

# Telejornalismo regional: uma análise dos critérios de noticiabilidade utilizados no Jornal 53 diante da contribuição organizacional e social

Carolina Fernandes

## Índice

Introdução . . . . .	2
1 PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM TV . . . . .	3
1.1 Televisão: 60 anos de gerenciamento da história nacional . . . . .	3
1.2 Telejornalismo . . . . .	6
1.3 Critérios de noticiabilidade . . . . .	9
2 PRODUÇÃO DE UM TELEJORNAL REGIONAL . . . . .	15
2.1 Regionalismo e globalização . . . . .	15
2.2 Telejornal regional . . . . .	21
2.3 Participação do telespectador na produção telejornalística . . . . .	24
3 J53: CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE E INTERAÇÃO COM O PÚBLICO . . . . .	27
3.1 Metodologia . . . . .	28
3.1.1 Análise de conteúdo . . . . .	28
3.2 História da TV Betim . . . . .	29
3.3 Histórico do Jornal 53 . . . . .	32
3.4 A operacionalização da linha editorial . . . . .	33
3.5 Noticiabilidade do J53 . . . . .	35
CONCLUSÃO . . . . .	43
REFERÊNCIAS . . . . .	44
ANEXOS . . . . .	46

## Introdução

A informação, atualmente, é globalizada, o que faz com que este fato contribua para o desenvolvimento do telejornalismo, uma vez que as notícias são encontradas facilmente por meio de suportes tecnológicos, sobretudo, pelo acesso à internet. Por isso, a autonomia da mídia regional fortalece uma tendência tão importante quanto à globalização midiática, visto que a regionalização da programação da TV é o principal fator de sobrevivência das emissoras do país.

Neste sentido, os meios de comunicação tradicionais objetivam investir em produções e públicos regionalizados devido à confiabilidade gerada diante dos receptores, tornando, desta forma, o veículo credível e, conseqüentemente, com uma forte audiência acompanhada por um público fiel. Em função disso, pode-se dizer que o telejornalismo regional é caracterizado por retratar o que há de comum entre os moradores, sem deixar de lado as notícias de interesse nacional e estadual. Ou seja, são notícias que possuem raízes regionais relacionadas a assuntos globais e que não deixam de ser interessantes para o público.

Levando-se em conta que o telejornalismo regional é uma área pouco conhecida pelos brasileiros, este trabalho busca analisar quais são os critérios de noticiabilidade utilizados no Jornal 53 – telejornal diário da emissora regional TV Betim, que faz o resumo das principais notícias do dia, com ênfase nos assuntos de interesse da população de Betim e região. Além disso, será averiguado qual é o papel do público quanto à construção do programa, por meio de sugestão de pautas e reclamações do próprio município de abrangência do sinal da emissora e/ou regiões vizinhas.

Em função disso, no primeiro capítulo serão ressaltadas informações teóricas a respeito dos sessenta anos da TV brasileira com os autores Paternostro (2006), Priolli (2010) e Bonner (2009). Da mesma forma, Bacellar e Bistane (2006), Curado (2002) e Jespers (1998) falam sobre a importância do telejornalismo, enquanto Pinho (2009) explica a diferença entre TV pública, TV educativa e TV comercial. Bucci (1997), por sua vez, discute a questão da perda cultural, do modo como a notícia é transmitida ao telespectador. Além disso, são apresentados os critérios de noticiabilidade.

O segundo capítulo diz respeito à produção de um telejornal re-

gional, tendo como início o conceito de regionalismo e globalização com argumentos, principalmente, de Bazi (2001), Sousa (2006), Fernandes (2006), Simões (2006) e Peruzzo (2005). Será retratado também o que é uma TV regional e o que a caracteriza. Outro fator de suma importância se refere às formas de participação do telespectador na produção telejornalística. Desta forma, França (1999) ressalta a questão da mineiridade, que ajuda na compreensão do regionalismo midiático.

Já o terceiro capítulo abrange os critérios de noticiabilidade utilizados pelo Jornal 53 e as formas de participação do público quanto à construção do mesmo, por meio de sugestões de pauta. Para isso, serão analisadas cinco edições do jornal – compreendidas entre 04/05, 12/05, 20/05, 28/05 e 31/05, a fim de se verificar de que forma as matérias, notas secas, notas cobertas e *stand up's* são voltadas para os betinenses e moradores das regiões vizinhas. Neste sentido, o objetivo do presente trabalho é comprovar o estudo proposto, além de expandir o desenvolvimento de novos trabalhos ligados à mídia regional.

## **1 PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM TV**

### **1.1 Televisão: 60 anos de gerenciamento da história nacional**

Em setembro de 2010, a televisão brasileira completou seis décadas em meio a inúmeras especulações no que diz respeito à sua vitalidade. Para algumas pessoas, o veículo é testemunha da história, para outras é um de seus atores principais. Sua importância para a disseminação da cultura na sociedade, mesmo com a existência da internet, ainda é inegável. Além de utilizar as redes sociais para divulgar a programação, a TV sai, cada vez mais, de suas próprias barreiras, seja para atingir públicos fora das limitações, com seriados virando filmes para o cinema ou entrando na realidade do telespectador por meio de blogs ou microblogs, como o twitter.

Esse veículo de comunicação poderoso foi criado em 1817, segundo Paternostro (2006), por um químico da Suíça, Jakob Berzelius, que

deu início aos experimentos. Para chegar ao modelo de televisão que temos hoje, várias experiências foram traçadas. Por isso, de acordo com Thompson (1998), o veículo, que surgiu nos anos de 1920 nos Estados Unidos, foi repassado ao mundo *a posteriori*, na década de 1940. E no Brasil, a TV brasileira passou a existir no dia 18 de setembro de 1950, após duas pré-estreias em circuito fechado por meio do empresário Assis Chateaubriand.

O pioneirismo de Assis Chateaubriand, fundador da TV Brasileira, e de Kocubej, criador do televisor nacional, foi de um arrojo impressionante, se considerarmos o Brasil de suas aventuras eletrônicas. Era um país pouco urbanizado, pouco eletrificado e com um mercado de consumo ainda circunscrito às capitais e cidades maiores. Condições altamente adversas para o sucesso da indústria televisiva, que depende de oferta de energia, de massas telespectadoras e de financiamento publicitário. Por isso mesmo, o crescimento da TV fomenta o desenvolvimento do país, tanto quanto se alimenta dele. (PRIOLLI, 2010, p. 8)

Para falar sobre a função da TV no contexto social brasileiro, vale fazer uma ressalva quanto à história do meio televisivo no país. Em seu início, segundo Paternostro (2006), 200 aparelhos foram importados e devidamente distribuídos em São Paulo para a estreia da TV Tupi. Embora apresentasse alguns problemas técnicos, a transmissão inaugural teve um resultado positivo. Por isso, um ano depois, a fabricação de modelos receptores de TV foi iniciada, já que a demanda estava sendo grande. Como não existia o videoteipe (VT)<sup>1</sup> naquela época, toda a programação era transmitida ao vivo.

Priolli (2010) enfatiza que depois que o indiozinho da TV Tupi saía da tela, o que se podia ver na televisão dos anos 1950 era uma programação que não emplacaria atualmente, uma vez que eram transmitidas peças de teatro clássico, óperas, concertos, dentre outros. Isto significa que o público-alvo era bastante elitizado e frequentador do Teatro Municipal, sinônimo de sofisticação daquela época.

<sup>1</sup> Videoteipe (VT) vem do inglês videotape e significa fita de vídeo. É uma fita magnética usada em televisão para documentar e reproduzir imagens que estão, geralmente, associadas a sons. (RABAÇA, 2002, p. 759).

A televisão brasileira, em 1956, já tinha cerca de um milhão e meio de telespectadores, o que fez com que o mercado publicitário investisse pesado. Neste sentido, a busca de mais telespectadores foi iniciada e o primeiro passo foi da TV Tupi. Segundo Paternostro (2006), a emissora transmitiu a primeira cobertura interestadual de um jogo de futebol no estádio carioca, o Maracanã, para todo o público paulista. Dois anos depois, o VT surge, permitindo a montagem e gravação de vídeos, edição de programas, além de tornar possível duplicar fitas. O primeiro canal a utilizar essa novidade, mais uma vez, foi a TV Tupi.

A década de 1960 foi marcada pela utilização constante do VT que, além de melhorar o acabamento dos programas, permitia a exibição dos mesmos em locais distintos. Isso, segundo Priolli (2010), gerou um intenso comércio entre as emissoras, futuramente, surgindo as redes nacionais de televisão. Assim como o VT, o início da telenovela diária merece destaque no cenário televisivo, visto que era transmitido de segunda a sábado em horários diferentes e chamavam a atenção do público todos os dias. Em função disso, a TV pôde se expandir em ritmo cada vez mais rápido.

Essa expansão foi fomentada pelo Estado. O regime militar instaurado em 1964 tinha a meta de integrar o território nacional e carecia de um instrumento de comunicação para convencer o povo das benesses do “Brasil potência” que pretendia construir. Com isso, a televisão em rede nacional tornou-se prioridade. A ditadura criou a Embratel e investiu maciçamente na infraestrutura de telecomunicações, implantando a rede básica de micro-ondas e interligando o país ao sistema internacional de satélites Intelsat. (PRIOLLI, 2010, p. 9)

Com a popularização dos aparelhos televisivos, em 1969, estreou o Jornal Nacional (JN), da Rede Globo que, além de marcar o começo das operações em rede no Brasil, ainda introduziu um novo tipo de jornalismo na TV brasileira. De acordo com Bonner (2009), a função do JN, até hoje, é mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no mundo e no Brasil para todas as pessoas de diferentes classes sociais, utilizando uma linguagem simples, clara e objetiva.

Em 1972, segundo Paternostro (2006), ocorreu a primeira transmissão da TV em cores. A autora ressalta ainda que o período de 1975 a 1988 foi marcado pelas novidades tecnológicas e, desta forma, o aparelho chegou para praticamente todos os brasileiros. Priolli (2010) observa também que o aparecimento do videocassete, em 1982, facilitou a compra de aparelhos e impulsionou a produção independente de produção de vídeos.

O fim da década de 1980 e começo dos anos 1990 foram marcados pela ampliação internacional, sobretudo com a exportação de telenovelas. Paternostro (2006) afirma que é nesse período que o país restituiu a democracia, o que permitiu a liberdade de imprensa.

Nos últimos anos, mesmo com a presença das tecnologias rivais, como a TV a cabo, internet, aparelhos de DVD, celulares, dentre outros, a televisão brasileira tem mostrado um grande amadurecimento. Paternostro (2006) completa ainda que a TV é hoje uma das mais evoluídas do mundo, tanto no que diz respeito à infraestrutura quanto no quesito qualidade de conteúdo.

## 1.2 Telejornalismo

O telejornalismo tem a função de informar o público de um modo geral a respeito dos acontecimentos que mais se destacaram no dia. Para atingir a maioria das pessoas, a linguagem utilizada em TV deve ser simples e objetiva, uma vez que é a principal fonte de informação, bem como de entretenimento para muitos brasileiros. Neste sentido, Bacellar e Bistane (2006) afirmam, com base em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que a TV chega para praticamente 90% das residências da população do Brasil. Como esse veículo de comunicação é uma concessão pública que pode ser explorado comercialmente, ele deve oferecer qualidade para o telespectador, além de utilizar a ética como limite, privilegiando, desta maneira, a boa informação e respeitando o interesse público e do público.

