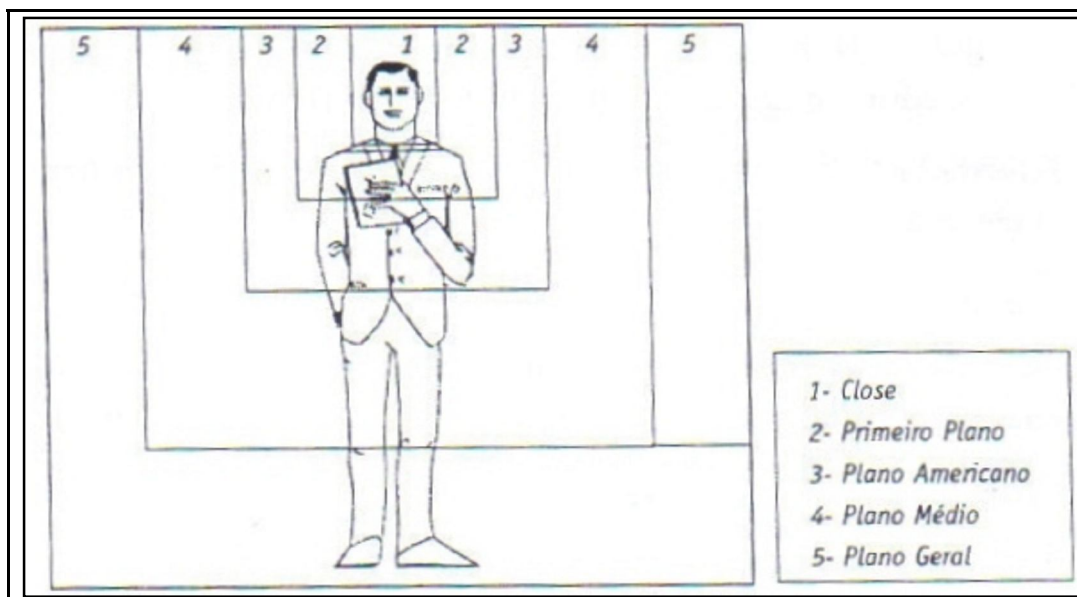


Figura 1: Enquadramentos de câmera
Fonte: Curado, 2002, p. 108.

Para compreender melhor o enquadramento de câmera, podemos tomar como base as explicações de Tuchmann (1980), citado na obra de Vizeu e Correia (2008)

[...] os telejornais utilizam ângulos determinados na produção das reportagens com enquadramentos que buscam conferir significados sociais às relações espaciais. Uma imagem mais próxima procura enfatizar aspectos mais dramáticos da matéria, ocorrendo o contrário quando a imagem é mais geral, procurando transmitir uma espécie de reprodução da realidade, como se esta estivesse sendo mostrada de uma forma objetiva tal como é, produzindo um efeito real. (TUCHMANN, 1980 apud VIZEU; CORREIA, 2008, p. 14).

Tuchmann (1980 apud VIZEU E CORREIA, 2008) ainda afirma que o enquadramento noticioso organiza a realidade do dia-a-dia, pois a notícia define, redefine, constitui e reconstitui os significados sociais e a maneira de fazer as coisas dentro dos processos existentes e das instituições. Podemos salientar ainda que o enquadramento de imagem está diretamente ligado ao processo editorial da notícia, ou seja, a edição jornalística aplicada ao fato.

Porcello (2006, p. 162) explica o conceito de edição afirmando ser “o recorte necessário para que a notícia seja transmitida e, principalmente, compreendida pelo público”. O autor ainda completa dizendo que “A edição em TV (...) é a maneira de montar a história que o repórter vai contar em sua matéria” (PORCELLO, 2006, p. 163). Piccinin (2008) exemplifica este conceito:

Contar uma boa história jornalisticamente implica em escolhas que pressupõem cortes, inclusões, ênfase, omissões; enfim, operações que resultam de complexas e sucessivas decisões em busca do tratamento e linguagem mais adequada à narrativa. Ou seja, contar uma boa história é, sobre tudo, bem editá-la, seja em qual for o suporte. (PICCININ, 2008, p. 14).

Mas, antes de editar uma matéria, há autores que sustentam que se deve conhecer a audiência que consumirá a notícia. Olga Curado (2002), por exemplo, defende que as escolhas das imagens, sons ou informações estão ligados ao interesse jornalístico da emissora e a audiência do telejornal. A autora ainda pondera, sustentando que apesar de não conhecer ao certo quem são telespectadores, a edição faz referência essencialmente o atendimento da audiência, o que amplia “a abrangência do produto pela promoção do nível de satisfação que produz, geralmente associada ao prazer de o telespectador ficar diante da tela da TV” (CURADO, 2002, p. 130).

Entretanto, Piccinin (2006) defende que “os jornalistas estão convencidos e detêm um conhecimento preciso do que interessa ao público, assim como as melhores formas que devem se adotadas para contar uma estória” (PICCININ, 2006, p. 143).

No entanto, retomando a questão da edição, Piccinin (2008) defende que a construção da notícia implica o uso de recursos de vídeo, áudio e texto, os quais, quando combinados, transformam um fato em notícia televisiva. Deste modo, podemos ainda tomar como base a explicação da autora sobre os recursos tecnológicos utilizados para montar a notícia de TV, como segue:

Também na montagem dos VT's há uma tendência à exploração dos recursos tecnológicos para tornar continuamente os telejornais mais bonitos e esteticamente bem tratados por meio dos recursos virtuais da arte. Tanto em sons (áudio) quanto em imagens, as matérias passam a contar com elementos virtuais em suas composições que melhor desempenham o papel de narrar e, assim, qualificar a narrativa, especialmente em situações de temas abstratos ou onde se encontram mais dificuldades na sua representação imagética. (PICCININ, 2008, p. 34).

Squirra (1990 apud COUTINHO, 2005, p. 3) destaca que a edição é importante, pois, ordena os assuntos, além de atrair a atenção do telespectador através de seus aspectos de interesse e criatividade.

Piccinin (2006) afirma que a falta de objetividade ocorre por causa dos “esquemas padrões de produção”, os quais são resultados de “inúmeras decisões e tensões que tentam ser continuamente objetivadas” para produção jornalística (PICCININ, 2006, p. 151). Contudo, podemos encerrar este sub-capítulo com a afirmação de Porcello (2006):

Editar em televisão é agir, decidir, escolher. Editar é recortar. Mas, cuidado! Escolher certo. Optar pelo melhor recorte. Decidir com firmeza e convicção. A simples seleção do que é, ou não é “fato jornalístico” já pressupõe uma escolha. (PORCELLO, 2006, p. 167).

Deste modo, podemos completar que o enquadramento e a edição jornalística contribuem para a elaboração e conseqüentemente para a compreensão da notícia de TV. Sendo assim, o próximo item tratará sobre a influência da TV e do telejornalismo para a compreensão das pessoas, assim como também sobre os malefício e benefício desta influência.

5 A INFLUÊNCIA DA TELEVISÃO

A força icônica que a televisão exerce sobre as pessoas, principalmente através do telejornal, está relacionada à construção de mundo que o veículo realiza e que, conseqüentemente, faz com que seu receptor, especialmente os menos dotados de senso crítico, acreditem que ela seja incapaz de mentir (REZENDE, 2000). Podemos atribuir tal poder de convencimento à imagem, como citamos anteriormente.

Neste item do trabalho aprofundaremos a questão da influência televisiva, a qual divide opiniões entre os autores. Pois, há aqueles que afirmam que o veículo tem grande significância entre seus telespectadores por democratizar a informação, mas também há os que defendem que ela aliena e diminui a convivência social.

Sendo assim, abordaremos inicialmente a influência do veículo através do pensamento de Moran (1994), autor que atribui o deslumbramento da televisão à capacidade de combinar imagem, fala, música e escrita. Tal junção, ainda segundo o autor, estimula o cérebro do receptor através das “mudanças de enquadramento, de planos, de pontos de vista” (MORAN, 1994, p. 235). O autor ainda complementa, afirmando que esta combinação da TV tem o poder de tocar o telespectador, de modo a sensibilizá-lo não só através do que é transmitido, mas também pela forma como é transmitido, como segue:

A riqueza fantástica de combinações de linguagens sacode nosso cérebro, nosso eu, através de todos os caminhos possíveis, atingindo-nos sensorial, afetiva e racionalmente. Somos "tocados" pela imagem através dos movimentos de câmera, pela música que nos comove, pela narração emocionada de uma vítima ou apresentador. Enquanto a imagem e a música nos sensibilizam, a palavra e a escrita (textos, legendas) orientam a decodificação, racionalizam o processo. Normalmente a imagem mostra, a palavra explica, a música sensibiliza, o ritmo entretém. Mas as funções mudam, intercambiam-se, superpõem-se. Todos os sentidos são acionados, o nosso ser como um todo é atingido. Todo o nosso ser é atingido, não só a inteligência. Daí a sua força. (MORAN, 1994, p. 235).

Os estudos de McLuhan (*apud* REZENDE, 2000) apontam para o fato de que o fascínio causado pela televisão não está relacionado ao conteúdo que é exibido, mas sim ao veículo e à transmissão propriamente dita. Prado (1973 *apud* REZENDE, 2000, p. 31) afirma, também tomando como premissa a teoria de

McLuhan que “o importante não é o que se vê na televisão, mas o próprio ato de vê-la”. Deste modo, Rezende (2000) complementa descrevendo que:

Essa ação hipnótica exercida pela TV pode fazer com que um telespectador, inicialmente com a intenção de ver só um programa determinado, passe toda uma tarde ligado em um fluxo de imagens de gêneros de programas diferentes. A sensação de encantamento despertada pela expectativa visual seria, por si, suficientemente compulsiva para mantê-lo preso diante do televisor. (REZENDE, 2000, p. 31)

A partir deste ponto, podemos destacar que as informações contínuas transmitidas pela televisão são compostas por uma sequência de diversos programas que são transmitidos no mesmo horário, mas em canais diferentes, como anúncios publicitários, novelas, telejornais, programas musicais, entre outros, os quais formam uma programação fragmentada. O telespectador pode ter acesso a todo este conteúdo através do *efeito zapping*. Ou seja, o *zapping* neste caso, é facilitado pelo uso do controle remoto. Entretanto, a alternância de gêneros ocasionada pela mudança constante de canal, pode causar a quem assiste TV certa dificuldade em identificar o que é realidade e ficção (REZENDE, 2000).

E é a partir deste ponto que podemos destacar, de maneira breve, uma das hipóteses de influência da TV: a alienação. Tal teoria pode ser explicada por Rezende (2000), quando o autor narra que o sincretismo realidade-ficção tem como função alienar o telespectador sobre sua condição de participação e vivência, que são concedidas por aqueles que delegam os fatos reais, ou seja, os jornalistas.

A alienação atribuída à televisão também pode ser destacada por Freitas (2006), quando cita que desde a popularização do veículo, em meados dos anos 90 com a implantação do Plano Real, a grade de programação se tornou popular, gerando uma “cultura da massa”. Neste ponto o autor destaca que a televisão “incentiva comportamentos e sugere “valores sociais de felicidade” absolutamente inalcançáveis, para a grande maioria da sociedade” (FREITAS, 2006, p. 4).

É neste ponto que também podemos destacar a relação entre a convivência social e a televisão. Há autores que afirmam que desde a popularização do aparelho, as pessoas dedicam mais tempo a assistir TV, do que vivenciar momentos familiares. Entretanto, Pereira (1998) é uma das autoras que defende que apesar de a televisão ser acusada de reduzir e perturbar a interação, vivência e comunicação familiar, não há estudos que comprovem sua influência negativa sobre estas

relações. Ainda segundo a autora, a TV proporciona momentos de prazer, alegrias, emoções, entusiasmos, e até decepções, que, de certo modo, não deixa de ser uma forma de comunicação entre os membros da família.

O autor português Alison Alexander (1994 apud PEREIRA, 1998) também destaca que a interação entre a familiar e a televisão pode variar de acordo com o contexto de cada família, como explica o autor:

[...] se numa determinada família ver televisão pode contextualizar a interação, isto é, quando está a ver, a família focaliza-se na televisão e define a sua actividade como 'ver televisão', noutra família, a televisão pode estar ligada, mas a actividade é definida de forma diferente, como por exemplo, passar o tempo juntos, realizar o trabalho doméstico, ou mesmo, conversar. Não é portanto, possível considerar que as práticas televisivas sejam análogas a todas as famílias (ALEXANDER, 1994 apud PEREIRA, 1998).

Deste modo, Pereira (1998) também defende que não é apenas a televisão que influencia nos relacionamentos familiares, mas também os relacionamentos que influem na programação televisiva.

A participação ativa da televisão no ambiente familiar tem um duplo papel segundo a teoria de Chalvon (1990 apud PEREIRA, 1998). O autor defende que a TV “gera conflitos, mas é muitas vezes utilizada para os disfarçar; alimenta conversas mas também impõe o silêncio; favorece as relações entre as gerações mais novas, mas também cria ocasiões de reivindicação” (CHALVON, 1990 apud PEREIRA, 1998, p. 69). Ela ainda complementa que é neste ponto que a TV influencia no projeto educativo das famílias, sugerindo discussões e temas que influenciaram na aprendizagem, principalmente das crianças. Entretanto, esta interferência da TV na educação infantil deve ser mediada pelos pais.

Segundo Jenkins (2008) a maioria dos pais vê nas mídias em geral, não apenas a TV, uma influência perigosa para a educação dos filhos. Porém o autor destaca que as mídias podem colaborar para o processo de aprendizagem das crianças.

As mídias são interpretadas basicamente como ameaças, em vez de recursos. Coloca-se mais ênfase nos perigos da manipulação do que nas possibilidades de participação; fala-se mais em restringir o acesso – desligar a televisão, dizer não ao Nintendo – do que em expandir a habilidade para utilizar as mídias para nossos próprios fins, reescrevendo as histórias que a cultura nos concede (JENKINS, 2008, p. 328).

Jenkins (2008) ainda destaca que para a televisão ser utilizada para a educação de jovens e crianças é preciso educar os adultos para as mídias, para que eles possam orientar seus filhos sobre sua relação com as mídias.

Entretanto, autores como Lull (1980 apud PEREIRA, 1998) acreditam que a influência da TV não é vista apenas na educação. Para o autor a influência televisiva no contexto familiar pode ser vista durante seus hábitos diários, quando ela assume a função de “reguladora” das rotinas familiares, pois ela:

[...] pontua o tempo e as actividades da família, tais como a hora das refeições, a hora de deitar, os períodos de trabalho doméstico, e regula os padrões de conversa que são influenciados pelos ritmos da programação (LULL, 1980 apud PEREIRA, 1998, p. 78).

Simpson (1987 apud PEREIRA, 1998) também defende que a TV tem o poder de regular as rotinas familiares. Para ele, a televisão não regula apenas horários das refeições, do sono, das tarefas domésticas e até os assuntos das conversas, mas também os trabalhos escolares das crianças. Ainda segundo o autor, os membros da família consideram a TV parte da família, pois ela “conforta ou irrita, e acompanha as rotinas e as ‘crises’ da família” (SIMPSON, 1987 apud PEREIRA, 1998, p. 76).

É neste ponto que podemos sugerir que estar com a televisão ligada não significa que ela esteja sendo assistida. Lull (1980 apud PEREIRA, 1998, p. 78) é quem sustenta tal afirmação. Segundo o autor, a televisão, como categoria estrutural, tem a função de “recurso do ambiente”, servindo de companhia para as pessoas enquanto conversam, realizam tarefas domésticas e se entretêm, mas sem necessariamente assisti-la.

Grande parte das críticas que se fazia à televisão residia no fato de que este veículo de comunicação mantinha, pelo menos em tese, o receptor passivo. Hoje sabemos que os retornos em forma de audiência já consistiam uma forma de retorno do público. Ainda assim, o público não interferia diretamente no conteúdo.

Entretanto, podemos ressaltar que os hábitos televisivos estão mudando. As pessoas não estão mais tão “escravas” da programação televisiva por causa da Internet. Atualmente, deixar de ir a um compromisso para assistir ao último capítulo da novela não é prioridade. O telespectador sabe que pode assistir quando quiser

qualquer um de seus programas televisivos na Internet. Deste modo, a influência televisiva também está diminuindo. As pessoas não têm acesso às notícias, entretenimento, entre outros assuntos e programas apenas através a TV, a Internet começa a ganhar espaço. Neste ponto, podemos destacar a tendência de que, futuramente, a TV concilie cada vez mais seus programas com a Internet, a fim de garantir a credibilidade e abrangência entre seus telespectadores.

Com tudo, podemos destacar as novas tecnologias, que também influenciam na compreensão e no modo de assistir TV do telespectador. A TV digital é um exemplo disto. Recentemente implantada no Brasil, ainda não sabemos a fundo se ela mudará a maneira de assistir TV das pessoas. Se tomarmos como base Highfield (2003 *apud* JENKINS, 2008, p. 310) os telespectadores farão muito mais do que apenas assistir à TV.

No nível mais simples, as audiências irão organizar e reorganizar o conteúdo do jeito que quiserem. Irão acrescentar comentários aos programas, votar neles e, de maneira geral, mexer neles. Mas, em outro nível, as próprias audiências irão querer criar os fluxos de vídeo do zero, com ou sem nossa ajuda (HIGHFIELD, 2003 *apud* JENKINS, 2008, p. 310).

Também podemos complementar que assistir TV será mais fácil com a implantação do processo digital, pois, até então, para assistir a determinado programa o telespectador tinha que estar na frente de um aparelho de TV. Entretanto, com as novas tecnologias e com o procedimento digital, as pessoas poderão assistir à televisão através de um aparelho de celular, por exemplo. Com isso, provavelmente os hábitos televisivos mudem, já que o telespectador não ficará preso na sala de casa. No entanto, este trabalho não se aprofundará nesta questão. Esta foi apenas uma breve discussão, que tem como propósito estimular a reflexão sobre o modo e o que é assistido na TV, já que este veículo é o que tem maior abrangência no Brasil. O que nos cabe destacar é que a imagem continuará a ser fundamental para a interpretação do telespectador, seja através do processo de transmissão analógico ou digital.

6 NOVOS OLHARES: RELATO DE UMA EXPERIMENTAÇÃO

O enquadramento e a edição jornalística têm como objetivo principal selecionar determinados fatos em detrimento de outros. Tal seleção está diretamente ligada às características editoriais de cada empresa jornalística, seja ela impressa, radiofônica ou televisiva. Também o texto jornalístico, seja ele televisivo ou não, pode ser construído de diversas maneiras segundo critérios de noticiabilidade, ritmo de edição e enquadramento distintos, os quais atribuem significados, impactos e até influências diferentes em seus receptores. A partir deste preceito, e com base no referencial teórico levantado por esta pesquisa nos capítulos anteriores, este trabalho buscou demonstrar a interferência da edição e do enquadramento de imagens na compreensão do telespectador.

Para isso, foram produzidas três matérias televisivas sobre a desigualdade social na cidade de Bauru, com enquadramentos e edições distintas, que foi exibido a um grupo de pessoas que respondeu questionários antes e depois da atividade, como explicaremos adiante.

Para a produção das matérias foi realizado um levantamento dos dados gerais do município, como a renda per capita e familiar, o números gerais da desigualdade social da cidade, assim como alguns exemplos de personagens que pudessem humanizar a matéria. A obtenção destes dados ocorreu via internet, através de sites da prefeitura, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) e também através de uma entrevista preliminar com a Secretária do Bem Estar Social do município, Darlene Tendolo. Para ilustrar os dados e o tema da matéria, foram criadas algumas artes que ilustraram o conteúdo exibido.

As imagens que representam a desigualdade social foram captadas pela cidade durante dois dias, nas principais avenidas e ruas e também na região central. Após a captação e elaboração do texto, os VTs foram editados seguindo padrões estabelecidos pela situação problema deste trabalho, que teve como elemento norteador o fato de que cada telejornal elabora suas matérias de acordo com o horário em que é exibido e o público que busca atingir. Assim sendo, segue a abaixo a descrição de cada matéria, o padrão de edição que cada uma seguiu e o porquê deste procedimento.

a)	VT 1
----	------

1) Breve histórico: O primeiro programa foi elaborado com base nos padrões dos telejornais vespertinos. Esta premissa foi adotada levando-se em consideração que os telejornais vespertinos têm matérias mais longas, explicativas e que exploram as imagens, uma vez que, acreditamos que o telespectador deste telejornal tem mais tempo para ver as notícias. Há ainda a premissa de que as matérias exibidas no período da tarde são mais leves e ilustrativas.

2) Tempo total: Este VT teve dois minutos e quarenta e cinco segundos de duração.

3) Estilo textual: Com relação à composição do texto, podemos destacar que este programa foi mais explicativo que os demais, pois, antes de abordar o tema desigualdade social, houve uma introdução sobre o contexto da cidade, como localização geográfica, características econômicas, educacionais e, por fim, sociais. Ao tratar da desigualdade social, o texto trouxe diversos dados, como a posição do município no ranking do Índice de Desenvolvimento Humano Estadual, a renda per capita e a renda familiar. Para comprovar os dados, explicar melhor a situação de Bauru e ilustrar a matéria foi acrescentado a entrevista da Secretária do Bem Estar Social do Município, Darlene Tendolo.

Sobre as imagens, podemos destacar que as cenas iniciais mostram a cidade de Bauru de acordo com o que foi narrado. Por exemplo, ao falar do entroncamento rodoviário, foram exibidas imagens das rodovias que cortam a cidade. Ao apontar os dados da desigualdade social do município, o VT apresentou algumas *artes* que ilustram e explicam as informações que foram narradas, facilitando a compreensão sobre o assunto. Já no final da matéria, as imagens foram mais impactantes: neste trecho foram exibidas imagens de pessoas dormindo e comendo na rua e até pegando lixo.

Podemos destacar também os aspectos sonoros deste VT. No começo, ao contextualizar as informações gerais sobre Bauru, a música de fundo (BG) é mais animada e alegre, combinando com as informações que foram passadas. Já no final da matéria, quando é abordada a desigualdade social e aparecem as imagens das

pessoas que estão dormindo na rua, pegando lixo, etc., a música é lenta e sóbria, coincidindo com o que é exibido.

4) Características gerais da edição: Com relação ao enquadramento e angulação das imagens deste VT, podemos destacar que as iniciais são mais gerais e ilustram o que é narrado pelo texto de maneira adequada. Entretanto, quando a matéria mostra a entrevistada, as imagens ficam mais fechadas (Close), assim como quando são exibidas cenas sobre a desigualdade de Bauru. Com relação às transições feitas na edição, optamos por utilizar cortes secos durante a exibição das artes e no início da matéria. As fusões de imagens são utilizadas apenas no final deste VT para destacar a desigualdade social do município.

b)

VT 2

1) Breve histórico: Para a elaboração do VT 2, adotamos a suposta condição de que os telejornais noturnos, exibidos no chamado “horário nobre” da TV, ou seja, entre as oito e dez horas da noite, tem suas notícias mais curtas e diretas. O objetivo destes telejornais é transmitir as informações de maneira rápida e breve, de modo a não cansar o telespectador.

2) Tempo total: O tempo de duração desta matéria é de um minuto e quarenta e seis segundos – um minuto a menos que o VT 1.

3) Estilo textual: O texto não aborda características gerais da cidade. Logo no início deste VT o texto compara as características salariais do Brasil, ilustrando através de artes os números da renda per capita e também das pessoas que não tem renda. O texto completa as características do País ao mostrar sua posição no ranking mundial do Índice de Desenvolvimento Humano. Em seguida o VT traz as informações de Bauru, como a renda per capita e a posição do município no ranking do Índice de Desenvolvimento Humano Estadual. A introdução do VT 2 é mais direta e objetiva por ser composta, praticamente, apenas de dados e números comparativos. Assim como no VT anterior, o VT 2 também tem a entrevista da

Secretária do Bem Estar de Bauru, Darlene Tendolo, que fala sobre a situação da vulnerabilidade social da cidade.

As informações e imagens finais do VT 2 apontam a desigualdade ao mostrar a diferença social de alguns pontos da cidade e também alguns moradores de rua. Entretanto, tais imagens não são tão impactantes quanto as do VT 1. Sobre a música de fundo, neste VT ela aparece apenas no final, quando abordamos a desigualdade social de forma direta.