Curado (2002), por sua vez, refere-se ao telejornal como parte da programação da TV brasileira que deve cumprir uma determinação legal, uma vez que a norma de serviços de radiodifusão estipula que as

emissoras devem, pelo menos, dedicar 5% do horário da programação diária para o serviço informativo.

No que diz respeito aos tipos de programação que uma emissora pode oferecer, destaca-se a TV pública, a TV educativa e a TV comercial. Segundo Pinho (2009), a TV pública busca atingir o interesse público e não é explorada comercialmente. Já a TV comercial, como o próprio nome diz, apresenta-se fragmentada em comerciais, visando, desta forma, ao lucro. A TV educativa, por sua vez, é baseada na iniciativa privada e é mantida pelos apoios culturais.

Como a importância de um fato é avaliada pelo jornalista responsável, que analisa se o acontecimento é notícia ou não, o que dependerá de vários fatores, como, a abrangência de um fato, Jaspers (1998) afirma que o jornalismo televisivo é uma obra coletiva cuja responsabilidade única do jornalista é difícil de restringir. Por isso, diante dos meios tecnológicos, o jornalista deve se manter atualizado sempre à nova geração para que o telejornalismo não permaneça estagnado. Vale ressaltar que os veículos de comunicação devem considerar o telespectador como um cidadão e não como um consumidor de notícias quaisquer.

Além disso, Bacellar e Bistane (2006) observam que o conceito de fato noticioso se aplica a todos os veículos comunicacionais, no entanto, o que muda é o modo como as informações são divulgadas, uma vez que cada veículo é caracterizado por um tipo de linguagem e possui limitações e recursos exclusivos. No caso da TV, por exemplo, a construção da notícia é baseada na relação entre som e imagem. Ao mostrar um acontecimento, a televisão opera com uma intensidade maior do que qualquer outro veículo, uma combinação direta e imediata com o que foi vivenciado. É desta maneira, então, que o telespectador pode testemunhar o caso como se estivesse no local. Curado (2002) completa ainda que as formas de se comunicar com o telespectador difiram do modo como o jornalista escreve para uma revista ou para um jornal.

No instante em que toma conhecimento da notícia, o espectador não pode interromper o jornalista pedindo-lhe que esclareça algum ponto não compreendido. Não pode voltar no tempo para recuperar uma frase ou uma informação que perdeu, a não ser que tenha gravado o programa. (CURADO, 2002, p. 19).

Assim como Curado (2002), que acredita que a TV não pode confundir quem a ouve, seja devido a um texto mal formulado, seja pelo uso de palavras impróprias, seja por uma narrativa com significado ambíguo, Bonner (2009) afirma que os profissionais da área devem fazer com que todas as informações, que estiverem sendo transmitidas ao público, sejam compreendidas pelo mesmo imediatamente, por meio de uma linguagem simples e um texto de fácil compreensão, ilustrado por imagens que despertem interesse por parte de quem está assistindo.

Além disso, o editor de texto deve conhecer bem a língua portuguesa e os recursos de montagem em televisão. Ele deve ler o texto que acabou de escrever em voz alta e tentar escrever novamente com poucas palavras. O editor deve estar atento também a qual tema se apresentará antes daquele que está cuidando. Porque só assim é possível imaginar o clima do telejornal no instante em que o texto será lido.

Jespers (1998) observa essa questão de como fazer com que o telespectador não se aborreça ou se sinta confuso ao saber de uma notícia. Segundo o autor, isso é possível a partir de elementos que, provavelmente, o público já tenha conhecimento, e permitir-lhe, assim, descobrir elementos desconhecidos. O homem só pode memorizar e entender a informação transmitida quando é feita uma comparação entre os elementos novos e elementos de conhecimentos anteriores, o chamado *background*. Deste modo, só assim é possível construir um significado.

Já para Bucci (1997), essa questão acerca da maneira como o jornalista se comunica com o telespectador pode ser considerada uma perda cultural, uma vez que a TV sacrifica os idiomas mais frágeis e, ao abranger mais públicos, ela pressiona pela prevalência de uma linguagem sobre outras. Sendo assim, de acordo com o autor, os telespectadores se sentem seduzidos por novos mundos, aderindo e aceitando a língua que a TV fala, visto que a procura pelo idioma comum se dissemina com a globalização em nome do entendimento.

No que diz respeito à função da notícia transmitida a um público massivo, Jespers (1998, p. 54) estabelece como norma não defender nenhuma opinião, mas sim, coletar e apresentar a notícia de modo honesto, rigoroso e imparcial. “Recorre-se, por vezes, para descrever esta obrigação deontológica das televisões generalistas, à noção de objectividade. Esta noção foi objecto de inúmeras críticas”. Além disso, o fato de descrever uma situação é um ato pessoal, subjetivo. Em con-

trapartida, segundo o autor, é possível ser imparcial, mesmo falando na primeira pessoa.

Já Curado (2002, p. 16) explica 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”. A autora ainda ressalta que a mediação feita pelo jornalista para a população e a fonte de informação é bastante poderosa, pois a TV é a referência exclusiva para a maior parte da comunidade que se atualiza através do telejornal.

Jespers (1998) observa também que o veículo possui um efeito amplificador. Não cabe aos jornalistas interferir com o objetivo de provocar o fato, de o manter ou, até mesmo, de o reforçar, assim como não lhe compete intervir no sentido contrário. Apenas a presença das câmaras de reportagem já incita algumas pessoas a se entregarem a atos violentos ou a manifestações espetaculares como forma de usar a emissora de televisão para fazer propaganda para suas teses ou como oportunidade de simplesmente aparecerem. Neste sentido, o jornalista deve estar atento para não se deixar manipular ou servir como campanha de opinião.

Como todos os meios de comunicação, o telejornalismo tem como objetivo aquilo que os profissionais do ramo chamam de “furo jornalístico”, que é uma notícia de grande relevância para a sociedade que nenhum outro jornal, programa ou site tenha publicado *a priori*. “O furo é o alimento da alma dos jornalistas. Buscar o furo é o que todo repórter de verdade tenta fazer. E, como tudo na vida, o que dá valor ao furo é sua escassez” (BONNER, 2009, p. 14).

### **1.3 Critérios de noticiabilidade**

Todos os profissionais da área devem mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no mundo e no Brasil, naquele dia, para um público vasto e diverso, utilizando pluralidade, transparência, correção e imparcialidade. O que significa dizer que, conseqüentemente, frustrará as expectativas de muitas pessoas no que diz respeito à seleção de notícias.

Até porque se trata de um trabalho baseado em uma série de normas de conduta e que depende de avaliações de jornalistas responsáveis.

Hoje, assuntos variados invadem a internet a cada momento e as notícias disponibilizadas oferecem o máximo de informações ao leitor, muitas vezes em tempo real, deixando-o, desta maneira, escolher o que lhe interessa saber ou não. Nos jornais impressos, no entanto, há o fator limitador: espaço físico das páginas, o que faz com que os editores sejam criteriosos na hora de escolherem o que vai ser publicado. E em TV, segundo Bonner (2009), há a limitação do tempo juntamente com algumas complicações: a leitura oral para o público e a necessidade de a informação transmitida ser clara.

Qualquer veículo de comunicação se apoia em temas factuais, ou seja, informações do dia e que necessitam ser divulgadas com urgência, e em temas chamados “frios”, mas que não deixam de ser atuais. Nesse universo, podem ser citados assuntos de saúde, transportes, segurança pública, economia, política, movimentos sociais, saneamento básico, meio ambiente, energia, relações internacionais, voluntariado, cultura, comportamento, esportes, dentre outros.

Os assuntos factuais são sempre bem-vindos, visto que permitem ao público que entenda acontecimentos da atualidade e fenômenos que se inserem no contexto em que se dão. Isso se mostra ainda mais presente na vida do telespectador, que pontua o tempo de suas ações de acordo com os assuntos veiculados. Já as reportagens frias podem ser publicadas, hoje, como poderiam ter sido exibidas ontem e não perderiam o sentido se fossem transmitidas amanhã, pois são atuais, mas não são urgentes.

A dosagem equilibrada desses temas caracteriza perfis diferentes às edições de um telejornal. Em um dia, com muitas informações factuais, segundo Bonner (2009), torna o programa mais dinâmico e com um clima tenso característico do jornalista que tem muita informação para contar em um tempo bastante limitado. Já em um dia com mais reportagens atuais, isto é, com mais notícias “frias”, o conteúdo do jornal vai ser mais profundo, analítico e com menos tensão.

Segundo Wolf (1999), não se pode afirmar que a seleção de notícias é feita de um modo subjetivo por parte do editor-chefe, mesmo que a escolha seja profissionalmente motivada pelo veículo. Os jornalistas podem ter avaliações coincidentes a respeito da importância de muitos

assuntos, o que provocará alguma semelhança em parte do conteúdo noticiado no vários veículos comunicacionais.

Desta forma, Wolf (1999, p. 241) explica que “muitas vezes, a escolha de um acontecimento *coincide* com a individualização de uma «feição» particular ou de um ponto de vista segundo o qual esse acontecimento pode ser relatado, noticiado”. É como se a seleção de notícias fosse comparada a um funil, cujos fatos são inúmeros, mas só uma determinada quantidade pode ser filtrada. No entanto, algumas informações podem ser acrescentadas, inseridas em um último momento ou substituídas por outras.

Curado (2002) observa que o critério de noticiabilidade mais usado em jornalismo de TV é dar ênfase à questão da amplitude da notícia, uma vez que ela pode ser transformada em entretenimento ou em espetáculo. Assim como a autora, Bonner (2009) destaca que, quanto maior for o número de pessoas atingidas, maior a possibilidade de o acontecimento ser divulgado. Isso vale sempre para assuntos relacionados ao Brasil, mas nem sempre para informações internacionais. Wolf (1999) completa ainda que essa questão está relacionada diretamente ao fator afinidade cultural e a distância, uma vez que um acidente aéreo, por exemplo, envolvendo um número restrito de tripulantes, no entanto, que ocorreu nas proximidades, vai ser mais noticiável do que o mesmo tipo de desastre envolvendo mais vítimas, mas que aconteceu em um lugar distante.

O grau e o nível hierárquico das pessoas envolvidas também são um fator que possui valor/notícia. Isto é, quanto maior for o cargo de uma pessoa, instituição governamental ou, até mesmo, outras hierarquias sociais envolvidas, mais chance o fato tem de virar notícia. Observe-se que a amplitude e o peso que o grau de um poder institucional, o relevo de outras hierarquias não institucionais e a sua visibilidade se sobrepõem ao critério relativo às fontes, pois, segundo Wolf (p. 202, 1999), isto “favorece a utilização de fontes oficiais e de nível elevado, não racionaliza simplesmente a escolha de tais fontes, funciona também como um componente autônomo na determinação da noticiabilidade”.

Além desse critério, a gravidade de um fato, segundo Bonner (2009), também é considerada, visto que, quanto maior for a gravidade, mais chances a notícia tem de ser publicada. Pode-se citar como exemplo: um grande incêndio, a alta da inflação, dentre outros. Há notícias

também que se destacam das outras de imediato, uma vez que elas têm valor absoluto, ou seja, vão estar presentes no telejornal de qualquer maneira, além de ocupar mais tempo das demais em uma edição. Isto porque o destaque que esta notícia tem sobre as demais possui peso suficiente para “esmagar” os fatos menos importantes. Sendo assim, o caráter histórico é outro fator de suma importância nos critérios de noticiabilidade, como, a morte de um papa ou um ataque terrorista.