4) Características gerais da edição: O segundo VT tem imagem mais gerais, assim como os dados. O enquadramento mais fechado pode ser destacado apenas durante a entrevista com a Secretária do Bem Estar Social de Bauru (Close). Entretanto, a fusão de imagens deste VT é mais sutil, principalmente durante a exibição das artes. Como consequência destas características, este VT transmite a informação de maneira objetiva e direta, não deixando, com isso, de ser informativo.

c) VT 3

1) Breve histórico O último VT buscou mesclar características de edição e enquadramento dos dois anteriores, ou seja, características dos telejornais noturnos e vespertinos.

2) Tempo total: O VT 3 tem um tempo total de um minuto e trinta e cinco segundos.

3) Estilo textual: Sobre o texto, a terceira matéria, assim como a primeira, foi iniciada abordando as características gerais de Bauru, seguido dos dados da desigualdade do Município, como a renda per capita e a renda familiar. Assim como nos dois programas, o terceiro também tem a entrevista da Secretária do Bem Estar de Bauru, Darlene Tendolo, que falou sobre a proporção da desigualdade na cidade, do mesmo modo que no VT 1, porém de maneira mais direta. As imagens são gerais no início, porém, ao encerrar, o enquadramento de câmera é mais fechado, enfatizando a desigualdade social. Também podemos destacar a trilha deste VT, que, no início da matéria, foi mais agitada, porém não tão alegre quanto à primeira.

Ao finalizar o VT, a música é mais lenta, correspondendo com as imagens que são transmitidas: lugares e pessoas que representam as classes altas juntas com as menos favorecidas, representando o paradoxo que se estabeleceu em nossa sociedade.

4) Características gerais da edição: O enquadramento de imagens deste VT foi mais aberto no início, assim como nos demais, e mais fechado no encerramento, enfatizando a situação da cidade. Podemos destacar que a angulação de imagem foi decisiva ao começar as imagens fechadas e encerrar abertas, assim como também começar aberta e encerrar fechada, buscando sensibilizar o receptor. A transição de imagens foi feita com a técnica de fusão – de forma mais sutil – sem cortes secos, com o objetivo causar estranheza ao receptor. Por fim, podemos destacar que tais características de edição buscaram mesclar pontos dos VTs 1 e 2.

6.1 EXIBIÇÃO

Após a produção dos VTs, foram elaborados dois questionários, um pré e um pós-exibição (apêndice), para demonstrar a influência da edição e do enquadramento de cada material pelos telespectadores. O primeiro questionário foi aplicado antes da exibição para conhecermos os hábitos televisivos de cada entrevistado, enquanto que o questionário pós-exibição teve como objetivo verificar as preferências e as percepções dos entrevistados diante de cada VT apresentado na atividade.

A atividade foi realizada no dia 13 de novembro de 2010, às 10 horas da manhã no laboratório de vídeo E-21, na Universidade Sagrado Coração de Bauru, com um grupo de 42 pessoas entre 20 e 58 anos. Entre os participantes estavam alunos de graduação, alunos dos cursos de pós-graduação (*lato sensu*) e também funcionários da instituição. A maioria dos participantes estava na Universidade no dia da apresentação, porém alguns vieram apenas para colaborar com a atividade.

Deste modo, segue abaixo a tabulação dos dados coletados durante a atividade através dos questionários:

6.2 APRESENTAÇÃO DOS DADOS GERAIS: PERFIL DOS ENTREVISTADOS

O **Gráfico 1** ilustra que, das 42 pessoas que participaram, 71,4% delas eram mulheres, ou seja, 30 participantes e as outras 28,6% eram homens, ou seja, 12 participantes.

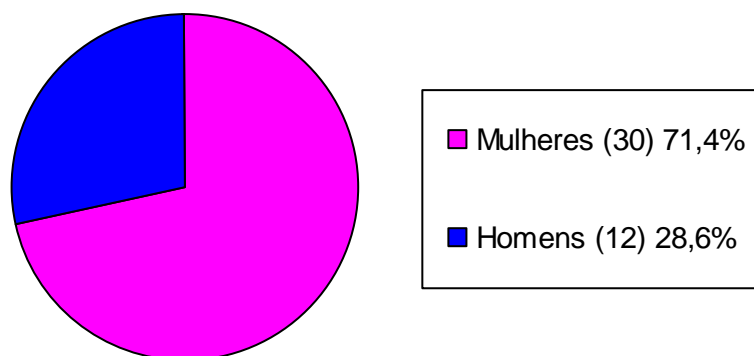


Gráfico 1 - Sexo dos entrevistados

O Gráfico 2 mostra que, de todos os participantes, dois tinham Ensino Fundamental Completo, o que corresponde a 4,75% dos participantes. Vinte e seis pessoas tinham Ensino Superior Completo, o equivalente a 61,9% do total e quatorze participantes tinham Ensino Superior Incompleto, correspondendo a 33,35% do total.

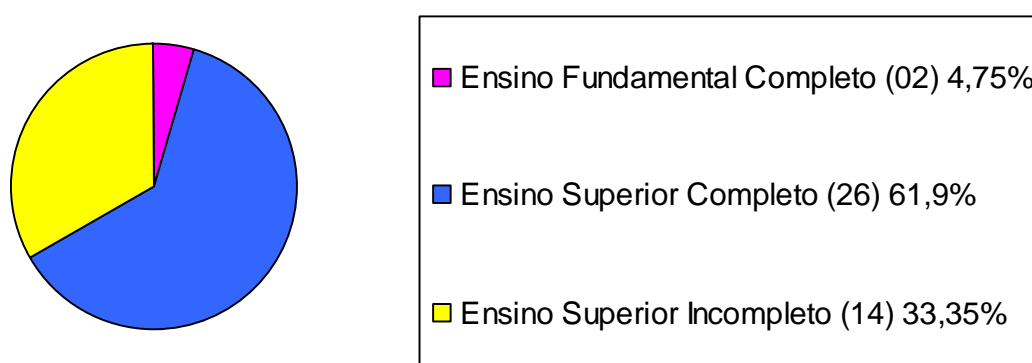


Gráfico 2 - Escolaridade

6.3 APRESENTAÇÃO DOS DADOS GERAIS: PRÉ-EXIBIÇÃO

Com base no Gráfico 3 podemos verificar que 25 pessoas, ou seja, 59,5% dos participantes, assistem à TV todos os dias. Sete deles assistem até três vezes por semana, o que corresponde a 16,6% dos entrevistados. 7,3%, ou três

participantes afirmaram que assistem à TV apenas uma vez por semana, e sete responderam assistir raramente à televisão, o que equivale a 16,6% do total.

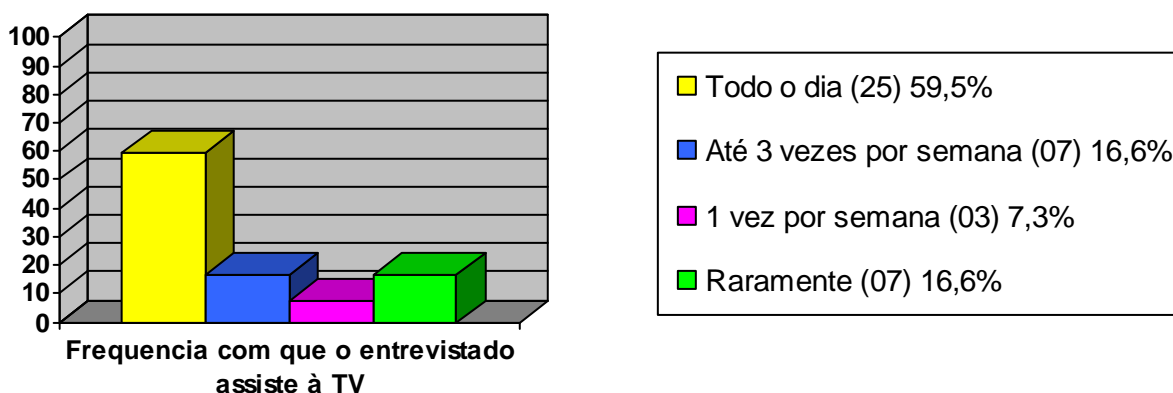


Gráfico 3 - Frequência com que o entrevistado assiste à TV

Como podemos verificar que 16 pessoas afirmaram assistir menos de uma hora por dia, do mesmo modo que 16 também afirmaram assistir entre uma e duas horas diárias de televisão, tais números correspondem a 38% dos participantes para cada categoria. Já as pessoas que afirma assistir entre duas e quatro horas equivalem a 21,45% do total, ou seja, 9 participantes. Apenas uma pessoa afirmou assistir mais de 4 horas diária de TV, o que corresponde a 2,55% do total.

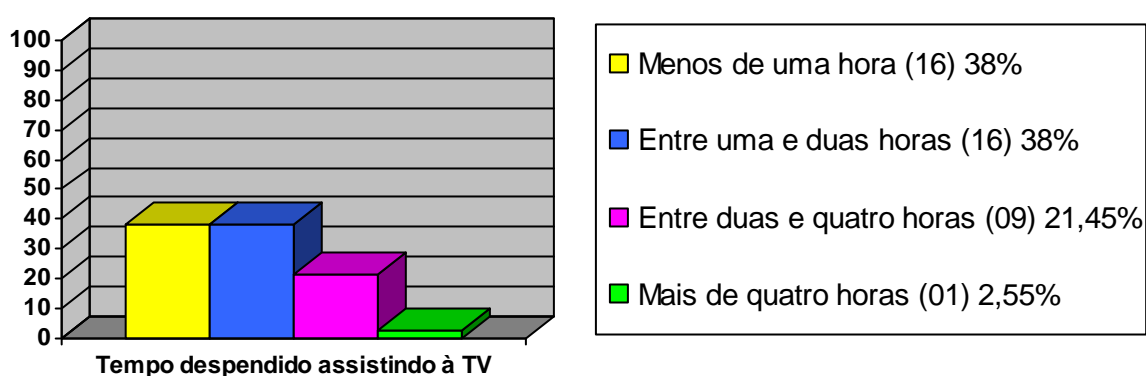


Gráfico 4 - Tempo despendido assistindo à TV por dia.

O Gráfico 5 mostra que 54,75% dos entrevistados, ou seja, 23 pessoas, assistem à TV sozinhos. As pessoas que afirmaram assistirem à TV acompanhadas contabilizam 16, ou seja, 38% do total. Duas pessoas assistem à TV sozinhas e

acompanhadas, totalizando 4,75% dos entrevistados e apenas uma pessoa não respondeu, o que resulta em 2,5% do total.

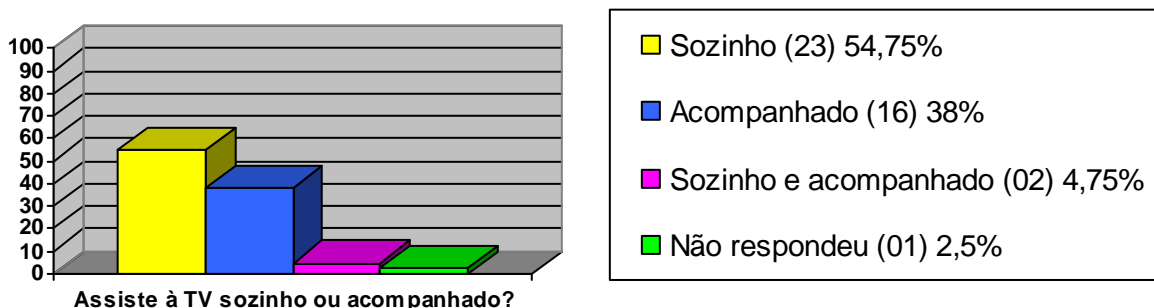


Gráfico 5 - Assiste à TV sozinho ou acompanhado?

O gráfico acima mostra que 57,1% dos participantes, ou seja, 24 pessoas, responderam ter TV a cabo em casa. 17 delas afirmaram não ter, o que equivale a 40,5% do total. E apenas uma pessoa não respondeu, ou seja, 2,4%.

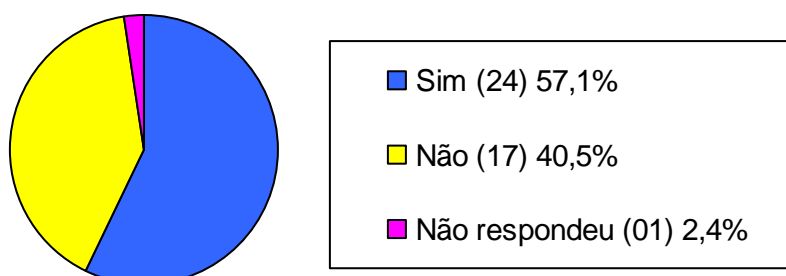


Gráfico 6 - TV a cabo em casa

O Gráfico 7 apresenta os horários em que os participantes costumam assistir à TV. Podemos notar que apenas um assiste à TV na parte da manhã, o que corresponde a 2,4% do total. O período da tarde foi selecionado por 16,5% dos entrevistados, ou seja, sete pessoas. 71,5% ou 30 pessoas optaram pelo horário noturno. Uma pessoa selecionou o horário da manhã e da noite, assim como uma pessoa assinalou o período da tarde e da noite e outra o dia todo. Uma pessoa não respondeu.

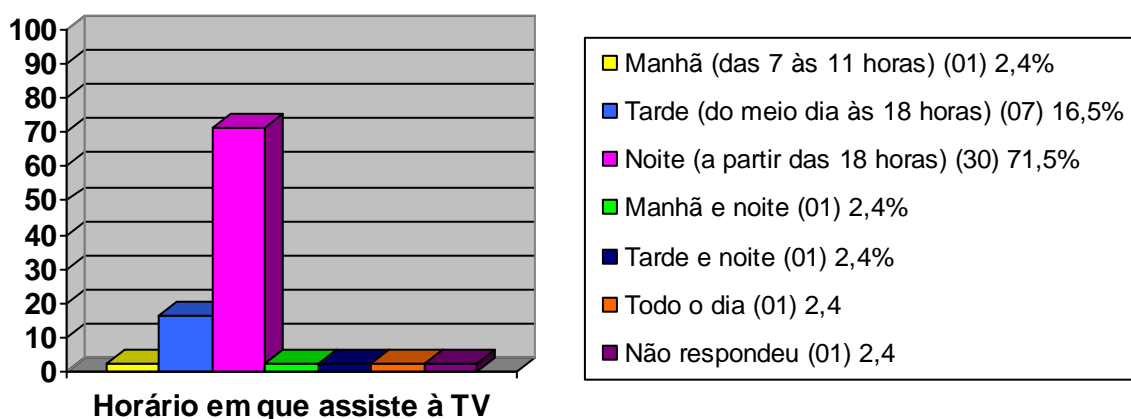


Gráfico 7 - Horário em que assiste à TV

O gráfico 8 demonstra que 37 pessoas assistem à telejornais, ou seja, 88% dos participantes. Cinco não assistem, o que soma 12% do total.

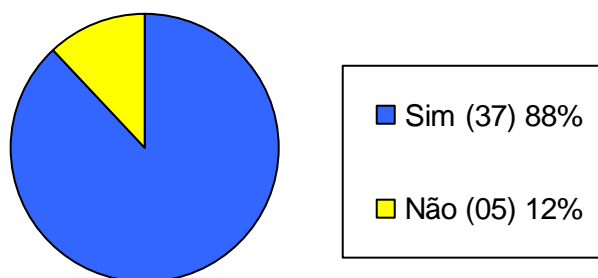


Gráfico 8 - Assiste à telejornais?

O Gráfico 9 mostra que 15 pessoas ou 35,7% dos entrevistados assistem à telejornais diariamente. Também podemos verificar que 14 pessoas afirmaram assistir aos noticiários televisivos até três vezes por semana, o que soma 33,3% do total. Cinco pessoas, ou 11,9% do total, afirmaram assistir à telejornais uma vez por semana. As pessoas que assinalaram que assistem ao programa raramente contabilizam 14,3%, ou seja, seis pessoas. Apenas duas pessoas não responderam a pergunta, totalizando 4,8%.

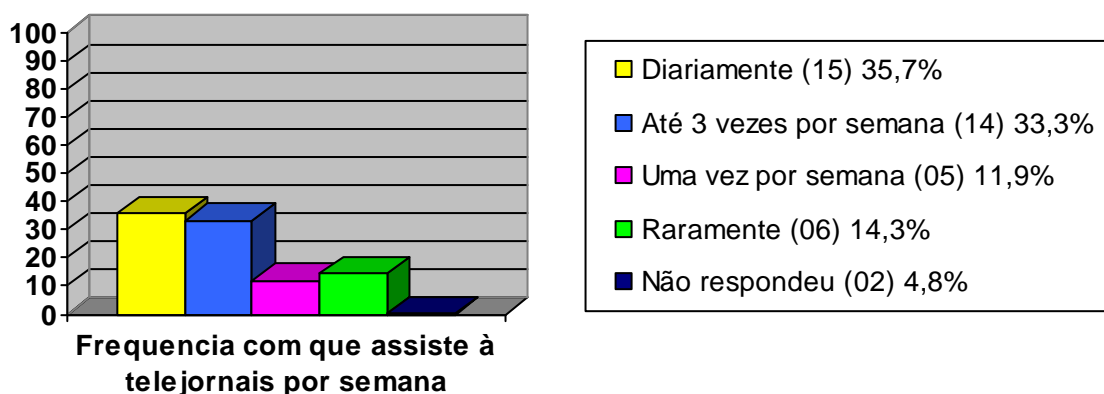


Gráfico 9 - Frequência com que assiste à telejornais por semana

Podemos verificar no gráfico acima a preferência de temas das pessoas que participaram da matéria. Podemos notar que duas pessoas (4,75%) assinalaram gostar de assistir notícias sobre desastres. 11,9% do total, ou seja, cinco pessoas assinalaram gostar de assistir sobre violência. A opção economia foi escolhida por 64,3% do total, ou seja, 27 participantes. Política foi selecionada por 52,4% do total, ou seja, 22 pessoas. O tema desigualdade social foi a opção de 18 pessoas, que contabilizam 42,85% do total. A opção entretenimento foi marcada por 20 pessoas, ou 47,6%. Já as pessoas que escolheram outras opções contabilizaram 40,5% ou 17 pessoas. Apenas uma pessoa não respondeu, somando 2,4% do total. Vale lembrar que diversas pessoas assinalaram mais de uma opção nesta pergunta, razão pela qual a soma das porcentagens ultrapassa 100%.

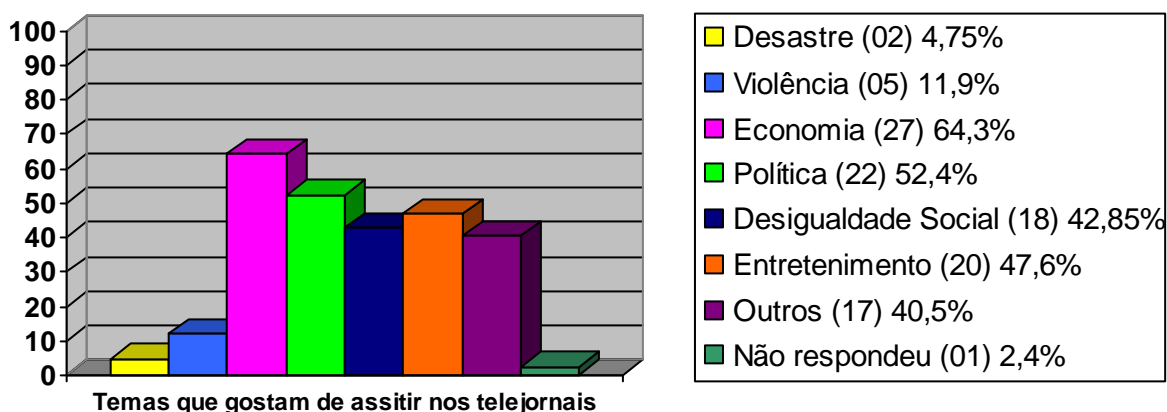


Gráfico 10 - Temas que gostam de assistir nos telejornais.

O Gráfico 11 aponta que 59,5% dos participantes, ou 25 pessoas, não gostam de assistir notícias sobre desastres. O tema violência foi apontado por 50% o total, ou seja, 21 pessoas. Dois participantes selecionaram a opção economia, totalizando 4,75%. Política desagrada 9,5% das pessoas, ou seja, 4 delas. Desigualdade social foi apontada por oito pessoas como um tema que não agrada, contabilizando 19% dos entrevistados. Duas pessoas afirmaram não gostar do tema entretenimento, ou seja, 4,75% do total. Outros temas, como sensacionalismo, foram selecionados por três pessoas, ou seja, 7,15%. Duas pessoas não responderam esta pergunta, totalizando 4,75%. Vale lembrar que diversas pessoas assinalaram mais de uma opção nesta pergunta, razão pela qual a soma das porcentagens ultrapassa 100%.

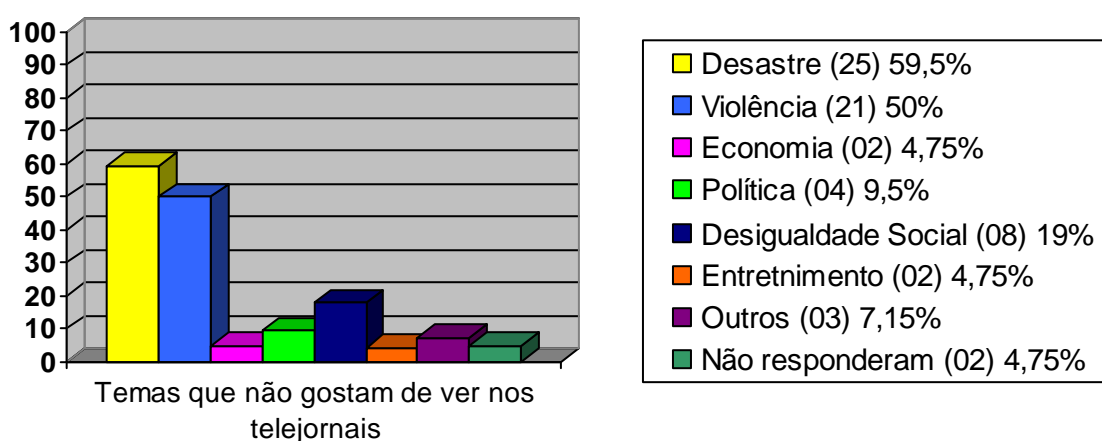


Gráfico 11 - Temas que não gostam de assistir nos telejornais

6.4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS GERAIS: PÓS-EXIBIÇÃO

O gráfico 12 demonstra que 41 pessoas, ou seja, 97,6% dos participantes gostaram do tema exibido na atividade e apenas uma pessoa não gostou, correspondendo a 2,4% do total.

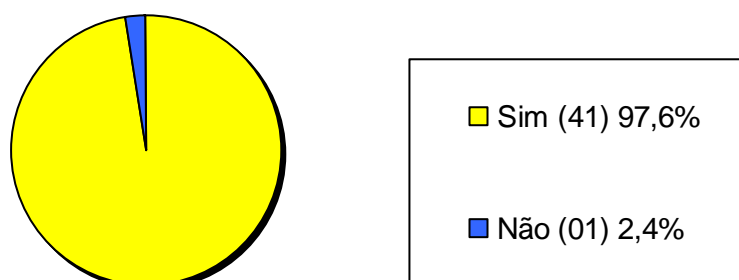


Gráfico 12 - Gostou do material exibido?

O Gráfico 13 mostra que 57,1% do total, ou seja, 24 participantes, apontaram a Opção 1 como mais completa. A Opção 2 foi escolhida por 6 pessoas (14,3%) e a Opção 3 por 11 pessoas, que correspondem a 26,2% do total. Apenas uma pessoa não respondeu, o que equivale a 2,4% do total de participantes.

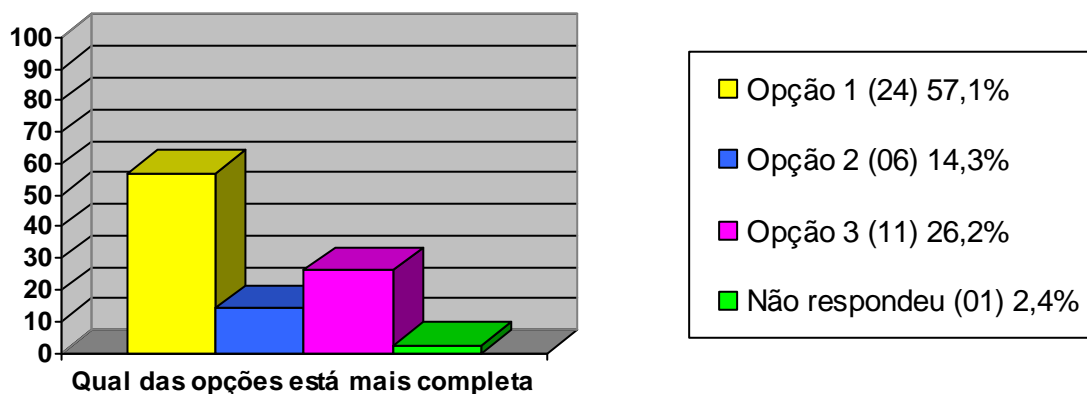


Gráfico 13 - Qual das opções está mais completa?