O peso de um contexto também é um critério noticioso, uma vez que é um assunto de relevância quando comparado às demais notícias daquele dia. São informações indiscutivelmente grandiosas, como a morte de um piloto ídolo da Fórmula 1: Ayrton Senna, ou a eleição do primeiro candidato negro à Presidência dos Estados Unidos, Barack Obama.

Os assuntos que entrarão na edição de um telejornal precisam também ser organizados em uma sequência lógica e que facilite a compreensão para o público. A prioridade de um editor-chefe, como já foi dito anteriormente, é mostrar os temas factuais de maior destaque ou de informações que possuem os critérios acima citados: abrangência, caráter histórico, gravidade de implicações, grau e nível hierárquico de pessoas envolvidas. Neste sentido, em dias considerados como “normais”, o jornal televisivo pode contemplar os assuntos frios, que permitirão ao telespectador uma maior compreensão e reflexão quanto ao contexto de uma notícia que tomou o primeiro lugar. Essas reportagens servem de apoio às factuais.

A abrangência de um fato, a gravidade de suas implicações, seu caráter histórico e o contexto em que se dá (seu peso relativo, em comparação com os demais daquele dia) são critérios de seleção primários. Servem para separar aquilo que será publicado daquilo que provavelmente não será. (BONNER, 2009, p. 105).

Outro critério de noticiabilidade apontado por Curado (2002) é a precisão de uma notícia. Para conseguir a precisão é necessário que a origem da informação seja identificada, pois isso vai auxiliar a constituir a hierarquia dos dados e a sua credibilidade. Para verificar se uma notícia possui precisão, a autora separa a fonte original da fonte de segunda

mão, uma vez que “a informação de primeira mão é obtida pelo jornalista em contato direto com aquela pessoa ou pessoas que participaram, participam ou que testemunharam o fato. O jornalista também pode ser o narrador de um evento como testemunha pessoal.” (CURADO, 2002, p. 20).

A informação de primeira mão é a matéria-prima do jornalismo e a de segundo nível chega a ser noticiada através dos veículos comunicacionais. Além disso, antes de a informação ser passada para o público, ela deve ser avaliada com rigor redobrado, pois pode conter dados equivocados. E quando há algum erro divulgado no ar, ele deve ser reconhecido claramente por quem o divulga uma vez que a verdade deve ser restabelecida juntamente com a humildade.

Além disso, Curado (2002) aponta o fator imparcialidade, visto que é função dos jornalistas afrontar todos os lados de uma questão para não favorecer uma das partes e tirar todas as questões sobre os pontos duvidosos. Uma conclusão comum quando se acredita ser imparcial é quando se busca a declaração de uma fonte que foi denunciada ou criticada em uma reportagem. Neste caso, a imparcialidade é obtida com a verificação de fatos e não com opiniões a respeito deles, além de ser função da reportagem mostrar dados e não confrontar pontos de vistas.

No que diz respeito ao tratamento das fontes, Jespers (1998) afirma que o jornalista de TV deve, obrigatoriamente, tratar suas fontes de maneira igual e, posteriormente, checar coerência e legitimidade antes da veiculação. O autor exemplifica a BBC, emissora estatal da Inglaterra, como veículo que não divulga nenhuma informação se ela não for previamente confirmada, no mínimo, por três fontes independentes umas das outras. Em último caso, quando se deseja indicar que uma informação não foi confirmada ou que ela ainda não foi suficientemente verificada, o telespectador tem o direito de saber isso e, ainda, o jornalista usar os verbos no tempo condicional para legitimar seu discurso.

Ao citar uma fonte, uma declaração de alguém ou uma opinião, Jespers (1998, p. 56) explica que é importante que “o ouvinte não possa imaginar que os assuntos narrados são avalizados, aprovados (ou pelo contrário contestados) pelo jornalista. Daí a importância de multiplicar os incisos indiciais” como ‘segundo *fulano*’. O autor observa também que os jornalistas de televisão devem, mais do que qualquer profissional

dos meios de comunicação, impor a si mesmos a característica de serem reservados, pois é a imagem perante o público que é levada em consideração.

Em se tratando do telespectador, Jaspers (1998) afirma que ele deve saber diferenciar claramente o que é um comentário e o que é uma informação dada por jornalistas. De acordo com o autor, estes, geralmente, são autorizados a esclarecerem de uma forma subjetiva a respeito da informação dada. No entanto, não se trata de fazer comentários que comprometam a opinião do comunicador. “Estas regras aplicam-se não apenas aos comentários no sentido estrito, mas também a outros elementos sonoros ou visuais (a música por exemplo) que se podem aparentar praticamente à noção de comentário.” (JESPERS, 1998, p. 59).

Quanto aos critérios secundários para um fato ser noticiado, Bonner (2009) observa que há o fator complexidade, pois quanto mais complexo for o assunto, maior é a possibilidade de ser tratado em uma reportagem com muitas imagens e recursos com arte que a exemplifiquem. Essas notícias podem se repetir ao longo de um período vasto, como uma novela, para que o público o compreenda por mais árido que seja.

Além disso, há o fator tempo, que obriga o editor a ser mais seletivo com as informações e não deixar que o público fique desinformado. Desta forma, uma das características que faz com que o responsável pelo telejornal escreva com clareza e precisão é o fato de haver limitação de tempo, fazendo com que a seleção de notícias seja criteriosa, sobretudo se o telejornal do dia esteja repleto de factuais.

Existe também um terceiro item secundário, segundo Bonner (2009, p.110): a disponibilidade de imagens do assunto em questão na TV. “(...) A falta de imagens não determina se publicaremos uma notícia ou não. Mas tão somente como a publicaremos. E estão revogadas todas as disposições, as lendas e os preconceitos em contrário.” Wolf (1999) explica também que a questão da imagem está ligada diretamente a todos os critérios de relevância relativos ao telespectador, uma vez que possui a finalidade de entretenimento e de fornecer um produto interessante sem tornar a informação sensacionalista. Segundo o autor, deve haver um equilíbrio entre a notícia divulgada e o material visual disponível.

## **2 PRODUÇÃO DE UM TELEJORNAL REGIONAL**

### **2.1 Regionalismo e globalização**

O paradoxo nacional *versus* local/regional merece destaque no Brasil, visto que há uma preocupação maior com o regionalismo, sobretudo por parte dos veículos de comunicação de massa. Perante a globalização da comunicação, novas posturas são inseridas no dia a dia dos profissionais da área, que podem contar agora com tecnologias diversificadas e informações mais acessíveis, uma vez que são disponibilizadas com mais facilidade quando comparadas ao contexto de anos atrás. Esse fato ajuda na complementação de reportagens de um telejornal.

Nos últimos anos, os veículos de comunicação sofreram inúmeras transformações no que diz respeito à produção e à distribuição de conteúdo, especialmente ao enfatizar abrangências diversificadas de telespectadores. O fato de existir restrição tecnológica antigamente não possibilitava que seu poderio fosse tão forte e intenso quanto nos dias de hoje.

Como a globalização da informação contribui cada dia mais para o desenvolvimento do telejornalismo, Castells (1996) relata que o processo de globalização vem sendo modificado por meio de uma variedade de fatores decorrentes de diversas culturas, histórias e geografias. Sendo assim, a autonomia da mídia local e regional, cada dia maior, fortalece uma tendência tão relevante quanto à globalização da mídia no que se refere, também, à influência sobre as ações do público, no geral.

Cabral e Filho (2006) explicam que essa questão das novas tecnologias e tendências midiáticas surge a partir da internet como uma tendência inevitável de visibilidade do público e da busca por uma convergência de mídias. Isto é, houve uma percepção de que a internet poderia ser aproveitada de forma a favorecer os veículos de comunicação. “Diante da pulverização de opções de fontes de informação, as grandes redes de comunicação acabaram por se render à importância da mídia Internet, de características tão diferentes quanto estranhas à lógica de produção comunicacional no ambiente analógico” (2006, p.64).

Em função disso, os meios de comunicação tradicionais observam a

necessidade de investir em produções e públicos regionalizados, em um mesmo momento que começam a se deparar com um meio dotado de um suporte diferenciado, o que implica na forma variada de produção e participação do público. Por isso, Bazi (2001) afirma que a regionalização da programação da TV é o fator fundamental de sobrevivência das emissoras do país.

Neste contexto, de acordo com Sousa (2006), o conceito da palavra regional não pode ser pensado somente pelo consenso imposto pela dimensão de espaço, uma vez que há fatores políticos, econômicos, culturais, sociais e tecnológicos.

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

Assim, Simões (2006), ao argumentar a questão do regionalismo, observa que se trata de um processo político que ultrapassa os limites nacionais. Para ele, é um processo pelo qual os Estados se organizam em busca da criação de comunidades regionais de desenvolvimento, além de existir a criação de zonas de livre comércio entre os países. Ainda segundo o autor, em ambos os casos, há o fator nacional e geográfico atuando em novas configurações econômicas na esfera global.

A globalização, tal como a regionalização, deve ser compreendida de maneira mais dinâmica, visto que, para Bazi (2001), a TV regional inexistente como um modelo pronto, acabado, definitivo, ou seja, ela é modelada a partir das interações com o meio, em processos que envolvem disputas mercadológicas. Pode-se supor, dessa forma, que o padrão estabelecido e compartilhado do “fazer” televisão, no âmbito nacional, estende-se para o local. Diariamente, uma adaptação dessa “teoria nacional” se encaixa numa “prática local” e obriga os profissionais do ramo produzirem de acordo com a identidade regional. Sendo as-

sim, esse tipo de emissora independe da sua natureza, seja ela pública, privada, comunitária, educativa ou virtual.

No que diz respeito ao termo “globalização”, Sousa (2006) afirma que possui caráter, em um mesmo momento, político e econômico, além de não possuir restrição. É sabido também que a palavra está diretamente relacionada aos interesses ideológicos do capital transnacional e seu entendimento depende da compreensão de quem o analisa, uma vez que podem acontecer variações de diferentes ordens. Além disso, a ideia de globalização trouxe a mercantilização da cultura e, com isso, houve a proliferação das mídias. Sendo assim, a comunicação se encontra cada vez mais global, visto que as pessoas têm acesso à informação de modo rápido e facilitado.

Bazi (2001, p.17) observa ainda que a globalização é um dos meios de comunicação que possibilita aos veículos do ramo, no caso a TV, expandir seus horizontes publicitários e sua abrangência. “Ao mesmo tempo, coloca o telespectador em uma situação mais confortável quanto à diversidade na procura de informação e de prestação de serviço.”. Em um curto período de tempo, e a qualquer hora, o público pode assistir ao que está acontecendo do outro lado do mundo.

Neste sentido, Simões (2006) questiona, em meio às teses sobre globalização e regionalismos, a que tipo de manifestação se encontra a televisão regional, que é caracterizada por enfatizar o que há de semelhante entre os moradores, sem deixar de lado as reportagens de interesse nacional e estadual, o que, geralmente, cria um vínculo de fidelidade entre a emissora e o telespectador.

Alguns autores, como Biltreyst & Meers (2000) ou Benitez (2003), analisam suas características por critérios alinhados à ideologia da globalização. Um exemplo é a análise de Straubhaar (1984) sobre os mercados regionais segmentados pelos idiomas em âmbito supranacional. Ele afirma que a regionalização da televisão resulta em três níveis de desenvolvimento: primeiro, que muitos sistemas televisivos nacionais estão longe de serem dominados pelos sistemas internacionais; segundo, que um grupo de países, dentre os quais o México e o Brasil, têm ido além da simples produção para o mercado doméstico e exportado programas televisivos para mercados tradicionalmente expor-

tadores, como Estados Unidos e Europa; e terceiro, que os sistemas televisivos subnacionais estão em ritmo acelerado de crescimento, respondendo a uma demanda local crescente por notícias e informações locais. (SIMÕES, 2006, p. 27).