O gráfico 14 demonstra que 50% dos participantes, ou seja, 21 pessoas, apontam a Opção 1 como a que mais chamou a atenção. 16,6% ou sete participantes entenderam que a Opção 2 foi a que mais chamou a atenção. A Opção 3 foi escolhida por 13 participantes ou 31% do total. Apenas uma pessoa assinalou que todas as reportagens chamaram a atenção, o que corresponde a 2,4% do total.

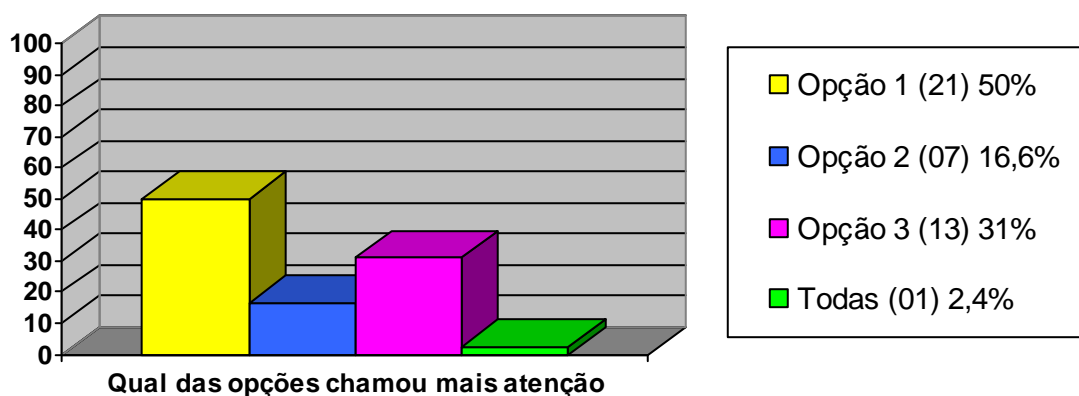


Gráfico 14 - Reportagem que mais chamou a atenção.

O gráfico 15 mostra as reportagens que os participantes não gostaram. Podemos notar que três deles assinalaram a Opção 1, o que corresponde a 7,15%

do total. 14 pessoas não gostaram da Opção 2, ou seja, 33,3%. A Opção 3 foi apontada por 15 pessoas (35,7%). Duas pessoas não responderam a esta pergunta, o equivalente a 4,75% do total e, oito pessoas afirmaram ter gostado de todas, ou seja, 19,1% dos participantes.

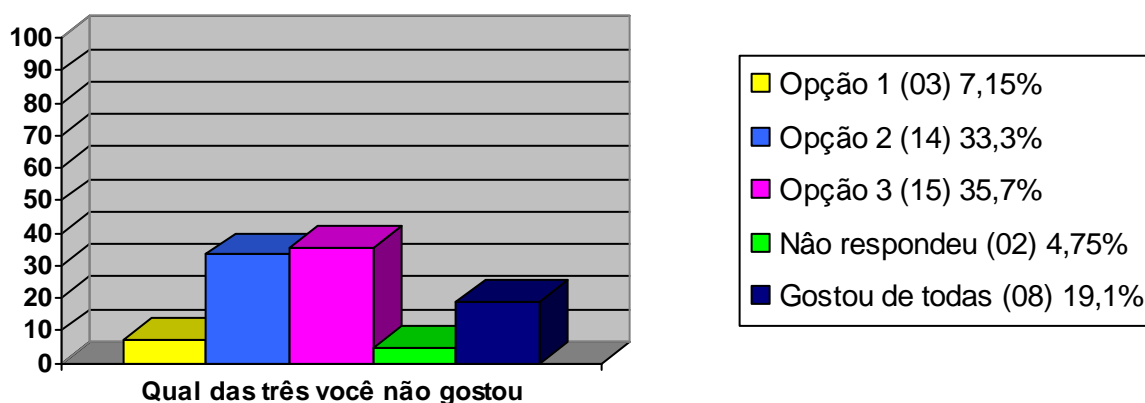


Gráfico 15 - Reportagem que não gostou.

O gráfico 16 mostra que 18 participantes ou 42,85% gostaria de assistir a Opção 1 em seu telejornal preferido. A Opção 2 foi selecionada por 5 participantes, o que corresponde a 11,9% do total. 42,85% assinalaram a Opção 3 como preferência para assistir em seu telejornal. Uma pessoa assinalou todas as Opções, o que equivale a 2,4%. Em contrapartida, uma pessoa (2,4%) afirmou não querer assistir nenhuma das Opções. Três pessoas não responderam a esta questão. Esta pergunta teve respostas mistas, como algumas anteriores.

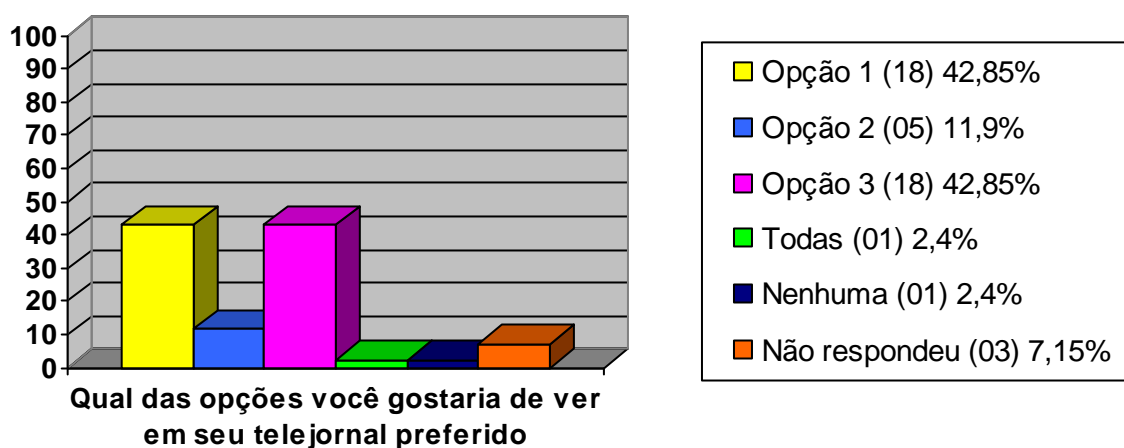


Gráfico 16 - Opção que gostaria de ver no telejornal preferido.

Nove pessoas, ou 21,4% dos participantes, afirmaram não querer ver e Opção 1 no telejornal que assistem. 35,7%, ou seja, 15 pessoas, não gostariam de assistir a Opção 2. 19% não gostariam de ver a Opção 3, o que equivale a oito participantes. Três pessoas (7,1%) responderam não preferir nenhuma das opções. Quatro pessoas não responderam a pergunta, ou seja, 9,5% do total. 11,9% dos entrevistados afirmaram que as três opções se encaixam no telejornal que assistem, o que corresponde a cinco pessoas. Assim como a pergunta anterior, este gráfico tem respostas mistas.

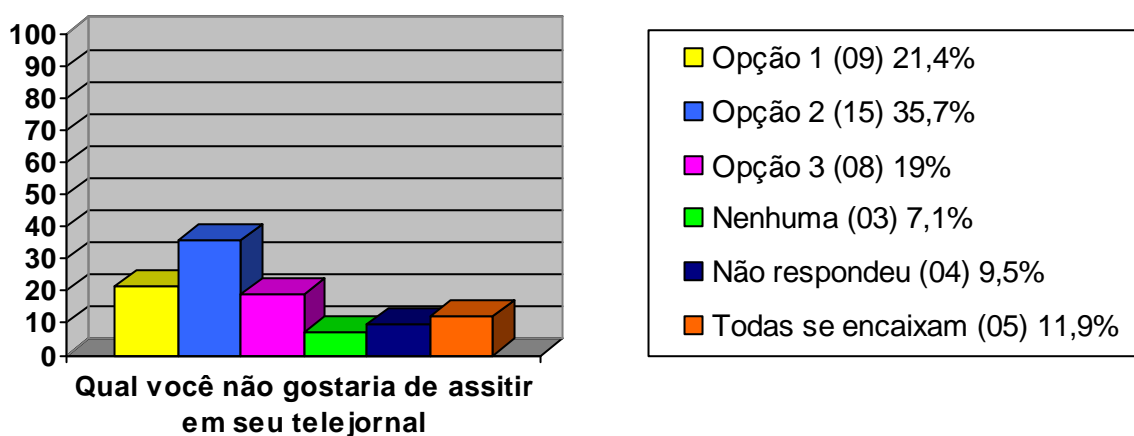


Gráfico 17 - Opção que não gostaria de ver no telejornal preferido.

O gráfico 18 mostra que sete pessoas preferem assistir as matérias no período da manhã, ou seja, 16,6% dos participantes. Oito pessoas, ou 19% do total, optaram por assistir ao tema no período da tarde. 73,8% ou 31 participantes preferem assistir a noite.

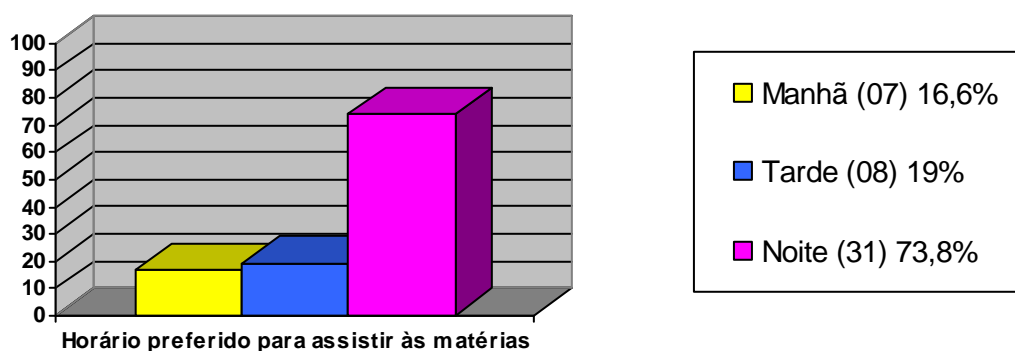


Gráfico 18 - Horário preferido para assistir às matérias.

O gráfico 19 mostra que 9,5% dos participantes, ou seja, 4 pessoas, preferem assistir as matérias sozinhos. 30 pessoas, ou 71,4% afirmam preferir assistir acompanhado. Seis participantes apontaram sem indiferente assistir ao material sozinho ou acompanhado, o que corresponde a 14,3% do total. Apenas uma pessoa afirmou não gostar de assistir sobre o tema, ou seja, 2,4% dos participantes e uma pessoa não soube explicar sua preferência, totalizando 2,4% do total.

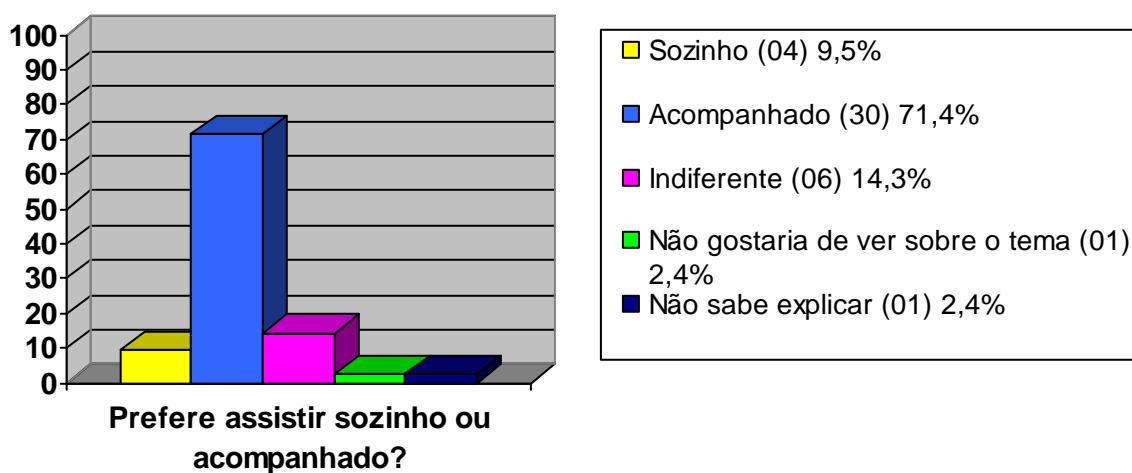


Gráfico 19 - Prefere assistir sozinho ou acompanhado?

7 ANÁLISE DOS DADOS

Antes de analisarmos os resultados dos questionários pós-exibição, destacaremos o perfil dos participantes da atividade, como seus hábitos televisivos, programas preferidos e temas que preferem ver na TV. Tais respostas foram adquiridas através de doze perguntas, nove objetivas, com respostas de múltipla escolha e três subjetivas (abertas).

As duas primeiras perguntas dos dois questionários correspondem ao sexo e escolaridade dos participantes. Assim como foi destacado no **Gráfico 1**, havia mais mulheres do que homens participando da atividade. Do total, a maioria tem ensino superior completo, como foi mostrado no **Gráfico 2**. Tal resultado pode ser justificado, pois os participantes já estavam na Universidade para as aulas do curso de graduação e pós-graduação. Ou seja, 26 participantes que afirmaram ter ensino superior incompleto são alunos da graduação da Universidade. Os dois participantes que tem ensino fundamental completo são funcionários da instituição.

A partir da terceira pergunta foi possível perceber que quase sessenta por cento das pessoas assistem à TV todos os dias e que, se somados, quase oitenta por cento assistem entre uma e duas horas por dia. O horário em que os participantes mais assistem à TV é à noite. Tais resultados podem ser visualizados nos resultados dos **Gráficos 3, 4 e 7**.

Ao serem questionados se gostavam de assistir TV sozinhos ou acompanhados, mais da metade das pessoas (54,75%) respondeu que prefere assistir sozinho. O percentual de pessoas que preferem assistir acompanhadas foi de 38%. Duas pessoas ainda assinalaram não ter preferência. Esses resultados estão expressos no **Gráfico 5**.

A sexta pergunta do questionário pré-exibição questiona sobre os programas preferidos dos participantes de maneira subjetiva. A partir das respostas, podemos destacar que os programas mais citados foram os jornalísticos, as novelas, as séries, os documentários e os filmes.

Quando questionados se assistiam à telejornais, os participantes responderam em sua maioria que sim, contabilizando oitenta e oito por cento dos participantes, como mostra o **Gráfico 8**. Trinta e cinco por cento assiste aos noticiários televisivos diariamente e trinta e três por cento até três vezes por semana, como demonstra o **Gráfico 9**. Com estes resultados podemos destacar que

grande parte dos participantes assiste aos telenoticiários. Apontados através da pergunta 10 do questionário pré-exibição, os telejornais mais assistidos são: *Jornal Nacional* (Rede Globo), *Jornal da Record* (Rede Record) e *Jornal da Globo* (Rede Globo). Ainda foram citados os jornais da *Band*, *SBT* e *Hoje* (Rede Globo). A justificativa mais assinalada pelas pessoas para assistir a estes jornais foi: o costume, a credibilidade do programa, a disponibilidade de tempo e horários que o noticiário é transmitido, ou ainda para se manterem bem informados e atualizados.

As últimas perguntas deste questionário investigaram os temas que as pessoas mais gostam e não gostam de assistir no seu telejornalismo preferido. O resultado destas questões foi ilustrado pelos **Gráficos 10 e 11**. As respostas destas perguntas foram mistas, ou seja, as pessoas assinalaram mais de uma opção.

Entretanto, podemos destacar que economia (64,3%) e política (52,4%) são os temas preferidos, seguidos de entretenimento (47,6%), desigualdade social (42,85%), outros (40,5%), violência (11,9%) e desastre (4,75%). Na opção *outros* foram apontados temas como: “curiosidades e mini documentários; cultura; atualidades; maneiras de minimizar os problemas sociais; cotidiano; religião; educação; moda; descobertas científicas (remédios, tratamentos); internacional; tudo; novidades (ligadas à evolução); acontecimentos”.

Após a exibição dos três VTs, anteriormente explicados, foi aplicado o questionário pós-exibição, que verificou a influência do enquadramento e da edição na compreensão dos participantes. Tal questionário também verificou as preferências dos telespectadores que participaram da atividade, e puderam ser comparados com as respostas do questionário anterior.

O questionário pós-exibição tem dez questões, sendo que sete são de múltipla escolha, duas destas perguntam também o porquê da escolha, e três são subjetivas (abertas).

Antes de verificar qual versão chamou mais atenção dos participantes, foi perguntado se eles gostaram do tema dos VTs. O resultado pode ser visto através do **Gráfico 12**, que demonstra que 97,6% dos participantes gostaram do tema, e apenas um não gostou, ou seja, 2,4%.

Em seguida foi questionada qual das opções os participantes acharam mais completa. O resultado foi ilustrado pelo **Gráfico 13**, que mostra que 57,1% gostou da **Opção 1**, 14,3% gostou da **Opção 2** e 26,2% da **Opção 3**.

Pudemos verificar que as respostas da pergunta 4 não se mantiveram iguais a pergunta 5 do questionário pós, que indagava sobre qual opção mais chamou a atenção dos participantes. Das 24 pessoas que escolheram a **Opção 1** na pergunta 4, apenas 20 mantiveram a resposta e assinalaram que esta opção também chamou mais a atenção. Os demais que escolheram a **Opção 1** na pergunta 4, se dividiram entre a **Opção 2** e **3** na pergunta 5. A mesma situação foi verificada para as demais opções. Os que assinalaram a **Opção 2** mantiveram sua opinião, sendo que apenas uma pessoa assinalou a **Opção 3** como a que mais chamou a atenção. Os que escolheram a **Opção 3** também mantiveram sua resposta, porém apenas uma pessoa afirmou que todas chamaram sua atenção.

Na sexta pergunta pudemos verificar algumas semelhanças entre a opinião dos entrevistados. Ao serem questionados sobre qual matéria eles não gostaram, a **Opção 3** foi a mais apontada (35,7%), seguida da **Opção 2** (33,3%). A **Opção 1** foi a menos assinalada, com 7,15% das respostas, como mostra o **Gráfico 15**. Entretanto, o que chama a atenção nesta resposta é que as pessoas que apontaram não gostar da **Opção 3** são, em sua maioria, as que responderam gostar da **Opção 1**, ou seja, nove participantes. Segundo os participantes, eles escolheram a **Opção 3** por acharem que ela está incompleta e curta, como vemos na resposta de um dos participantes: “Tive a impressão de que foi curta demais, deixando informações de fora”.

Ao analisarmos as respostas dos participantes que apontaram não gostar da **Opção 2**, pudemos verificar que são participantes mistos, ou seja, dos 14 que assinalaram não gostar desta opção, sete responderam gostar da **Opção 1** e seis da **Opção 3**. Entretanto, a justificativa mais utilizada para assinalar esta opção foi a superficialidade e a falta informação do VT. Sobre a **Opção 1**, podemos destacar que esta foi escolhida apenas por pessoas que afirmaram gostar da **Opção 3**, com a justificativa de que ela estaria mais completa e com poucos dados.

Para analisar as respostas das perguntas 7 e 8, podemos interligá-las e comparar os resultados com base nos **Gráficos 16** e **17**. A partir disto, podemos verificar que a maioria das pessoas, ou seja, quase noventa por cento, apontou as **Opção 1** e **3** como as que gostariam de assistir em seu telejornal preferido. A situação se confirmou na resposta à pergunta 8, que verifica qual das opções as pessoas não gostariam de assistir em seu telejornal preferido. Desta vez, a **Opção 2** foi a mais assinalada (35,7%).

Os participantes que optaram pela **Opção 1 (Gráfico 16)**, justificaram que este VT estava mais completo e abrangente. Estes mesmos participantes escolheram, em grande parte, a **Opção 2 (Gráfico 17)** como a que não gostariam de assistir, pois acharam que ela está superficial, curta e desorganizada. Podemos também averiguar que maioria das pessoas que escolheu a **Opção 3** como a que prefere assistir, escolheu a **Opção 1** como a que não gostaria de assistir. A justificativa para estas escolhas está no fato de que a **Opção 3** estava mais completa e a **Opção 1** estava muito longa e completa. Neste caso, o problema não estava no conteúdo e sim no tempo. A **Opção 3** era completa, mas não se alongava tanto no tema como a **Opção 1**.

Os participantes que apontaram preferir assistir à **Opção 2** justificaram que esta foi a que eles entenderam melhor o conteúdo. Em contrapartida, em grande parte, os participantes assinalaram não quererem assistir à **Opção 1**, por ser longa e não ter prendido a atenção.

Quando questionados, na pergunta 9, sobre o horário mais adequado para assistir sobre este tema, 73,8% dos participantes responderam que seria o período da noite, como podemos ver no **Gráfico 18**.

A última questão deste questionário verificou se os participantes gostariam de assistir às reportagens sozinhos ou acompanhados. O **Gráfico 19** aponta que mais de setenta por cento afirmaram preferir assistir acompanhado para poderem discutir e refletir sobre o assunto. Entretanto, as pessoas que responderam preferir assistir ao VT sozinhos justificaram que deste modo teriam mais concentração para compreender a matéria.

Se compararmos as respostas da pergunta 5 do questionário pré-exibição e da pergunta 10 do questionário pós-exibição, verificaremos que o resultado se inverteu, ou seja, no questionário pré a maioria das pessoas respondeu preferir assistir à TV sozinhos, porém 71,4% responderam que prefeririam assistir ao tema abordado pelos VTs acompanhado.

A partir destas respostas, podemos apontar que temas polêmicos, como o abordado por este trabalho, são mais bem assistidos pelos telespectadores quando acompanhados. Isto é, o telespectador prefere assistir à estes temas com mais pessoas.

Por fim, destacamos que apesar de os participantes apontarem preferir assistir à telejornais noturnos, que tem matérias mais curtas e diretas, as pessoas

preferiam assistir ao VT 1, que era mais longo e explicativo e seguia características dos telejornais vespertinos, ou o VT 3, que tem características mistas. A semelhança entre os dois VTs é que eles iniciam com introdução sobre o contexto geral da cidade, trilha no início e no final da matéria e imagens fechadas que enfatizam o tema abordado. A partir deste ponto, podemos destacar que os telespectadores gostam de uma história bem contada; a narrativa é de suma importância. As matérias precisam ser explicativas e ilustrarem com imagens e trilhas sonoras o assunto transmitido.

Acreditar que o telespectador prefere a superficialidade é, portanto, um preconceito. Assuntos densos (como a desigualdade social) podem e devem ser apresentados com novas formas de narrativas que priorizem a informação jornalística, mas que, ao mesmo tempo, proporcionem profundidade. Essa profundidade não deve ser confundida com algo enfadonho. A forma de conduzir a narrativa e apresentar os fatos é de suma importância. Isso significa que o modelo clássico da construção de notícias jornalísticas – OFF / Sonora/ Passagem – pode ser inovado em algumas situações. E, porque não, apresentar uma narrativa mais profunda e que envolva o telespectador.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde seu surgimento no Brasil, a TV está cada vez mais presente na casa dos brasileiros. O veículo se destaca por representar a principal fonte de democratização da informação, entreter e até mesmo ensinar. A transmissão das informações pela televisão ocorre, em grande parte, através dos telejornais, mais especificamente, por meio das notícias televisivas.

Ao longo deste trabalho pudemos discorrer sobre o processo de seleção e produção das notícias televisivas, assim como as características que lhes são empregadas de acordo com os padrões editoriais do telejornal.

Podemos destacar ainda que a imagem exerce grande influência na compreensão e fascínio do telespectador, que assimila o que está sendo transmitido e compara com a realidade. Por isso, o presente trabalho se propôs a demonstrar que a edição e a angulação das imagens afetam a compreensão dos assuntos pelo telespectador.

Para a realização e conclusão desta pesquisa esbarramos em algumas dificuldades. As primeiras foram referentes ao tema, que foi modificado até meados da realização do trabalho. A produção dos VTs também teve suas complexidades, como a chuva inesperada que atrasou a captação de imagens e quase deixou a equipe presa nas enchentes que atingiram a cidade de Bauru naquele dia. Também tivemos como imprevisto o personagem que ilustraria as matérias: descobrimos, durante as gravações, que sua história não condizia com o tema. Ainda encontramos dificuldades no dia da aplicação da atividade prática que compôs o presente projeto. Os materiais de reprodução do vídeo demoraram a funcionar no dia, apesar de terem sido testados no dia anterior. Entretanto, a finalização deste trabalho ocorreu com êxito, já que os objetivos foram alcançados com sucesso.