No universo televisivo, é possível observar a necessidade de estabelecer uma identidade com o público. E a regionalização é um caminho para isso, uma vez que mesmo tendo notícia em nível global, as pessoas necessitam de informações que estão próximas da sua realidade, ou seja, elas precisam ter notícias sobre o que está acontecendo no ambiente em que vivem, no bairro em que moram. Em função disso, o aumento das emissoras regionais está ligado diretamente à identidade e às necessidades naturais de informação dos telespectadores.

No que diz respeito ao poder que a mídia exerce sobre o homem, Fernandes (2006, p.74) ressalta que a televisão transforma o ser humano em consumidor e não em agente social. Tudo na TV é produto de consumo. Partindo do contexto regional, de acordo com o autor, é sugerido que a TV necessita “ultrapassar a ‘linguagem autoritária’ para se converter em voz dos que não têm voz, de quem luta contra a violência que procede da injustiça, da miséria e do abandono em que são relegados às minorias marginalizadas.”

Em função disso, Bauman (2001) se refere à TV como um “supermercado de identidades” onde é possível selecionar quem representar ou ser e por quanto tempo manter determinada preferência. Neste sentido, essa “liberdade” de consumo mostra identidades voláteis e incertas, apresentando, assim, características próprias do mundo do consumismo. A autora completa ainda que a vida desejada pelo público tende a ser a vida mostrada na televisão, visto que a que é retratada parece irreal.

Fernandes (2006) ressalta também que as grandes redes de comunicação conseguem recursos financeiros e de um modo mais fácil. Já as emissoras locais, quando não têm caráter estrito comercial, como as municipais, estaduais ou educativas, a captação financeira enfrenta vários outros obstáculos, como, a limitação de não veicular comerciais de varejo ou que visem ao lucro explicitamente. Essa situação é mais comum nas emissoras - sobretudo estas que são mantidas por fundações

públicas de direito privado - que possuem grade local pequena e dependem da retransmissão de sinal de outra maior e, assim, tem um portfólio de programação deficiente para se reverter em captação publicitária. No entanto, o autor ressalta que isso não significa dizer que, pelo fato de as emissoras regionais não conseguirem competir com as de grande porte nesse quesito, elas produzam programas de baixa qualidade.

Outra tendência é a falta de ampla cobertura e de apuração de acontecimentos, tanto no nível local como no regional. Ela se deve a uma estrutura de produção pequena, com poucos profissionais e, às vezes, até despreparados para o exercício do jornalismo. Acrescente-se, em alguns casos, a opção administrativa de donos de veículos locais, de aceitar com naturalidade o exercício de um jornalismo baseado em fontes oficiais, já que isso garante a sobrevivência do veículo. Nessas condições o jornalismo local deixa de explorar seu imenso potencial de trabalhar com a informação isenta e atender a todos os setores que perfilam a vida de uma “comunidade”. Perde, assim, uma oportunidade de mercado, a de trabalhar com competência a informação de proximidade, que é a razão de ser da imprensa local. (PERUZZO, 2005, p. 8)

Bazi (2001, p.30) afirma que “a produção regional fica restrita a espaços de menor audiência e, como consequência, o preço para a veiculação de comercial pode ser menor ao anunciante”. Em contrapartida, para o autor, o problema é que, com esse baixo custo de produção, não é possível fazer uma programação regional com qualidade, com o mesmo padrão exigido e adotado por uma emissora nacional.

Diante do cenário exposto, é possível imaginar uma TV regional como uma afiliada de uma grande rede televisiva, contudo localizada em um outro lugar. De acordo com Simões (2006), não existe no Brasil um conceito apenas para caracterizar o termo “TV regional”, embora o modelo reconhecido como “regional” é o das redes regionais afiliadas às grandes emissoras.

De acordo com a legislação atual, uma rede nacional pode ter 10 estações de TV de sua propriedade, sendo que as

demais seriam emissoras afiliadas. O objetivo é evitar a formação de monopólios e valorizar as culturas regionais por meio da regionalização da programação, visando a promover a identificação e integração comunitárias. (BAZI, 2001, p.26)

O autor, ainda, completa que a televisão regional no Brasil é uma realidade atual que, com a vinda da TV por assinatura, pode modificar o sinal da TV nacional aberta em um instrumento para a cidadania de responsabilidade social, vital para o desenvolvimento do Estado de Direito.

Segundo Simões (2006), raramente, o canal local é pensado como uma TV “pirata” ou uma emissora que não depende dos grandes veículos. Embora as emissoras regionais brasileiras esbarrem na muralha dos monopólios, elas começam a expandir suas atividades. Em função dessa “não dependência” das grandes redes, há um alto custo para a emissora local se manter de uma grade de programação voltada exclusivamente para os moradores da região.

No que tange à produção, faz-se mister identificar ou promover aquelas empresas capazes de servir áreas mais ou menos limitadas e compromisso ativo. As grandes redes de televisão conseguem recursos financeiros de grande monta. Mas as emissoras locais e regionais não podem competir com elas, mas podem produzir seus programas dentro das limitações. Isso não implica necessariamente que haja prejuízo de qualidade. (FERNANDES, 2006, p. 76).

Desta forma, Bazi (2001) afirma que, com a produção de programas regionais, há chance de alcançar a publicidade local, porque o valor é mais baixo e a emissora deve ter intervalos que proporcionem ao anunciante, assim, possibilidade de ver seu produto na televisão. Ou seja, a TV regional incentiva o desenvolvimento e a regionalização do mercado publicitário. Em função disso, as agências de publicidade, bem como seus anunciantes, tornam-se mais que clientes para uma emissora regional, tornam-se parceiros.

Com a regionalização dos sinais de um veículo local, uma preocupação constante, para Bazi (2001), é a questão da qualidade técnica da

imagem, visto que não adianta se referir à TV regional se ela não tiver uma boa iluminação, uma boa imagem e um áudio de qualidade. Outro fator observado pelo autor é quanto ao horário de exibição das emissoras locais, cujos programas são exibidos em horários considerados “periféricos”.

Peruzzo (2005) completa ainda que embora a TV regional reserve espaço para seus programas, principalmente aos noticiários, o número total de horas no ar é muito pequeno em relação à programação das emissoras de grande porte. Além disso, há a cobrança de enquadramento nos modelos nacionais das grandes redes, que direcionam as temáticas e a maneira de expressão, impedindo, desta forma, a presença dos sotaques da região e uma maior inclusão de mão-de-obra local. Sendo assim, um dos problemas enfrentados pelas TVs regionais se refere à conquista de autonomia quanto à programação. No entanto, isso não significa dizer que essas emissoras não produzam programas.

## **2.2 Telejornal regional**

O telejornalismo regional é uma área pouco conhecida pelos brasileiros. É nele que as notícias sobre o dia a dia da população são apresentadas, tornando a informação mais próxima de quem o assiste e preservando a identidade do local e da comunidade. Neste contexto, o público tem a oportunidade de ver sua rotina na TV e de conseguir, talvez, uma possível explicação para suas indagações ou se sentir mais próximo de seus direitos.

Pressupõe-se que o jornalismo local seja aquele que retrate a realidade regional ou local, trabalhando, portanto, a informação de proximidade. O meio de comunicação local tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais etc. Por vezes, se cerca de distorções, como as que têm origem em vínculos com interesses político-partidários e econômicos, mas, mesmo acarretando vieses de informação, acaba contribuindo na divulgação de temas locais. Está num contexto vantajoso

para o leitor ou telespectador, ou seja, a proximidade da informação. As pessoas acompanham os acontecimentos de forma mais direta, pela vivência ou presença pessoal, o que possibilita o confronto entre os fatos e sua versão midiática de forma mais natural. (PERUZZO, 2005, p. 7).

Por isso, Bazi (2001) destaca que o principal foco das reportagens transmitidas desse tipo de telejornal se refere ao cotidiano das cidades da área de cobertura da emissora, além de retratar o que há de comum entre os moradores. Sendo assim, atualmente, o telejornal regional tem cumprido um papel essencial na produção e exposição de informações no país.

As notícias veiculadas nesse telejornal possuem características adequadas e coerentes para atrair o telespectador, ou seja, são informações que possuem raízes locais contextualizadas em assuntos globais e que possuem interesses para a comunidade. Em função disso, segundo Bazi (2001), a linguagem do canal deve ser universal. Já o assunto, voltado para a região.

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

Muitas vezes, essas notícias transmitidas são consideradas a única opção de acesso encontrada pelo público que se localiza dentro da área de abrangência da TV. Além disso, o telejornal possui uma agenda organizada devido às demandas regionais e possui um interesse particular no andamento dos lugares de cobertura da emissora.

Neste sentido, pode-se dizer que a força de expressão da televisão, principalmente o do telejornalismo regional, está na individualização

da comunicação, o que é primordial para esse tipo de comunicação, já que a informação particular é conduzida para cada indivíduo. Além disso, uma das propostas do telejornalismo regional é a de endossar a qualidade da informação à população. Como a TV é um dos meios de maior acesso pelo público, é totalmente necessário que esse ramo procure sempre buscar uma inovação, mantendo, acima de tudo, a qualidade de produção e propriedade na hora de apresentar a notícia para a sociedade.

Quanto aos critérios de noticiabilidade, Bazi (2001) afirma que não possuem uma hierarquia fixa, porque variam de acordo com o perfil de cada emissora regional. Assim como o autor, Peruzzo (2005) completa que o veículo local se ancora na informação gerada dentro do ambiente – em uma dada localidade ou região, cujos moradores possuem uma identificação. Todavia, ela não é “monolítica”, isto é, não existe uma uniformidade no tipo de vínculo dos meios de comunicação em suas regiões, uma vez que a inserção de notícias locais vai depender do perfil editorial de cada emissora. Deste modo, a inserção regional pode ocorrer com a finalidade de esmiuçá-lo ou simplesmente para valer-se de algumas coisas da localidade, sem, contudo, desvincular-se de sua capacidade “nacional”. Neste caso, o veículo de comunicação se junta mais como tática de ampliação do mercado do que por vocação regional.

Outro aspecto mencionado por Bazi (2001) é quanto aos formatos opinativos em uma emissora local, que quase não aparecem, uma vez que a mensagem opinativa, geralmente, está ligada à fala dos entrevistados e não à emissora local de TV, gerando, desta maneira, uma certa isenção de responsabilidade para a empresa televisiva e, ao mesmo tempo, transferindo-a para a população retratada.

Em se tratando de telejornalismo regional, Simões (2006) ressalta que o modelo brasileiro reconhecido como “regional” é majoritariamente o das redes regionais afiliadas às redes nacionais. O autor cita ainda vários critérios que fazem com que uma emissora de TV possa ser considerada regional como, sua localização geográfica, a carência de participação em uma rede suprarregional, o número de comerciais ou a quantidade de programas produzidos pelas afiliadas, dentre outros. Além disso, geralmente, a produção do telejornal regional é concentrada na cidade sede da emissora, visto que a falta de recursos impede

uma distribuição proporcional da cobertura jornalística entre as regiões alcançadas pelo sinal do veículo de comunicação.

Cabral e Filho (2006) exemplificam, quanto à questão das afiliadas, a Rede Globo, uma vez que ela ocupa um lugar de destaque no cenário brasileiro. Neste contexto, suas afiliadas acabam tendo evidência devido à grade legitimada pela maioria da audiência, apesar de as redes regionais não exercerem tanto poder quanto as nacionais.

Apesar do pouco poder detido pelos grupos regionais nacionalmente, seu domínio alcança as regiões brasileiras tornando-os de vital importância para as comunidades. Essa realidade foi detectada pela Rede Globo que percebeu que o público está mais preocupado com os acontecimentos locais do que com os mundiais. (CABRAL; FILHO, 2006, p. 60)

Por isso, as grandes emissoras investem nas afiliadas do interior e expandem o espaço para a programação local, visto que a emissora em questão percebeu, segundo Cabral e Filho (2006), que o público está mais preocupado com os acontecimentos locais do que com os relacionados ao mundo.

### **2.3 Participação do telespectador na produção telejornalística**

A relação entre jornalistas e telespectadores é significativa para a produção de telejornais de qualidade, uma vez que há uma interação comprometida com a cidadania. Além disso, a participação da população no que se refere à sugestão de pautas é de grande valia e interesse de todos, sobretudo por parte dos veículos de comunicação, pois é através delas que é possível apresentar problemas do cotidiano, cobrando, desta forma, soluções imediatas e que, na maioria das vezes, envolvem o poder público.

Em se tratando da interação, Wolton (2004) ressalta que os indivíduos assistem à TV e, a partir disso, constroem um sentido, uma familiarização, um contrato de leitura e, conseqüentemente, uma construção

de conhecimento. Sob essa visão, as relações entre o telejornalismo local e o público por ele alcançado podem não ser passivas e indiferenciadas. Pelo contrário, tais relações podem chegar a uma contribuição na transformação do indivíduo enquanto sujeito sócio-cultural.

Bazi (2001, p.63) completa ainda que o telejornalismo regional busca, primordialmente, interagir mais ativamente com o público, visto que um dos objetivos fundamentais do veículo é a conquista pela confiança. “A conquista da audiência de uma emissora regional passa, necessariamente, pela questão de seus programas e de sua credibilidade junto ao público”.

De acordo com Sousa (2006), a proximidade veículo-público nem sempre está associada às interações dialógicas, visto que a TV constrói seus programas partindo de uma visão média de telespectadores, generalizada pelas grandes emissoras, independentemente de suas especificidades regionais. Mas o autor afirma que as interações dialógicas entre o público e os jornalistas são expressivas para a produção de telejornais de qualidade, principalmente, no que diz respeito aos telejornais regionais. Para conquistar o público, o telejornal deve levar em conta a realidade concreta de onde vivem as pessoas que são, antes de tudo, telespectadores.

Sendo assim, para conquistar a confiança dos moradores locais, as TVs regionais, como, a TV Betim (afiliada da Rede Minas e TV Brasil) e a TV Alterosa (afiliada do Sistema Brasileiro de Televisão – SBT) contam com a questão da mineiridade, que é um conjunto de valores, crenças e símbolos acrescido às atitudes do telespectador mineiro, que encontram sua identidade através dessas emissoras. Ou seja, de acordo com França (1999), o termo mineiridade é uma espécie de laço, vínculo com o receptor mineiro, havendo, desta forma, uma via de mão dupla em se tratando dos veículos locais: a questão de assuntos regionais e universais.

A mineiridade seria assim uma visão construída ao longo de um período histórico, fruto de experiências sociais distintas e combinadas. Segundo essa abordagem, ela constituiria a figura abstrata do mineiro e adquiriria o status de noção de identificação. A diversidade de Minas e a pluralidade de suas sub-regiões criam também a necessidade de coesão,

e a mineiridade exerce igualmente a função de unificação.  
(FRANÇA, 1999, p. 92)

No entanto, as agendas de interação que estão disponíveis no mercado televisivo não consideram o mais importante: o calor humano. Segundo Sousa (2006), a TV regional, por questão de sobrevivência, deve refletir sobre a sua relação com o público, e o primeiro passo dessa ação é tornar a pauta democratizada, isto é, ela só pode ser feita com a ajuda de muitos, até porque a reunião de pauta é o início de tudo, é como se fosse uma arena na qual são negociadas e distribuídas tarefas, prazos, tempos médios das matérias, fontes que devem ser utilizadas e, sobretudo, o enfoque que determinado assunto deve ser tratado. Ela não existe como um formato pronto, padronizado, mas é sensível ao que acontece no cotidiano. “A pauta expressa pelo menos cinco dimensões: a tarefa a ser cumprida, o consenso da empresa, as nuances do processo, pré-seleção de fontes e informações, e a questão pedagógica” (2006, p.107).

Outra questão citada por Sousa (2006) é que o público, geralmente, não possui uma participação direta na elaboração de pautas noticiosas, apesar de o conteúdo ser voltado para ele, o que coloca o fator da identidade, desta forma, em xeque.

Sabemos que o público, embora destinatário dos produtos televisivos, não é convocado a participar nem das reuniões de planejamento, nem das reuniões de avaliação. Fica à margem dos processos decisórios. Nosso ponto de partida é simples: a comunidade também tem saberes que precisam ser conhecidos, discutidos, considerados nos processos de produção da notícia. São saberes que não substituem os saberes jornalísticos. Pelo contrário, complementam, oferecem a oportunidade do aprendizado da escuta, do diálogo. São saberes dinâmicos, da experiência, que se constroem na produção da vida social. (SOUSA, 2006, p. 105)

Além disso, Sousa (2006) ressalta que a participação cidadã busca contemplar dois fatores contraditórios presentes na dinâmica política, sendo o fazer ou tomar parte no processo político social, por pessoas, grupos, organizações que mostram interesses, identidades, valores que

estariam no âmbito particular, mas interagindo em um espaço plural; e cidadania no que se refere ao sentido cívico, que enfatiza as dimensões de universalidade, generalidade e igualdade quanto aos direitos e deveres. Em função disso, a participação comunitária é válida quanto às sugestões de pauta, visto que atende demandas locais perante o exercício da cidadania a partir dos próprios moradores.

Bazi (2001) observa ainda que, a conquista da audiência de um canal regional passa pela questão da qualidade de sua programação juntamente com a interatividade do público. Isto é, a qualidade da programação está relacionada diretamente com a audiência atingida.

É importante lembrar que as emissoras regionais se utilizam da produção local de seus programas para sobreviverem e, ao mesmo tempo, obterem credibilidade junto às comunidades em que atuam. Além disso, os altos índices de audiência registrados por essas emissoras demonstram a confiabilidade do público em seus programas. (BAZI, 2001, p. 87).

A emissora sabe que, retratando o público local, a audiência cresce tanto para os seus programas como também para os da cabeça de rede. Soma-se a isso, a questão da “preocupação” em atender a comunidade a fim de ganhar confiança e, também, quanto ao profissional. Este deve refletir as características culturais locais. Neste sentido, não adianta a empresa contratar um jornalista que não more na região e, conseqüentemente, não tenha conhecimento sobre os pontos positivos e negativos do lugar se ele mora em outra cidade fora de abrangência do sinal da emissora.

### **3 J53: CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE E INTERAÇÃO COM O PÚBLICO**

O Jornal 53, telejornal veiculado pela TV Betim, é o material empírico desta monografia. O programa, exibido de segunda a sexta-feira, será avaliado por meio de cinco edições compreendidas entre 04/05, 12/05,

20/05, 28/05 e 31/05. A estratégia de análise se dará, sobretudo, pelos critérios de noticiabilidade utilizados no telejornal. Por isso, cada edição será de um dia da semana.

### 3.1 Metodologia

Três partes compõem a estrutura metodológica deste trabalho. A primeira – e de foco mais teórico – resume-se à pesquisa bibliográfica. De um modo elucidador, os autores trabalhados nos capítulos 1 e 2 representaram a compreensão do objeto de estudo escolhido e favoreceram uma possibilidade de análise mais coerente e, por isso, mais próxima da realidade do material empírico.

A segunda – com ênfase no material empírico – é a *Análise de conteúdo*, em que serão analisados os critérios de noticiabilidade do telejornal Jornal 53. Já na terceira parte, o leitor poderá conhecer melhor os profissionais que desenvolvem o objeto em questão por meio da *Entrevista em profundidade*, em que serão apresentadas duas “conversas” – uma com a editora-chefe do programa, jornalista Karina Castro, e a outra com um dos produtores, jornalista José Augusto Alves. Ambos trarão informações relevantes, respectivamente, sobre os critérios de noticiabilidade usados e as formas de participação do telespectador na construção do Jornal 43.

#### 3.1.1 Análise de conteúdo

O método utilizado na pesquisa é a análise do conteúdo veiculado pelo telejornal Jornal 53. Para tal, serão verificados os critérios de noticiabilidade utilizados no telejornal local.

a) Categorias de noticiabilidade:

Dados quantitativos:

- Número de matérias regionais;
- Número de matérias não regionais;

- Número de notas secas regionais;
- Número de notas cobertas regionais;
- Número de stand up's<sup>2</sup>.

Dados qualitativos:

- Estrutura das matérias regionais;
- Formato de apresentação das notícias;
- Estruturas das notas secas regionais;
- Estruturas das notas cobertas regionais;
- Estruturas dos *stand up's*;
- Interação com o telespectador; (apresentará o que é o Reclame, periodicidade, convite do jornal para outras participações de pauta);
- Critério de noticiabilidade utilizado.

### **3.2 História da TV Betim**

A TV Betim (canal 53 UHF) foi criada pela Fundação Cultural Manga-beiras. Ela foi ao ar pela primeira vez em julho de 2003 com o telejornal produzido localmente, o Jornal 53, exibido às 19h30. No início, o programa tinha reprises três vezes ao dia – às 23h, às 7h30 do dia seguinte e às 12h30, a fim de oferecer oportunidade de horários alternativos para o público.

A partir daí, o canal, que tem a característica regional firmada por meio do slogan “A TV que é a sua cara”, desenvolve um trabalho jornalístico sustentado pela missão de “informar, entreter e prestar serviços

---

<sup>2</sup> Stand up é um tipo de matéria externa, ao vivo ou gravada, em que o repórter fica enquadrado no vídeo durante toda a transmissão. (RABAÇA, 2002, p. 693)

de comunicação a toda Região Metropolitana de Belo Horizonte com qualidade, ética e inovação, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico, cultural e exercício da cidadania”<sup>3</sup> para os moradores de Betim e cidades vizinhas, como Belo Horizonte, Contagem, Brumadinho, Igarapé, Ibirité, Esmeraldas, Juatuba, Lagoa Santa, Mario Campos, Mateus Leme, Ribeirão da Neves, Santa Luzia, São Joaquim de Bicas e Sarzedo.

Pinho (2009) observa que a TV Betim era afiliada de três emissoras, sendo a Rede Minas, a antiga TVE, que atualmente é a TV Brasil, e a TV Cultura, que hoje não é mais parceira do canal. De 2003 até 2010 alguns programas foram substituindo outros que não tiveram sucesso, tampouco conseguiram se manter por meio de apoios culturais. Atualmente, a programação é composta por programas variados, com destaque para o Jornal 53, Arena 53, Conexão 53, Balada Country, Palavra de Fé, Rancho Arte da Pesca, K53, Opinião Pública e Resumo do Jornal 53.

A sede da emissora se localiza na Rua Tapajós, 995, no bairro Brasília, em Betim. Segundo Pinho (2009), a estrutura da TV Betim possui um estúdio de 10m X 5m, três câmeras de estúdio, três câmeras de externa, dois *teleprompters*<sup>4</sup>, uma sala de controle mestre para exibição, dois veículos, um almoxarifado, um setor administrativo-comercial, duas salas de redação, quatro ilhas de edição, além de uma cozinha.

São cerca de 37 funcionários que trabalham diariamente nos diversos setores da empresa, como: recepção, setor financeiro, comercial, produtora e o jornalismo. O departamento jornalístico do canal conta com dois motoristas, dois cinegrafistas, dois repórteres, quatro produtores, sendo dois estagiários, uma editora de imagens, uma editora de texto, que no caso é a apresentadora, além de uma editora-chefe.

A mantenedora da TV é a Fundação Cultural Mangabeiras, que é uma entidade jurídica de direito privado, com finalidade cultural e educacional sem fins lucrativos e registrada no cartório de registro civil das

---

<sup>3</sup> Informação disponível em [http://tvbetim.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=47&Itemid=28](http://tvbetim.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=28). Acessado em 18 de outubro de 2010.

<sup>4</sup> Teleprompter é um dispositivo que mostra por meio de uma tela ou de um rolo de papel, em letras grandes e a uma velocidade sincronizada com a ação, a mensagem a ser lida pelo autor ou locutor (RABAÇA, 2002, p. 716).

pessoas jurídicas. O prazo de vigência da Fundação é indeterminado e suas atividades foram iniciadas em 27 de abril de 2000. Ela tem o objetivo de:

- realizar e divulgar programas de interesses das comunidades carentes, sobretudo idosos, crianças, grupo de mães, deficientes físicos, população de baixa renda etc;
- criar, manter e administrar atividades e programas de serviços em prol da cultura e da educação, através do canal próprio de radio-difusão;
- realizar serviços especiais de retransmissão ou distribuições de sinais de televisão em regime simultâneo;
- promover iniciativas e campanhas de cunho social beneficente com a colaboração de entidades de programação e assistência social;
- instituir, manter ou administrar entidades, obras de serviços, centros de cultura, museus etc;
- estimular a fundação de creches;
- instituir cursos de formação profissional na área de radio difusão;
- patrocinar e divulgar eventos culturais;
- conservar o folclore e as tradições populares da região;
- estabelecer contratos com emissoras de radio-difusão;
- oferecer apoio cultural em revistas, jornais e livros;
- incentivar e apoiar pesquisas;
- prestar serviços a terceiros.

Dentre os principais gestores da Fundação estão: Dulce de Mello Rosa, que é a diretora e presidente; Levi José de Oliveira, o vice-presidente; e Wilson Pingo de Oliveira Antunes, diretor administrativo e financeiro, cujo cargo tem um período de mandato com prazo até 06/05/

2012. Um detalhe digno de ser ressaltado aqui é que o corpo diretivo é composto, em sua maioria, por cidadãos betinenses. A única exceção é a diretora e presidente, Dulce Rosa – conhecida como Tia Dulce por já ter apresentado programas infantis nas décadas de 1970 e 1980, que é cidadã belo-horizontina.

### 3.3 Histórico do Jornal 53

Como já foi explicado no tópico acima, o Jornal 53 foi o primeiro programa da TV Betim de produção própria e foi exibido pela primeira vez no dia primeiro de julho de 2003. Segundo Pinho (2009, p. 33), as edições diárias tinham cerca de 16 minutos de reportagens, totalizando 25 minutos com os intervalos.

Do início da TV para os dias atuais, pouco foi modificado na estrutura do jornal. De início, não eram inseridas matérias da Rede Minas, TV estatal da qual a TV Betim é afiliada. A produção do jornal sempre foi estruturada da seguinte maneira: produção, reportagem, edição e apresentação. Na rotina dos profissionais, uma produtora foi incumbida de produzir pautas para os repórteres cobrirem.

Karina Castro (2010)<sup>5</sup> conta com uma equipe de reportagem na parte da manhã, formada por um repórter, um cinegrafista, um motorista e duas produtoras, sendo uma estagiária. Entre um turno e outro, as equipes se revezam e outros profissionais ficam incumbidos de finalizarem a edição do dia, bem como de programarem a do dia seguinte. A equipe da tarde conta com uma editora de imagem, uma editora de texto, que no caso é a apresentadora do telejornal, dois produtores, sendo uma estagiária, um repórter, um cinegrafista e um motorista. A carga horária diária dos profissionais é de seis horas de segunda a sexta-feira, com exceção à equipe de reportagem, que trabalha cinco horas e trinta minutos por causa da cobertura de um dia do final de semana intercalado.

---

<sup>5</sup> Karina Castro é jornalista e editora-chefe desde julho de 2009. Vale ressaltar que ela já ocupou o cargo de produtora do Jornal 53 desde novembro de 2007.

No que diz respeito à equipe reduzida, Castro (2010) afirma que “a equipe do jornalismo da TV Betim é bem enxuta, mas é composta por profissionais jovens e dinâmicos, o que faz com que o trabalho renda bastante. É lógico que, para cobrir toda a Região do Médio Paraopeba, seria necessário contratar mais repórteres, produtores e editores. Mas na medida do possível, a TV Betim tem aumentado o quadro de funcionários”.

### **3.4 A operacionalização da linha editorial**

Como o Jornal 53 é um telejornal de caráter regional, os critérios de noticiabilidade que o regem, segundo Castro (2010), são os fatos relevantes, inéditos e que tenham alguma relação com os moradores de Betim e região. A editora-chefe ressalta ainda que o programa é feito para toda a família, por isso tem o objetivo de diversificar os assuntos abordados, como, questões sobre política, educação, meio ambiente e cultura.

Para uma matéria ser um dos destaques do dia e entrar na escalada do jornal, que é composta por três matérias, ela precisa, primeiramente, estar relacionada especificamente à Betim, já que o programa apresenta de cinco a sete reportagens ao todo. Geralmente, o segundo critério utilizado na escalada é apresentar alguma reportagem de interesse público da Rede Minas, como um seminário importante que teve em Minas Gerais ou um evento em Belo Horizonte, por exemplo. Alves<sup>6</sup> (2010) observa que nem sempre as matérias da Rede Minas são exibidas, pois não são de interesse da população betinense e de áreas vizinhas. E, por fim, a terceira matéria que compõe a escalada, na maioria das vezes, é “fria” e diz respeito a um assunto geral, como os benefícios do café, aumento do preço da carne bovina, dentre outros.

De acordo com Castro (2010), o que faz uma notícia virar uma matéria é um fato interessante para a população, com imagens de qualidade, um texto claro, conciso e explicativo, além de uma edição de qualidade e boas sonoridades. Já o que faz uma informação ser uma nota seca, geralmente, é um assunto geral, que dispensa imagens, como, a di-

---

<sup>6</sup> O jornalista José Augusto Alves é produtor do Jornal 53 desde setembro de 2008.

vulgação de um concurso público e orientações do governo em relação a temas variados. No entanto, sempre que se têm imagens de fatos relevantes, é possível fazer uma nota coberta ou um VT.

A relação entre a Rede Minas e a TV Betim, segundo Alves (2010), se dá, sobretudo por uma “troca de serviços”, uma vez que há sempre um contato entre as emissoras quando, por exemplo, acontece um factual em Betim ou em cidades mais próximas ou, quando há algo de grande proporção e que por algum motivo não dê para uma cobrir, sempre que possível, há a ajuda da outra. Ou seja, a TV Betim fornece matérias para a Rede Minas e vice-versa.

Quanto aos conteúdos obrigatórios das matérias exibidas pelo Jornal 53, como as reuniões da Câmara Municipal de Betim e festas típicas da cidade, Castro (2010) explica que são assuntos tradicionais e já legitimados pela população local.

Mas, como ocorre na maioria dos veículos de comunicação, temos as pautas recomendadas pela direção da emissora, sendo, geralmente, reclamações, pedidos de ajuda e eventos de escolas, igrejas e instituições da cidade. Ao receber a demanda, os produtores discutem como enquadrar o determinado assunto no formato jornalístico, deixando o VT mais interessante para o telespectador (CASTRO, 2010).

A linguagem do telejornal não é necessariamente adaptada para o público-alvo. Segundo Castro (2010), ela evita apenas usar palavras como *hoje* e *agora* em função das reprises. E como o jornal é exibido em várias cidades, a jornalista responsável procura não usar o termo *municipal*. “Sempre escrevo: a Prefeita de Betim, o Secretário de Saúde de Contagem etc., para que o telespectador identifique logo a que cidade se refere àquela matéria”, observa.

A interatividade é comum na produção e veiculação do telejornal J53. Para que um assunto sugerido vire pauta ou uma reclamação feita seja apurada, é levada em conta a relevância para o público do canal.

[A interação] é feita por meio do e-mail do jornal, por telefone, ou, até mesmo, presencial. Como fazemos parte de uma emissora regional, de uma abrangência menor em termos de território alcançado, nossa preocupação é mostrar as

reclamações e as conquistas das pessoas e de suas regiões. Mesmo assim, as sugestões de pautas que chegam por meio dos nossos telespectadores são discutidas, pois alguns temas, realmente, não cabem ao jornalismo veicular. Aí entra o fator de noticiabilidade, interesse público e relevância do assunto (ALVES, 2010).

Os critérios de noticiabilidade utilizados pela produção do programa são os assuntos que tiverem maior relevância para os moradores da região. Neste sentido, o ineditismo, a improbabilidade, o interesse público, a empatia (a identificação do público com algum personagem mostrado na matéria) e o apelo, que é o fato curioso, mas não é necessariamente apelativo ou sensacionalístico, são levados em conta na hora da escolha do que é notícia e o que não é. Segundo Alves (2010), o J53 procura sempre apresentar uma notícia que possa ser compreendida por todos e provocar reflexões por parte de quem o assiste, utilizando, principalmente, o fator proximidade, o que reforça a identidade regional do canal.

Quanto ao relacionamento da equipe com as fontes, Alves (2010) afirma que é positiva e, sempre que possível, variada. Elas apresentam histórias interessantes e curiosas para contar. Ele ressalta que, algumas vezes, isso não é possível, principalmente, pela disponibilidade delas e pela dificuldade em achá-las, visto que a abrangência territorial da emissora é restrita. Por isso, muitas vezes, um médico, um economista, uma professora se tornam fontes repetidas para o público. Em relação a fontes fixas, o produtor observa que “temos sempre as mesmas fontes oficiais, até por causa da hierarquia de algumas instituições. Prefeita, secretários municipais, Polícia Militar, entidades representativas são fontes fixas, porque estão ligadas diretamente aos serviços prestados à população”.

### **3.5 Noticiabilidade do J53**

O programa do dia 04 de maio de 2010 trouxe as seguintes notícias na escalada:

- a bilhetagem eletrônica, cujo tema fora discutido na Câmara Municipal de Betim;
- o prazo para a segunda via do título de eleitor;
- a arte como fonte de renda.

Nesta edição, foram apresentadas quatro notas de interesse público:

1. a inflação, que subiu nas sete capitais pesquisadas, inclusive em Minas Gerais;
2. o crescimento da indústria brasileira;
3. o aumento da venda de automóveis em abril;
4. suspensão da greve dos professores.

O critério de noticiabilidade usado para que essas notas fossem divulgadas se deveu à abrangência – quanto maior o número de pessoas atingidas por um acontecimento, maior é a possibilidade de ser noticiado. Além disso, foi levada em conta a gravidade dos fatos.

Quanto às notas regionais, foram divulgadas três que dizem respeito à editoria policial:

1. assassinato em Betim;
2. jovem preso por tráfico de drogas em Contagem;
3. quadrilha presa em Belo Horizonte por aplicar golpes do fisco desde 1999 em Betim, Contagem e Nova Lima.

Essas matérias caracterizam o regionalismo do telejornal, visto que são notícias próximas de quem o assiste e envolve a segurança pública da cidade. Aqui, não só a proximidade dita as regras, como, também, o interesse de uma população que vive em uma das maiores cidades de Minas Gerais e, como qualquer outra, luta para coordenar um crescimento de forma proporcional à qualidade de vida.

Um tema considerado regional também usado nesta edição e, por isso, dentro do critério de proximidade, foi o *stand up* sobre os cursos

de qualificação profissional oferecidos pelo Senai de Betim. Como era de se esperar para uma nota de serviço, não há imagens que possam cobrir esse assunto de forma adequada. Por isso, o formato do repórter narrando a informação e, no máximo, uma entrevista rápida, no caso com o coordenador do programa, atendeu o preenchimento do tempo do J53 e, ainda por cima, conferiu maior importância e legitimidade ao tema.

No que diz respeito às matérias da Rede Minas, foram divulgadas duas, uma até de destaque na escalada do jornal:

1. o prazo que o eleitor tem para resolver todas as pendências quanto ao título de eleitor;
2. pesquisas parciais das eleições do Governo de Minas Gerais.

Ou seja, foram informações gerais, de âmbito estatal, mas úteis ao público-alvo, tendo como base os critérios de abrangência e gravidade das implicações.

Além disso, foram exibidas três matérias produzidas pela equipe do Jornal 53, sendo duas factuais e de interesse dos moradores:

1. preparativos para o tradicional Bazar da Amizade;
2. bilhetagem eletrônica, que foi tema de discussão na Câmara Municipal de Betim;
3. valorização dos trabalhos artesanais como fonte de renda.

A segunda notícia teve valor significativo no J53, já que entrou até na escalada daquela edição. Mas o motivo era claro: um assunto polêmico entre o governo betinense e os motoristas de vans. Neste contexto, a reportagem exibida mostrou como essa situação vai ser resolvida de acordo com as propostas dos vereadores.

Já a terceira matéria, que é considerada fria, ou seja, pode ser exibida de forma atemporal, por exemplo, que não irá interferir no dia-a-dia dos moradores, é sobre uma forma de ganhar dinheiro por meio do artesanato. É um VT, que também fez parte da escalada desta edição, focado para quem está à procura de um emprego ou, talvez, de sugerir uma outra opção.

É provável que a veiculação desta última notícia tenha relação direta com o outro V.T., também local, sobre o Bazar da Amizade, já que o tema “artesanato” permeia os dois assuntos. Dessa forma, cria-se uma coerência entre a paginação, isto é, a ordem ou o planejamento da sequência das matérias exibidas naquela edição.

Os destaques da edição do dia 12 de maio foram:

- a falta de doadores de sangue em Betim;
- moradores de Ibitaré reclamam da morosidade do emplacamento de veículos
- uma entrevista com o cantor betinense Hugo Guedes.

Neste dia, foram divulgadas quatro notas secas de interesse público, baseadas no critério de abrangência e gravidade dos fatos, sendo elas:

1. alta do comércio varejista;
2. professores da rede pública em greve
3. paralisação dos servidores da justiça;
4. projeto de lei que está tramitando para evitar a “saidinha de banco”.

Já as notas voltadas para os moradores de Betim e região foram:

1. inscrições abertas para o processo seletivo de residentes multifuncionais (saúde mental de Betim);
2. homem foragido foi preso em Betim.

Essas notas são caracterizadas como regionais devido à proximidade entre o jornal e o público. A primeira diz respeito a uma informação de serviço, já a outra, que não deixa de ser próxima ao telespectador, envolve a segurança pública da cidade.

No que se refere às matérias produzidas pelo J53, foram exibidas três factuais focadas na região:

1. moradores de Ibirité reclamam das dificuldades enfrentadas por eles de emplacar o carro;
2. vereadores de Betim discutem na reunião da Câmara sobre assuntos relacionados à saúde e desenvolvimento econômico da cidade;
3. Fundação Hemominas precisa de doadores de sangue devido ao baixo estoque.

Vale ressaltar a primeira, conhecida como “reclame”, que teve destaque quando se comparada a outras matérias do dia, além de criar uma relação de confiança entre jornalistas e telespectadores, visto que há uma interação comprometida com a cidadania. Além disso, a participação da população no que se refere à sugestão de pautas é de grande valia e interesse de todos, sobretudo por parte do veículo de comunicação, pois é por meio delas que é possível mostrar os gargalos da região.

As outras duas reportagens são também de interesse da população local, sendo a segunda referente a assuntos de discussão entre políticos a respeito do futuro de Betim e a terceira sobre o baixo estoque de sangue na Fundação Hemominas da cidade.

Quanto aos *stand ups*, foram mostrados dois culturais:

1. competição musical em bares e restaurantes de Betim;
2. cantor betinense Hugo Guedes completa 10 anos de carreira e faz um show de comemoração.

Esses *stand ups* foram exibidos a fim de valorizar a cidade no âmbito cultural. Por fim, houve uma matéria da Rede Minas sobre a apresentação do maníaco que atacava as dentistas, cujo critério utilizado é de interesse público, levando-se em conta a gravidade e a abrangência do fato.

As informações que entraram na escalada do dia 20 de maio foram:

- aterro do Citrolândia é tema de discussão na Câmara Municipal de Betim;
- Fórum Criminal de Betim ganha novo espaço;
- campeonato de futebol inclui doentes mentais de Betim e Igarapé.

O VT da Rede Minas apresentado neste dia foi sobre a discussão do novo sistema de rádio no Brasil. O critério de noticiabilidade utilizado foi a questão da abrangência do fato, bem como a importância dele, visto que diz respeito à implantação do rádio digital no país – notícia de âmbito nacional.

Quanto às notas de interesse geral – baseadas no critério de abrangência e gravidade dos fatos, foram apresentadas cinco, sendo elas:

1. crescimento do PIB brasileiro;
2. redução do IPI relacionado à venda de carros;
3. pesquisas parciais dos candidatos à Presidência;
4. projeto de lei a respeito do combate ao crack;
5. campanha de vacinação contra a gripe A.

No que diz respeito à nota regional, entrou apenas uma policial de Betim, que foi sobre dois assassinatos em um mesmo local. Ainda segundo informações de interesse da região, foram exibidas seis matérias, sendo todas factuais:

1. audiência pública sobre o aterro do Citrolândia contou com a participação de moradores;
2. Fórum Criminal de Betim ganha novo espaço;
3. campeonato de futebol é usado na socialização de doentes mentais de Betim e Igarapé;
4. “reclame” feito pelos moradores de São Joaquim de Bicas, que estão insatisfeitos com a estrutura do local;
5. alunos de uma escola de Betim se preparam para um encontro de corais na região.

Neste sentido, todas essas matérias criam um vínculo de confiança com o público e reforçam o caráter regional do Jornal 53, pois as informações divulgadas retratam o cotidiano dos moradores.

As notícias que fizeram parte da escalada do dia 28 de maio foram:

- a alta do leite;
- Inhotim ganha Jardim Botânico na semana do meio ambiente;
- aniversário da Casa da Cultura de Betim.

Nesta edição, houve apenas um *stand up* sobre as inscrições abertas para as vagas de estágio em Betim, o que reforça o caráter regional do programa, além de divulgar uma informação de serviço ao telespectador. Foi apresentada também uma nota regional de cunho policial da cidade de Contagem. Para completar essa editoria, foi utilizada uma nota coberta da Rede Minas sobre a prisão de três suspeitos em Betim que estavam envolvidos com o tráfico de drogas. Vale lembrar que a nota coberta é composta por imagens e informações lidas pelo repórter ou apresentador sobre o assunto em questão.

No que diz respeito aos VTs produzidos pela equipe do telejornal, neste dia, foram exibidos três, e que inclusive foram os destaques do dia, fazendo parte da escalada: aumento do preço do leite, aniversário da Casa da Cultura de Betim e a nova atração do Instituto Cultural e Botânico Inhotim, localizado na vizinha cidade de Brumadinho, na semana do meio ambiente. Todas elas se caracterizam pela proximidade entre o J53 e o telespectador.

Sobre as informações de interesse público, baseadas no critério de abrangência, foram apresentadas três notas secas gerais, sendo elas:

1. escolas estaduais pedem para o Enem ser adiado;
2. visto dos EUA passa a ter validade de até 10 anos;
3. início do ciclo de debates das eleições.

Ainda conforme os critérios utilizados nas notas, as matérias da Rede Minas que entraram nesta edição foram:

1. Federação das Industrias de Minas Gerais tem novo presidente;
2. salas de cinemas reduzidas para o público cada vez mais restrito.

Já as notícias que fizeram parte da escalada da edição do dia 31 de maio foram:

- moedas de um centavo viram relíquias;
- moradores do bairro Duque de Caxias clamam por infra-estrutura;
- trabalhadores de Betim e região ganham novo espaço para assistência e reabilitação.

Nesta edição, foram exibidas cinco notas de interesse geral, levando-se em conta a abrangência e a gravidade dos assuntos:

1. aumento da demanda pelo transporte aéreo faz aumentar o PIB;
2. Receita Federal cancela CNPJ de empresas inativas;
3. teste de HIV não precisa ser feito com vínculo empregatício;
4. OMS lança campanha contra o cigarro;
5. alunos já podem consultar o resultado do Enem.

Quanto às notas de cunho regional e de interesse local, foram apresentadas três, criando, desta forma, um vínculo de proximidade entre o público e o telejornal:

1. assassinato em Betim
2. assassinato em Igarapé;
3. temperatura baixa para os próximos dias na região.

Já as matérias produzidas pelo Jornal 53, exibidas nesta edição, foram três factuais e uma “fria”, sendo elas:

1. trabalhadores de Betim e região ganham novo espaço para assistência e reabilitação;
2. “reclame” feito pelos moradores do bairro Duque de Caxias, em Betim, que reclamam da infra-estrutura do local;
3. Fórum discute a importância dos Direitos da Criança e do Adolescente de Betim (DOPCAD);

4. escassez da moeda de um centavo no bolso da população.

Vale fazer uma ressalva quanto à escalada deste dia, uma vez que os três VTs anunciados foram produzidos pela própria equipe e falam sobre assuntos de interesse dos moradores, sendo exibidas duas matérias factuais – um reclame e outra reportagem a respeito da inauguração de um novo espaço para assistência e reabilitação para os trabalhadores, e outra conhecida como matéria “fria” – escassez da moeda de um centavo. Neste sentido, mais uma vez, fica claro o caráter regional do programa, pelo fato de o critério de noticiabilidade mais usado ser o de proximidade com o público, além de noticiar fatos de seu cotidiano.

No que se refere às reportagens da Rede Minas, foram exibidas duas baseadas na importância e abrangência dos fatos:

1. dor de cabeça se agrava com a automedicação;
2. ação feita por um grupo de estudantes que limpam a sujeira deixada por pichadores.

São informações de interesse geral, ou seja, que podem ser transmitidas em qualquer veículo de comunicação, sendo ela regional ou nacional. A primeira reportagem alerta o público quanto aos riscos da automedicação, já a segunda incentiva fazer uma boa ação, que é limpar a sujeira deixada por pichadores.

## **CONCLUSÃO**

A compreensão do regionalismo, bem como do telejornalismo regional fortalece uma tendência tão importante quanto à globalização da mídia, uma vez que a regionalização da programação da TV perpassa a grade da rede nacional a quem se afilia, no caso da TV Betim, a Rede Minas e a TV Brasil.

Por meio da análise das cinco edições do Jornal 53, pode-se comprovar que os critérios de noticiabilidade utilizados nas matérias, notas secas e *stand ups* produzidos pelo canal são focados na proximidade com o público, o que reforça ainda mais seu caráter regional. Além disso, a

participação do telespectador por meio de sugestões de pautas é levada em consideração por parte da produção do programa e entra, principalmente, em forma dos chamados reclames. Já no que diz respeito aos critérios utilizados nas matérias da Rede Minas, deveram-se a informações gerais, de âmbito estatal e nacional, mas úteis ao público-alvo, tendo como base a abrangência e gravidade dos fatos, especialmente.

Em função disso, percebe-se, mediante as análises realizadas, que o conteúdo do J53 objetiva uma identificação com o telespectador, visto que retrata o cotidiano do mesmo. Assim sendo, destaca o regionalismo presente na emissora, contextualizando todas as notícias globais e locais voltadas para os moradores de Betim e região cuja amplitude do sinal alcança. Partindo desse pressuposto, vale ressaltar a importância desse estudo para o futuro profissional no âmbito jornalístico, uma vez que o estudo sobre telejornalismo regional é raro no Brasil e, com o auxílio deste trabalho, a pesquisa de um estudante pode ser feita de maneira mais aprofundada sobre o tema.

## REFERÊNCIAS

- BACELLAR, Luciane; BISTANE Luciana. *Jornalismo de TV*. 2<sup>a</sup>. ed. São Paulo: Contexto, 2006.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. *TV Regional: Trajetória e Perspectivas*. Campinas: Alínea, 2001.
- BONNER, William. *Jornal Nacional: modo de fazer*. São Paulo: Globo, 2009.
- BUCCI, Eugênio. *Brasil em tempo de TV*. 3<sup>a</sup> ed. São Paulo: Boitempo, 1997. Uma telenatureza (certas idiossincrasias da TV e seus motivos ocultos), pp. 159-182.
- CABRAL, Eula Dantas Taveira; FILHO, Adilson Vaz Cabral (Parte 1, Capítulo 2). *Do massivo ao local: a perspectiva dos grupos de*

- Mídia. In: SOUSA, Cidoval Morais de (org). *Televisão Regional, globalização e cidadania*. Rio de Janeiro: Sotese, 2006.
- CASTELLS, Manuel. O Poder da identidade. 3ªed. São Paulo: Paz e Terra, 2001. WOLTON, Dominique. Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 2006.
- CURADO, Olga. *A Notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo*, São Paulo: Alegro, 2002. Parte 1 – A construção da notícia, pp. 15-22.
- FERNANDES, Francisco Assis M. (Parte 1, Capítulo 3). Televisão e Cidadania no Contexto Regional. In: SOUSA, Cidoval Morais de (org). *Televisão Regional, globalização e cidadania*. Rio de Janeiro: Sotese, 2006.
- JESPERS, Jean-Jacques. *Jornalismo Televisivo – Princípios e Métodos*. Tradução de Rita Amaral. Coimbra: Minerva, 1998.
- PATERNOSTRO, Vera Íris. *O Texto na TV: Manual de Telejornalismo*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2006.
- PERUZZO, Cicilia M. Krohling. *Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências*. São Bernardo do Campo, 2005.
- PINHO, Vitor Henrique Máfia Nogueira do. *Telejornalismo Regional: Um estudo de caso do Jornal 53 da TV Betim*. 2009. 78f. Dissertação (Monografia) - Centro Universitário de Belo Horizonte, Belo Horizonte, 2009.
- PRIOLLI, Gabriel. *Das imagens fantasmáticas aos telões de alta definição*. In.: Eu & Fim de Semana, Jornal Valor Econômico, Ano II, número 517, páginas 8 e 9, 17-19/09/2010.
- RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. *Dicionário de Comunicação*.
- SIMÕES, Cassiano Ferreira (Parte 1, Capítulo 1). Televisão Regional e Globalização. In: SOUSA, Cidoval Morais de (org). *Televisão Regional, globalização e cidadania*. Rio de Janeiro: Sotese, 2006.

SOUSA, Cidoval Morais de (org). *Televisão Regional, globalização e cidadania*. Rio de Janeiro: Sotese, 2006.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. 5ª ed. Lisboa: Presença, 1999. Nova edição revista e atualizada. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

## **ANEXOS**

### **Grade de programação da TV Betim**

#### **Segunda-feira**

00:00 TV BRASIL  
06:45 Telecurso 2000 – TV BRASIL  
07:15 Rancho Arte da Pesca  
08:00 Repórter Brasil  
08:45 Cocoricó  
09:00 Esquadrão sobre rodas  
09:30 Um menino muito maluquinho  
10:00 A turma do Pererê  
10:30 Bill Tampinha  
11:00 Meio de Campo (Reapresentação)  
12:00 Jornal Minas 1 Edição  
12:30 Rede Minas  
13:00 Horário Propaganda Eleitoral  
14:00 K53  
15:00 Log In  
16:00 Sem Censura  
17:30 Rede Jovem de Cidadania  
18:00 Via Legal  
18:45 Jornal 53

19:30 Arena 53  
20:30 Horário Propaganda Eleitoral  
21:20 Samba na Gamboa  
22:20 K53  
23:00 Jornal 53 (Reapresentação)  
23:30 Telecurso

### **Terça-feira**

00:00 Arena 53 (Reapresentação)  
01:00 TV Brasil  
06:45 TV Brasil –Telecurso 2000  
07:15 Jornal 53 (Reprise)  
07:45 Jornal Visual  
08:00 Repórter Brasil  
08:45 Cocoricó  
09:00 Conie a Vaquinha  
10:00 A turma do Pererê  
11:00 Stadium  
12:00 Jornal Minas 1 Edição  
12:30 Rede Minas  
13:00 Horário Propaganda Eleitoral  
14:00 K53  
15:00 Log In  
16:00 Sem Censura  
17:30 Papo de Mãe  
18:30 Telecurso  
18:45 Jornal 53  
19:30 Arena 53  
20:30 Horário Propaganda Eleitoral  
21:20 Planeta Terra  
22:20 K53  
23:00 Jornal 53 (Reapresentação)  
23:30 Telecurso

### **Quarta-feira**

00:00 Arena 53 (Reapresentação)  
01:00 TV Brasil

07:15 Jornal 53 (Reprise)  
07:45 Jornal Visual (Rede Minas)  
08:00 Reporter Brasil (TV Brasil)  
08:45 Cocoricó  
09:00 Thomas  
09:30 Um menino muito Maluquinho  
10:00 A turma do Pererê  
10:30 Cidade do Futuro  
11:00 Planeta Terra (Reapresentação)  
12:00 Jornal Minas 1 Edição  
12:30 Rede Minas  
13:00 Horário Propaganda Eleitoral  
14:00 K53  
15:00 Log In  
16:00 Sem Censura  
17:30 Alto Falante  
18:30 Telecurso  
18:45 Jornal 53  
18:20 Betim É +  
19:40 Arena 53  
20:30 Horário Propaganda Eleitoral  
21:20 Balada Country  
22:20 K53  
23:00 Jornal 53 (Reapresentação)  
23:30 Telecurso

### **Quinta-feira**

00:00 Arena 53  
01:00 TV BRASIL  
06:45 TV BRASIL- Novo Telecurso- Ensino Fundamental  
07:15 Jornal 53(Reprise)  
07:50 Jornal Visual  
08:00 Repórter Brasil  
08:45 Cocoricó  
09:00 Louie  
09:30 Um menino muito Maluquinho  
10:00 A turma do Pererê

10:30 Macanimais  
11:00 Balada Country  
12:00 Jornal Minas 1 Edição  
12:30 Rede Minas  
13:00 Horário Propaganda Eleitoral  
14:00 K53  
15:00 Log In  
16:00 Sem Censura  
17:30 Nova África  
18:00 Saúde Brasil  
18:30 Telecurso  
18:45 Jornal 53  
19:30 Arena 53  
20:30 Horário Propaganda Eleitoral  
21:20 Conexão 53  
22:20 K53  
23:00 Jornal 53 (Reapresentação)  
23:30 Telecurso

**Sexta-feira**

00:00 Arena 53  
01:00 TV BRASIL  
06:45 TV BRASIL- Novo Telecurso- Ensino Fundamental  
07:00 Rede- TV Cultura- Novo Telecurso- Ensino Médio  
07:15 Jornal 53 (Reapresentação)  
07:50 Jornal Visual (Rede Minas)  
08:00 Repórter Brasil  
08:45 Cocoricó  
09:00 Thomas  
09:30 Um menino muito Maluquinho  
10:00 A turma do Pererê  
10:30 Princesa Sherazade  
11:00 Conexão 53  
12:00 Jornal Minas 1 Edição  
12:30 Rede Minas  
13:00 Horário Propaganda Eleitoral  
14:15 K53

15:00 Log In  
16:00 Sem Censura  
17:30 Diverso  
18:00 Programa Especial  
18:30 Telecurso  
18:45 Jornal 53  
19:30 Arena 53  
20:30 Horário Propaganda Eleitoral  
21:20 Rancho Arte da Pesca  
22:20 Betim É +  
22:40 K53  
23:00 Jornal 53 (Reprise)  
23:30 K53

### **Sábado**

00:00 Arena 53 (Reapresentação)  
01:00 K53  
02:00 K53  
03:00 K53  
04:00 K53  
05:00 Desenho  
06:00 Desenho  
06:45 Telecurso 2000  
07:30 Rancho Arte da Pesca (Reapresentação)  
08:30 Palavra de fé  
09:00 Conexão 53 (Reapresentação)  
10:00 Mais Ação  
11:00 Arena 53 (Reapresentação)  
12:00 Jornal 53 (Reapresentação)  
12:30 Clipe Livre  
13:00 Horário Propaganda Eleitoral  
14:00 Dango Balango  
14:30 Cozinha Brasil  
15:00 Programa Especial  
16:00 Saúde Brasil  
17:00 Alto Falante  
18:00 Palavra de Fé

18:15 Prá Viver  
19:00 Resumo do Jornal 53  
19:30 Balada Country (Reapresentação)  
20:30 Horário Propaganda Eleitoral  
21:20 Conexão 53 ( Reapresentação)  
22:20 Resumo do Jornal 53 (Reapresentação)  
23:00 Rancho Arte da Pesca (Reapresentação)  
23:30 K53

**Domingo**

00:00 K53  
03:00 K53  
05:00 Árvore da Vida  
05:30 Pra Viver  
06:00 Desenho  
07:00 Palavra de Fé  
07:30 Resumo do Jornal 53  
08:00 Missa de Aparecida  
09:00 Planeta Água  
10:00 Conexão 53 (Reapresentação)  
11:00 Rancho Arte da Pesca (Reapresentação)  
12:00 Resumo do Jornal 53 (Reapresentação)  
12:30 Pra Viver  
13:00 Um menino muito Maluquinho  
13:30 Catalendas  
14:00 Dango Balango  
14:30 TV Piá  
15:00 Stadium  
16:00 Auwe  
17:00 Palavra de Fé  
17:15 K53  
18:00 Balada Country  
19:00 Betim É +  
19:30 Via Legal  
20:00 Planeta Terra  
21:00 Esportivisão  
22:30 Nova África