Assim sendo, destacamos que esta pesquisa contribuiu de maneira significativa para o crescimento pessoal e acadêmico da presente pesquisadora, aluna concluinte do curso de jornalismo, que adquiriu uma visão crítica sobre os padrões editoriais e os enquadramentos de imagens utilizadas pelos programas de televisão, principalmente os telejornalísticos.

Entretanto, este trabalho não tem apenas utilidade acadêmica. Conhecer o perfil dos telespectadores, assim como o que e como eles gostam de assistir à TV, bem como as notícias, serve para que as emissoras e programas jornalísticos sejam

repensados por seus produtores e editores, de modo que continuem a cativar seus telespectadores.

Contudo, vale ressaltar a presente pesquisa foi realizada em uma cidade do interior paulista, Bauru, e que os resultados e perfis dos telespectadores podem ser diferentes caso o mesmo estudo seja realizado em uma metrópole, como por exemplo, São Paulo. Também destacamos que este projeto teve como base a TV analógica, porém a discussão imagem/texto sempre ocorrerá, independente das evoluções tecnológicas da TV.

REFERÊNCIAS

ARBEX JÚNIOR., J. **Showrnalismo**: a notícia como espetáculo. 2. ed. São Paulo: Casa Amarela, 2002. p. 21-41.

BECKER, B. Telejornalismo de qualidade: um conceito em construção. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 10, p. 51-64, dez. 2005. Disponível em: <<http://200.144.189.42/ojs/index.php/galaxia/article/view/2011/1825>>. Acesso em 07 jan. 2010.

COUTINHO, I. Telejornalismo no Brasil: um olhar sobre os reflexos do padrão americano. In: Intercom - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28, 2005, Rio de Janeiro. **Resumos...** Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0647-2.pdf>>. Acesso em: 08 out. 2010.

CURADO, O. **A Notícia na TV**: o dia a dia de quem faz telejornalismo. São Paulo: Alegro, 2002.

DUARTE, E. B. Os Telejornais: entre temporalidades e tons. **Compôs: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, junho 2006. Disponível em: <http://www.unicap.br/gtpsmid/pdf06/elisabeth-bastos_duarte.pdf>. Acesso em: 12 out. 2010

DUARTE, V. M. Notícia e gráfico no jornal impresso: gêneros textuais integrados. In: Simpósio Internacional de Letras e Linguística, 11, 2006, Uberlândia. **Resumos...** Uberlândia: Instituto de Letras e Linguística (ILEEL), 2006. p. 3037. Disponível em: <http://www.filologia.org.br/ileel/artigos/artigo_207.pdf>. Acesso em 24 ago. 2010.

ERLANGUNG, Z. **Recepção de imagens telejornalísticas no Brasil ou o Poder das Emissoras**. 2004. 211 páginas. Dissertação (Doutorado em filosofia) - Universidade Viadrina, Frankfurt, Europa. Disponível em: <http://deposit.ddb.de/cgi-bin/dokserv?idn=973901179&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=973901179.pdf>. Acesso em: 10 out. 2010

FRANCESCHINI, F. **Notícia e reportagem**: sutis diferenças. *Comum*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 22, p. 144-155, janeiro/junho de 2002. Disponível em: <<http://www.facha.edu.br/publicacoes/comum/comum22/Artigo6.pdf>>. Acesso em: 16 ago. 2010.

FREITAS, J. L. O papel da televisão na contemporaneidade. In: Encontro de Iniciação Científica, 2, 2006, Fortaleza. **Artigo...** Fortaleza: Faculdade Sete de Setembro, 2006. Disponível em: <<http://201.49.56.162/recursos/imagens/File/publicidade/ic/2006/opapeldatelevisao.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2010.

GOMES, I. M. M. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. **E-compôs: Revista da Associação Nacional**

dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, p. 1-31, abr. 2007.

Disponível em:

<<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/126/126>>. Acesso em: 7 jan. 2010.

JENKINS, H. Conclusão: democratizando a televisão? A política da participação.

In:_____. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008. p. 307-328.

LEAL, B. Reflexões sobre a imagem: um estudo de caso. **E-compós: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Abr. 2006. Disponível em:

<<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/61/61>>. Acesso em: 08 out. 2010.

LEAL FILHO, L. L. A TV Pública. In: BUCCI, E. (Org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000. p. 108-116.

LAGE, N. A Notícia no rádio e na televisão. In:_____. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática. 1998. p. 41-44.

_____. A Notícia: proposta, linguagem e ideologia. In:_____. **Ideologia e Técnica da Notícia**. Petrópolis: Vozes, 1979. p. 32-45.

LORÊDO, J. **Era uma vez... a televisão**. São Paulo: Ed. Alegro, 2000.

LUSTOSA, E. **O texto da notícia**. Brasília: UNB, 1996.

MARCONDES FILHO, C. A duas fases da televisão. In:_____. **Televisão**. São Paulo: Editora Scipione, 1994. p. 27-36.

MATTOS, S. As fases do desenvolvimento da TV no Brasil. In:_____. **História da televisão brasileira: Uma visão econômica e política**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2002. p. 78-162.

MELLO, J. N. **Telejornalismo no Brasil**. Faculdade Santa Amélia SECAL, 2009.

Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf>>.

Acesso em: 22 jul. 2010.

MORAN, J. M. Influência dos meios de comunicação no conhecimento. **Revista Ciência da Informação**, Brasília, v. 23, p. 233-238, maio/ago. 1994. Disponível em: <<http://www.revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/download/1186/829>>. Acesso em: 22 out. 2010.

MOREIRA, R. Vendo a televisão a partir do cinema. In: BUCCI, E. (Org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000. p. 35-45.

MORONI, A. O. OLIVEIRA FILHA, E. A. **Estereótipos no telejornalismo brasileiro: identificação e reforço**, 2008. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/moroni-alyohha-oliveira-elza-estereotipos-no-telejornalismo.pdf>>. Acesso em: 22 jul. 2010.

MOTTA, L. G.; COSTA, G. B.; LIMA, J. A. Notícia e construção de sentidos: análise da narrativa jornalística. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 27, n. 2, p. 31-51, jul./dez. 2004. Disponível em: <<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/view/868/650>>. Acesso em: 24 ago. 2010.

PAES, A. O *gatekeeper* e as escolhas do noticiário internacional. **Revista Científica Plural**, Tubarão, Santa Catarina, 2ª ed., jul. 2008. Disponível em: <http://paginas.unisul.br/agcom/revistacientifica/artigos_2008b/anderson_paes.pdf>. Acesso em 18 out. 2010.

PATERNOSTRO, V. I. **O Texto na TV: Manual de Telejornalismo**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1999.

PEREIRA, S. J. G. A televisão na família: processos de mediação com crianças em idade pré-escolar. **RepositóriUM: Instituto de Estudos da Criança, Universidade do Minho**, Braga, 1998. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/4265/1/TVnaFam%25C3%25ADia.pdf>>. Acesso em: 20. out. 2010.

PICCININ, F. Edição na TV: olhares híbridos no tratamento da notícia. In: FILIPPI, A.; SOSTER, D. A. e PICCININ, F. (Org.). **Edição de imagens em jornalismo**. Santa Catarina: EDUNISC, 2008. p.14-39.

PICCININ, F. O processo editorial na TV: as notícias que os telejornais contam. In: FILIPPI, A.; SOSTER, D. A. e PICCININ, F. (Org.). **Edição em jornalismo: ensino, teoria e prática**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006. p. 139-156.

PORCELLO, F. Edição em TV: como contar bem uma história. In: FILIPPI, A.; SOSTER, D. A. e PICCININ, F. **Edição em jornalismo: ensino, teoria e prática**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006. p. 155-168.

PRIOLLI, G. Antenas da brasilidade. In: BUCCI, E. (Org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000. p. 9-17.

RADIODIFUSÃO. Ministério das Comunicações, 2010. **Apresenta textos que explicam os conceitos e leis da radiodifusão**. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/radiodifusao>>. Acesso em: 15 ago. 2010.

REZENDE, G. J. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Ed. Summus, 2000.

SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. v. 2, n. 1, p. 95-107, 1º Semestre de 2005. Disponível em: <<http://200.144.189.42/ojs/index.php/estudos/article/view/5931/5402>>. Acesso em: 02 out. 2010.

SIMÕES, I. Nunca fui santa (episódios de censura e autocensura). In: BUCCI, E. (Org.). **A TV aos 50**: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000. p. 46-67.

SOARES, H. R. P. S.; OLIVEIRA, J. S. S. M. A construção da notícia em telejornais: valores atribuídos e *newsmaking*. In: Intercom - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30, 2007, Santos. **Resumos...** Santos: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. Disponível em: <<http://www.adevento.com.br/intercom/2007/resumos/R0744-2.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2010.

SOUSA, J. P. **Elementos de jornalismo impresso**. Porto, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>>. Acesso em: 24 ago. 2010.

_____. **Por que as notícias são como são?** Construindo uma teoria da notícia. Universidade Fernando Pessoa, 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf>>. Acesso em: 24 ago. 2010.

TELE Dramaturgia. Desenvolvido por Nilson Xavier, c2010. Apresenta textos sobre a história das telenovelas brasileiras. Disponível em: <<http://www.teledramaturgia.com.br/redenb.htm>>. Acesso em: 10 ago. 2010.

TUDO sobre TV. História da Televisão no Brasil, 1998-2010. **Apresenta textos sobre a televisão brasileira**. Disponível em: <<http://www.tudosobretv.com.br/histortv/historbr.htm>>. Acesso em: 05 jul. 2010.

VIZEU, A. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 5, 2007, Sergipe. **Arquivos...** Sergipe: SBPjor - Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2007, Sergipe. Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coordenada_3_%5B1%5D_alfredo_vizeu.pdf>. Acesso em 22 jul. 2010.

VIZEU, A.; CORREIA, J. C. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, A. (Org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. p. 11-28.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. 8ª ed. Lisboa: Editora Presença, 1999.

ZUCULOTO, V. R. M. A Notícia no rádio pioneiro e na 'época de ouro' da radiofonia brasileira. In: Intercom - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 26, 2003, Belo Horizonte, MG. **Resumos...** Belo Horizonte: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2003. Disponível em:

<http://www.locutor.info/Biblioteca/NOTICIA%20NO%20RADIO%20NA%20EPOCA%20DE%20OURO.pdf>. Acesso em 20 ago. 2010.



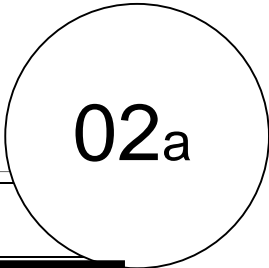
USC, PREPARANDO VOCÊ PARA UM NOVO MILÊNIO

01a

REDATOR CINTHIA SOUZA	MATÉRIA DESIGUALDADE SOCIAL/BAURU	DATA OUT. 2010	JORNAL TCC	TEMPO 2'45"
CINTHIA SOUZA	OFF	LOCALIZADA NO CORAÇÃO DO ESTADO, A CIDADE DE BAURU É O PRINCIPAL POLO ECONOMICO DO CENTRO-OESTE PAULISTA. O ENTRONCAMENTO DE CINCO RODOVIAS ESTADUAIS GARANTE O ESCOAMENTO DA PRODUÇÃO REGIONAL. A CIDADE É REFERÊNCIA NO SETOR DE COMÉRCIO E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS, ALÉM DE SER TAMBÉM UM POLO EDUCACIONAL COM 12 INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR. POR TODOS ESSES ATRATIVOS, BAURU É CONHECIDA COMO A CIDADE SEM LIMITES. SEM LIMITES PARA O CRESCIMENTO ECONOMICO E EDUCACIONAL, MAS TAMBÉM SEM LIMITES PARA A DESIGUALDADE SOCIAL.		
		O INDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO - IDH - DE BAURU É 0,8. FORMADO PELOS INDICADORES DE RIQUEZA, EDUCAÇÃO E EXPECTATIVA DE VIDA, O IDH VARIA DE 0 A 1, E É UMA MANEIRA PADRONIZADA PARA MEDIR O BEM ESTAR DA POPULAÇÃO DE UM DETERMINADO LOCAL. SE COMPARADO A OUTROS MUNICIPIOS, BAURU ESTÁ ENTRE OS 50 MELHORES. MAS ESSES DADOS PARECEM NÃO ALCANÇAR GRANDE PARCELA DA POPULAÇÃO.		
		SEGUNDO O SISTEMA ESTADUAL DE ANÁLISE DE DADOS, O SEADE, SETE EM CADA CEM FAMÍLIAS VIVEM COM CERCA DE DUZENTOS E CINQUENTA REAIS POR MÊS. A SITUAÇÃO É AINDA PIOR QUANDO DADOS APONTAM QUE TRÊS ENTRE CEM FAMÍLIAS VIVEM COM APENAS UM QUARTO DO SALÁRIO MÍNIMO, OU SEJA, MENOS DE CENTO E TRINTA REAIS.		
	PASSAGEM	OS NÚMEROS DA DESIGUALDADE CHAMAM A ATENÇÃO. PRINCIPALMENTE EM ALGUNS PONTOS DA CIDADE COMO NESTE BAIRRO, ONDE POBREZA E LUXO CONVIVEM LADO A LADO. AQUI A DIFERENÇA SOCIAL É DIVIDIDA POR APENAS UM MURO.		



REDATOR CINTHIA SOUZA	MATÉRIA DESIGUALDADE SOCIAL/BAURU	DATA OUT. 2010	JORNAL TCC	TEMPO 2'40"
<p>DARLENE TENDOLO Secr. Bem Estar</p>		OFF	<p>A SECRETÁRIA DO BEM ESTAR DO MUNICÍPIO EXPLICA QUE APESAR DESTA REALIDADE, ATUALMENTE A CIDADE NÃO PASSA POR PROBLEMAS DE MISÉRIA ABSOLUTA E QUE OS PROBLEMAS SOCIAIS SÃO PROPORCIONAIS AO TAMANHO DO MUNICÍPIO.</p>	
		SONORA	<p>FALA SOBRE A SITUAÇÃO E PROPORÇÃO DA DESIGUALDADE EM BAURU</p>	
		OFF	<p>APESAR DA DESIGUALDADE SOCIAL SER PROPORCIONAL AO NÚMERO DE HABITANTES, EM BAURU A REALIDADE É "IMPRESSIONANTE". CENTENAS DE PESSOAS PODEM SER VISTAS PELAS RUAS A MENDIGAR PARA SOBREVIVER. MAIS UMA PROVA DE QUE A FALTA DE LIMITES DA CIDADE TAMBÉM SERVE PARA A DESIGUALDADE SOCIAL.</p>	



REDATOR CINTHIA SOUZA	MATÉRIA DESIGUALDADE SOCIAL/BAURU	DATA OUT. 2010	JORNAL TCC	TEMPO 1'40"
	OFF	<p>SEGUNDO O RELATÓRIO DO PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO DE 2007, NO BRASIL, UMA PESSOA GANHA, EM MÉDIA, QUINHENTOS E SETENTA REAIS POR MÊS. NO ENTANTO, CERCA DE CINQUENTA MILHÕES DE BRASILEIROS RECEBEM APENAS MEIO SALÁRIO MÍNIMO MENSALMENTE, OU SEJA, APROXIMADAMENTE DUZENTOS E CINQUENTA REAIS MENSAIS. JÁ O NÚMERO DE BRASILEIRO QUE NÃO TEM RENDA CHEGA A CINQUENTA E QUATRO MILHÕES. COM ESTES DADOS, O PAÍS ASSUME A POSIÇÃO SESSENTA E NOVE NO RANKING QUE MEDE O ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO.</p>		
CINTHIA SOUZA	OFF	<p>EM BAURU A SITUAÇÃO É UM POUCO DIFERENTE. A RENDA PER CAPITA É DE APROXIMADAMENTE QUINHENTOS REAIS. E O MUNICÍPIO OCUPA A POSIÇÃO VINTE E QUATRO NO RANKING BRASILEIRO.</p>		
	PASSAGEM	<p>MESMO COM ESTES ÍNDICES, DESIGULDADE SOCIAL PODE SER VISTA EM DIVERSOS PONTOS DE BAURU, COMO EM BAIXO DE VIADUTOS, NO REGIÃO CENTRAL E NOS SEMÁFOROS. NÃO DIFÍCIL ANDAR PELA CIDADE E ENCONTRAR UMA CENA COMO ESSA, DE PESSOAS PEDINDO DINHEIRO NA RUA.</p>		
DARLENE TENDOLO Secr. Bem Estar	OFF	<p>A SECRETÁRIA DO BEM ESTAR DO MUNICIPIO DIZ QUE A DESIGUALDADE SOCIAL ESTÁ DIRETAMENTE LIGADA A VULNERABILIDADE SOCIAL DA CIDADE.</p>		
	SONORA	<p>FALA SOBRE A VULNERABILIDADE SOCIAL DE BAURU</p>		
	OFF	<p>MAS, TANTO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL NÃO SE REFLETE NO TRATAMENTO QUE É DADO AO CIDADÃO BAURUENSE QUE PERMANECE DESPREZADO PELAS RUAS.</p>		

APÊNDICE C – VT DESIGUALDADE (Opção 3)



USC, PREPARANDO VOCÊ PARA UM NOVO MILÊNIO

03a

REDATOR	MATÉRIA	DATA	JORNAL	TEMPO
CINTHIA SOUZA	DESIGUALDADE SOCIAL/BAURU	OUT. 2010	TCC	?
CINTHIA SOUZA		OFF	CONHECIDA COMO CIDADE SEM LIMITES, BAURU É O PRINCIPAL PÓLO ECONÔMICO DO CENTRO-OESTE PAULISTA. A CIDADE DESTACA-SE NO SETOR DE SERVIÇOS E COMÉRCIO, E TAMBÉM NO DE ENSINO SUPERIOR. APESAR DE SER REFERÊNCIA NA REGIÃO BAURU TEM ALTOS ÍNDICES DE DESIGUALDADE SOCIAL. O ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO DO MUNICÍPIO É MELHOR DO QUE O DO ESTADO, E A RENDA PER CAPITA É DE TRÊS SALÁRIOS MÍNIMOS. MAS, DE ACORDO COM O SISTEMA ESTADUAL DE ANÁLISE DE DADOS, O SEADE, SETE EM CADA CEM FAMÍLIAS VIVEM COM CERCA DE DUZENTOS E CINQUENTA REAIS POR MÊS. A SITUAÇÃO É AINDA PIOR QUANDO O SISTEMA APONTA QUE CERCA DE TRÊS EM CADA CEM FAMÍLIAS VIVEM COM MENOS DE CENTO E TRINTA REAIS.	
		PASSAGEM	MAS NÃO SÃO APENAS OS DADOS QUE ASSUNTAM. EM BAURU, A DESIGUALDADE DE RENDA PODE SER VISTA NOS MAIS DIVERSOS PONTOS DA CIDADE CONVIVENDO “HARMONIOZAMENTE” LADO A LADO, COMO AQUI NA ZONA SUL DA CIDADE.	
		OFF	NESTA REGIÃO, APENAS UM MURO SEPARA O BAIRRO “TAL” DESTE CONDOMÍNIO FECHADO. A AQUI A DESIGUALDADE SOCIAL CRESCE LADO A LADO. MAS A SECRETÁRIA DO BEM ESTAR DO MUNICÍPIO EXPLICA QUE A DIFERENÇA SOCIAL DE BAURU É PROPORCIONAL AO NÚMERO DE HABITANTES.	
		SONORA	FALA SOBRE A PROPORÇÃO DA DESIGUALDADE DE BAURU	
DARLENE TENDOLO Secr. Bem Estar		OFF	APESAR DOS DADOS POSITIVOS, EXISTEM CENTENAS DE PESSOAS EM BAURU QUE SENTEM NA PELE A EXCLUSÃO SOCIAL E VIVEM A MENDIGAR PARA SOBREVIVER. A CIDADE SEM LIMITES QUE DIZEM SER BAURU MOSTRA QUE OS LIMITES FALTAM INCLUSIVE PARA A DESIGUALDADE SOCIAL.	

APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO PRÉ-EXIBIÇÃO

QUESTIONÁRIO PRÉ- EXIBIÇÃO

Prezado entrevistado,

Em primeiro lugar, agradecemos pela colaboração e disponibilidade em participar desta pesquisa. Serão exibidas 3 versões de matérias televisivas abordando a mesma temática. Este é o questionário pré-exibição.

Pedimos que, por favor, responda de forma clara e objetiva.

Não é preciso colocar nome no início do questionário, mas pedimos sua autorização para que os dados sejam analisados e divulgados posteriormente.

IDADE: _____ PROFISSÃO: _____

1) SEXO: () Feminino () Masculino

2) ESCOLARIDADE:

- a) () Ensino fundamental completo
- b) () Ensino fundamental incompleto
- c) () Ensino médio completo
- d) () Ensino médio incompleto
- e) () Ensino superior completo
- f) () Ensino superior incompleto

HÁBITOS TELEVISIVOS

3) *Com que frequência você assiste à TV?*

- a) () Todo dia
- b) () Até 3 vezes por semana
- c) () 1 vez por semana
- d) () Raramente

4) *Quanto tempo você assiste à TV por dia?*

- a) () Menos de uma hora
- b) () Entre uma e duas horas
- c) () Entre duas e quatro horas
- d) () Mais quatro horas

5) *Você costuma assistir à TV () sozinho ou () acompanhado?*

6) *Quais seus programas favoritos?* _____

7) *Você tem TV a cabo em casa?* () sim () não

8) *Em que horário você costuma assistir TV?*

- a) () manhã – das 7 as 11 horas
- b) () tarde – do meio dia as 18 horas
- c) () noite – a partir das 18 horas

9) Com relação aos canais da TV aberta, qual sua preferência?

10) Você assiste à telejornais? () sim () não

11) Qual telejornal? Qual a razão?

12) Com que frequência?

- () diariamente
- () até 3 vezes por semana
- () uma vez por semana
- () raramente

13) Com relação às notícias veiculadas nos telejornais, quais são os temas de sua preferência?

- () desastres
- () violência
- () economia
- () política
- () desigualdade social
- () entretenimento
- () outros _____

14) O que você não gosta de ver nos telejornais?

- () desastres
- () violência
- () economia
- () política
- () desigualdade social
- () entretenimento
- () outros _____

AUTORIZAÇÃO

Autorizo a divulgação dos dados para pesquisa científica, desde que minha identificação será preservada.

RG:

Assinatura:

APÊNDICE E – QUESTIONÁRIO PÓS-EXIBIÇÃO

QUESTIONÁRIO PÓS-EXIBIÇÃO:

Prezado entrevistado,

Em primeiro lugar, agradecemos pela colaboração e disponibilidade em participar desta pesquisa. Serão exibidas 3 versões de matérias televisivas abordando a mesma temática. Este é o questionário pós-exibição.

Pedimos que, por favor, responda de forma clara e objetiva.

Não é preciso colocar nome no início do questionário, mas pedimos sua autorização para que os dados sejam analisados e divulgados posteriormente.

IDADE: _____ PROFISSÃO: _____

1) SEXO: () Feminino () Masculino

2) ESCOLARIDADE:

- a) () Ensino fundamental completo
- b) () Ensino fundamental incompleto
- c) () Ensino médio completo
- d) () Ensino médio incompleto
- e) () Ensino superior completo
- f) () Ensino superior incompleto

3) Você gostou do tema das matérias? () sim () não

4) Qual das três reportagens está mais completa?

- a) () Opção 1
- b) () Opção 2
- c) () Opção 3

5) Qual das três reportagens chamou mais a sua atenção?

- a) () Opção 1
- b) () Opção 2
- c) () Opção 3

Por quê? _____

6) Qual das três reportagens você não gostou?

- a) () Opção 1
- b) () Opção 2
- c) () Opção 3

Por quê? _____

7) Qual das reportagens você acha que se encaixaria melhor no seu telejornal preferido? Quais as razões?

8) Qual destas versões não se encaixaria no seu telejornal preferido? Quais as razões?

9) Na sua opinião, qual o horário mais adequado para assistir à matéria?

- a) () manhã
- b) () tarde
- c) () noite

10) Você preferiria assistir esta matéria sozinho ou acompanhado? Quais as razões?

AUTORIZAÇÃO

Autorizo a divulgação dos dados para pesquisa científica, desde que minha identificação será preservada.

RG:

Assinatura:

