

FREDERICO NA TV: O AGENDAMENTO DA CIDADE COM A SUCURSAL DA RBS

ROSSANA ZOTT ENNINGER

Artigo científico apresentado ao Curso de Comunicação Social – Jornalismo como requisito para aprovação na Disciplina de TCC I, sob orientação do Prof. Marcelo Freire Pereira de Souza e avaliação dos seguintes docentes:

Prof. Marcelo Freire Pereira de Souza
Universidade Federal de Santa Maria
Orientador

Prof.^a Karen Cristina Kraemer Abreu
Universidade Federal de Santa Maria

Prof. Fabio Silva
Universidade Federal de Santa Maria

Prof.^a Cláudia Herte de Moraes
Universidade Federal de Santa Maria
(Suplente)

Frederico na TV: o agendamento da cidade com a sucursal da RBS

Rossana Zott Enninger¹
Marcelo Freire Pereira de Souza (Orientador)²

RESUMO

Neste artigo utilizou-se como objeto de Análise de Conteúdo o telejornal Jornal do Almoço, veiculado ao meio dia pela emissora local da RBS TV de Passo Fundo/RS. Foram comparados os telejornais de período anterior e após o início das atividades de reportagem na sucursal de Frederico Westphalen/RS, verificando se houve alterações na quantidade e na maneira que são exibidos os conteúdos da cidade no telejornal local. Para tanto, o material foi analisado sob o enfoque das hipóteses de *Agenda-setting* e Enquadramento, visando observar quais assuntos de Frederico Westphalen são abordados no Jornal do Almoço de Passo Fundo e como esses conteúdos são divulgados.

PALAVRAS-CHAVE: análise de conteúdo; telejornalismo local; *agenda-setting*; enquadramento; Frederico Westphalen.

Introdução

O presente trabalho consiste em um Estudo de Caso que tem como objeto de pesquisa o telejornal vespertino da RBS TV, o Jornal do Almoço. Contudo, para esta Análise de Conteúdo tomou-se como base apenas o telejornal exibido pela emissora da região de Passo Fundo, que engloba o município de Frederico Westphalen na sua região de cobertura.

Com cerca de 30 mil habitantes, Frederico Westphalen está situada no noroeste do Rio Grande do Sul e é um entre os 84 municípios que fazem parte da região de abrangência da RBS TV Passo Fundo. Por a região de cobertura ser extensa, muitos assuntos das cidades distantes da sede da emissora, muitas vezes, acabam deixando de ser noticiados na programação telejornalística, seja por dificuldade de locomoção, seja por falta de pessoal ou mesmo de interesse de divulgação.

Em virtude disso, desde março de 2011 funciona uma sucursal da RBS TV Passo Fundo em Frederico Westphalen, que conta com o trabalho de repórter abelha³ Éder Calegari. Este tipo de profissional é mais comumente encontrado em emissoras menores e do interior,

¹ Acadêmica do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Hab. Jornalismo da UFSM *campus* de Frederico Westphalen.

² Orientador do trabalho. Professor do Departamento de Comunicação Social da UFSM *campus* de Frederico Westphalen.

³ A definição de repórter abelha será apresentada mais adiante no item sobre telejornalismo.

onde não há uma equipe de trabalho e é o mesmo repórter que produz as imagens, constrói o texto da reportagem e edita o material, por isso a denominação “abelha”.

Diante dessa situação, esta pesquisa buscou verificar em que medida a veiculação de notícias de Frederico Westphalen no Jornal do Almoço da RBS TV Passo Fundo aumentou e, também, se houve alterações de abordagens e formatos utilizados na veiculação de conteúdos, após a instalação da sucursal da emissora na cidade. A partir da pesquisa, pretendeu-se fazer uma comparação entre o conteúdo divulgado antes e depois do início das atividades de reportagem.

Buscou-se analisar o Jornal do Almoço local levando em consideração as hipóteses de *Agenda-setting* e Enquadramento, procurando observar quais os assuntos que mais são tratados pelo telejornal e como os temas relativos à cidade são abordados durante a programação.

Para tanto, foram utilizadas variáveis para a observação dos dados, como o tempo de duração, o formato do material divulgado, assunto e editoria a qual pertence e ainda o número de fontes consultadas nas reportagens. Essas características permitiram observar as mudanças de produção e divulgação ocorridas após o início dos trabalhos da sucursal.

A partir desta observação, pode-se constatar a proximidade dos assuntos inseridos na pauta do telejornal e buscar compreender o trabalho de produção de telejornalismo em cidades do interior e menores que carecem deste tipo de produção, já que acabam tendo maior contato com os veículos impressos e rádios. Diante desta situação recente, a pesquisa procura contribuir para compreender a atividade jornalística das emissoras regionais, visando dessa forma entender os processos envolvidos na produção e divulgação de conteúdo local pelo telejornal.

As Hipóteses de *Agenda-setting* e Enquadramento

Os meios de comunicação de massa e os efeitos que eles causam no público são objetos de estudos desde os anos de 1920. Contudo, nessa época as pesquisas enfocavam mais outras áreas, como a sociologia ou a psicologia. Como destaca Wolf (2008), é a partir da década de 1970 que começam a se desenvolver pesquisas dentro do que ficou conhecido como *communication research* nos Estados Unidos, focando suas análises na área da comunicação especificamente. Os pesquisadores, então, que antes eram de áreas afins, passam

a deter-se em estudos dos meios de comunicação de massa e os efeitos que estes causam na audiência.

Um exemplo disso eram as teorias de efeitos fortes e fracos, que segundo Wolf (2008), tinha nas campanhas publicitárias seu principal foco de análise, já que observava como os indivíduos reagiam às mensagens, através de dados obtidos com questionários quantitativos aplicados aos entrevistados.

“Quando se fala em efeitos fortes, a ênfase está no emissor, que é capaz de “acertar” seu alvo; já os efeitos fracos abordam o contexto da comunicação tomando por referência o tipo de relação que o receptor estabelece com o que lhe é apresentado” (DALMONTE, 2006, p.53). Como efeito forte tem-se a teoria hipodérmica, que surge como a primeira abordagem nesta área e que atribui à mídia a capacidade de facilitar a dominação sobre o público. Mais tarde, novas teorias aparecem para complementar ou mesmo negar a primeira, como um processo de evolução do estudo da comunicação de massa. Os efeitos fracos, assim sendo, partem dos pressupostos dos efeitos limitados de comunicação, que elaboram o conceito de líder de opinião e fluxo em dois níveis.

Porém, conforme acrescenta Wolf (2008), essas estruturas de pesquisa se modificam quando começam a ser adotados os denominados estudos de efeitos a longo prazo e cumulativos, que abandonam o conceito de que a mídia e as comunicações influenciam diretamente o comportamento do receptor, mas sim, tendem a influenciar como o destinatário da mensagem organiza e depois interpreta o ambiente. Esses estudos, então, passam a deter-se em áreas temáticas e desenvolvem métodos mais complexos de análise, passando a centrar a comunicação na maneira como esse processo absorve significado. Assim, a influência que os meios de comunicação exercem depende do público e do contexto em que acontece a recepção.

Nesta linha de pesquisa de efeitos a longo prazo, surgem os estudos que trazem a hipótese de *agenda-setting*, que foi introduzida às comunicações após a publicação de um artigo de Maxwell McCombs e Donald Shaw, em 1972. Trata-se de uma hipótese e não teoria, isto porque, como coloca Hohlfeldt (1997, p.43), a teoria “é um paradigma fechado, um modo “acabado” e, neste sentido, infenso a complementações ou conjugações [...]. Uma “hipótese”, ao contrário, é um sistema aberto, sempre inacabado, infenso ao conceito de “erro” característico de uma teoria”.

Traquina (2008) diz que antes de McCombs e Shaw, porém, o jornalista norte-americano Walter Lippmann, em 1922, publicou seu livro “Opinião Pública” e defendia que a mídia funciona como uma forte e principal ligação entre aquilo que acontece no mundo que

nos cerca e a imagem que é construída na cabeça das pessoas a respeito desses acontecimentos circundantes, antecipando de certa forma a hipótese de agendamento.

As características do mundo exterior que têm a ver com o comportamento de outros seres humanos, na medida em que o comportamento atravessa o nosso, depende de nós, ou é interessante para nós, que chamamos de assuntos mais ou menos públicos. As imagens dentro das cabeças destes seres humanos, as imagens de si mesmos, dos outros, de suas necessidades, objetivos e de relacionamento, são as suas opiniões públicas. Aquelas imagens que são postas em prática por grupos de pessoas, ou por indivíduos que agem em nome de grupos, são de Opinião Pública com letras maiúsculas (LIPPMANN, 1922, p.29) [tradução nossa]⁴.

Portanto, conforme Lippmann (1922), a opinião que é veiculada acaba se tornando e influenciando a opinião do público sobre os temas em discussão na mídia. McCombs e Shaw (1972) investigaram a capacidade de agendamento da mídia, a partir do estudo de Chapel Hill, durante a campanha presidencial de 1968. Foram entrevistados eleitores que ainda não haviam decidido seu voto, pois os consideraram mais suscetíveis às informações de campanha a que eram submetidos. No estudo, eles levaram em conta o tempo de duração das reportagens na TV, o número de linhas e colunas que eram publicadas em seções e editoriais de jornais e revistas que tratavam de assuntos políticos em determinado período.

O conceito de *agenda-setting* ou agendamento, inicialmente, afirmava que a imprensa “pode não ser bem sucedida na maior parte do tempo em dizer às pessoas o que pensar, mas é incrivelmente bem-sucedida em dizer aos seus leitores sobre o que pensar” (McCOMBS; SHAW, 1972, p. 177) [tradução nossa]⁵. Assim sendo, a mídia não só tem poder de influenciar as pessoas no que elas pensam, através das notícias que divulga, mas também tem a capacidade de colocar os temas em pauta e estimular a forma como cada destinatário das mensagens absorve e raciocina sobre esse conteúdo.

Dessa forma, as notícias ocupam durante um determinado período um papel na agenda de discussões públicas e também políticas. Por isso, os estudos sobre agendamento precisam considerar três elementos que estabelecem agendas e a relação destes:

1. O estabelecimento das pautas, ou seja, da agenda mediática, revelada nos conteúdos;
2. Os assuntos que preocupam o público e sobre os quais este conversa e sobre a importância relativa que o público concede a cada um dos temas inscritos na sua agenda;

⁴ No original “Those features of the world outside which have to do with the behavior of other human beings, in so far as that behavior crosses ours, is dependent upon us, or is interesting to us, we call roughly public affairs. The pictures inside the heads of these human beings, the pictures of themselves, of others, of their needs, purposes, and relationship, are their public opinions. Those pictures which are acted upon by groups of people, or by individuals acting in the name of groups, are Public Opinion with capital letters” (LIPPMANN, 1922, p.29).

⁵ No original “[...] may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about” (McCOMBS; SHAW, 1972, p. 177).

3. A agenda política (ROGERS; DEARING; BREGMAN, 1993 *apud* SOUSA, 2008, p. 9).

Como coloca Sousa (2008), cada uma das agendas influencia e se relaciona com as demais. Por exemplo, a Agenda Política⁶ influencia a agenda de pautas da mídia e esta exerce influência sobre a Agenda Pública⁷. Com isso, cada segmento procura inserir na agenda temas que se destacam em certo momento e as opiniões do público a respeito disso sofrem os efeitos da mídia.

A tematização é um procedimento informativo que faz parte da hipótese da agenda-setting, representando uma modalidade que lhe é particular: tematizar um problema significa na realidade, colocá-lo na ordem do dia da atenção do público, dar-lhe a importância adequada, salientar sua centralidade e sua significatividade em relação ao fluxo normal da informação não-tematizada. (WOLF, 2008, p. 165)

Pesquisas sobre *agenda-setting* são tradicionais nas academias de comunicação. Um exemplo recente é uma análise sobre “como os sites da Folha de São Paulo e do The New York Times agendaram e enquadraram a visita de Barack Obama ao Brasil”, quando da sua visita ao país em março de 2011, e que foi publicado no Congresso Nacional da Intercom em Recife. A pesquisa desenvolvida por Rocha (2011) demonstrou um agendamento excessivo pela Folha, enquanto que o jornal norteamericano realizou uma cobertura mais tímida do acontecimento. A influência que a mídia exerce sobre o público está exatamente em estimular certas opiniões e até mesmo suprimir outras conforme repete assuntos. Quanto mais um evento tem cobertura da mídia, mais o público o achará acessível e relevante, pautando assim a agenda.

A hipótese de *agenda-setting* foi desdobrada a ponto de serem desenvolvidos novos conceitos a partir dela. O enquadramento ou *framing* foi anexado como o segundo nível de *agenda-setting* pelo próprio McCombs (2009), dizendo que além do que e sobre o que pensar, a mídia também nos influencia em como pensar. Como coloca Entman (1993 *apud* ROCHA, 2011, p.4) “os *frames* definem problemas, diagnosticam causas, fazem julgamentos morais e sugerem soluções”.

Porém, esses temas são quadros da realidade que são apresentados aos leitores ou espectadores. São alguns desses quadros que podem ser mais perceptíveis ou deixados de lado no momento em que a notícia for divulgada. “Produzir um enquadramento é selecionar alguns aspectos da realidade percebida e dar a eles um destaque maior no texto comunicativo,

⁶ Por Agenda Política entende-se a capacidade que temas e personalidades políticas têm em influenciar a agenda da mídia e do público. Sousa, 2008.

⁷ Como Agenda Pública considera-se o conjunto de assuntos que preocupam as pessoas. Sousa, 2008.

gerando interpretação, avaliação moral e/ou tratamento recomendado para o item descrito” (COLLING, 2001, p.95).

Os estudos de enquadramento partem das pesquisas de Goffmann (1975), que analisou o enquadramento feito pela audiência e como esta identificava e interpretava as informações que surgiam ao seu redor. É o enquadramento que “determina o caso que é mais notícia para as pessoas, como elas entendem e relembram o processo e de como elas valorizam e fazem uma das opções” (ENTMAN, 1993, p.2 *apud* COLLING, 2001, p.95).

Colling (2001) ainda cita os estudos de Gamson e Modigliani (1989), que chegaram a concluir que o público armazena recortes das notícias que acompanham na mídia. Dessa mesma forma os meios de comunicação atuam na hora de selecionar e transmitir os assuntos. Assim, eles apresentam cinco dispositivos pelos quais são difundidos os enquadramentos, os quais seriam “as metáforas, os exemplos históricos, as citações curtas, as descrições e as imagens” (COLLING, 2001, p.97).

Rocha (2011, p. 4) resume os dois conceitos de maneira que “é possível dizer que enquanto o *agenda-setting* mede *quais* assuntos e o *quanto* estes são cobertos pela mídia, o *framing* analisa *como* esses temas são abordados”. E é sob esta perspectiva de entender como os jornalistas apresentam a realidade para o público nas notícias que se realizou esta pesquisa.

Sousa (2004) atenta para a capacidade de agendamento dos diferentes meios de comunicação, que pode ser diferenciada de um para outro, não se sabendo, contudo, qual que tenha mais poder de influência de agendas. Ele explica que a imprensa escrita tem um grau de suscetibilidade maior ao sugerir temas para compor a agenda do que a televisão, pois se diferem na capacidade de aprofundamento dos assuntos abordados, que o autor considera mais sólida no impresso e mais breve e superficial na TV.

Apesar disso, a televisão tem o trunfo de atingir um público mais amplo que a imprensa escrita ou o rádio, além de utilizar-se da linguagem audiovisual para a transmissão de suas mensagens. Portanto, as notícias veiculadas nos telejornais são capazes de atingir o público de forma que os temas tratados pelo televisivo exercem influência e poder de agendamento social.

O surgimento do Telejornalismo no Brasil

No Brasil, a televisão tem como marco importante o dia 18 de setembro de 1950. Data da inauguração da PRF-3 TV Difusora, mais tarde TV Tupi de São Paulo, a primeira emissora

de televisão do país. A TV aparece como uma estratégia e visão de mercado de Assis Chateaubriand e dos Diários e Emissoras Associados, e com o tempo acaba se consolidando junto ao público.

Programas de auditório, novelas, entrevistas e *shows* estavam entre as atrações dos primeiros tempos. Como coloca Paternostro (2006), o telejornal brasileiro veio junto com a TV Tupi, ainda em 1950. O primeiro deles, o Imagens do Dia, ficou cerca de um ano no ar e ainda apresentava as características do texto noticioso do rádio. Mas o principal destaque da época foi o Repórter Esso, que teve início em 1953. A “testemunha ocular da história”, como ficou conhecido, saiu do rádio, porém já trazia consigo uma linguagem diferenciada, com enquadramento e narrativa mais televisiva, o que contribuiu para o sucesso do programa que se manteve até 1970.

Contudo, esses programas eram transmitidos para um número pequeno de telespectadores, limitados ao eixo Rio-São Paulo. O primeiro telejornal, transmitido em rede nacional, estreou em 1969. Era o Jornal Nacional, gerado na Rede Globo do Rio de Janeiro, e transmitido para o Brasil todo através das suas afiliadas e do sistema de satélites da Embratel. Como acrescenta Paternostro (2006, p.38), o Jornal Nacional continua líder de audiência porque “foi o primeiro a apresentar reportagens em cores; o primeiro a mostrar imagens, via satélite, de acontecimentos no mesmo instante em que eles ocorriam; o primeiro a ter correspondentes internacionais”.

Curado (2002) e Paternostro (2006) explicam que diferente do jornalismo impresso, o rádio e a televisão têm vantagens, como estar no palco dos acontecimentos, de forma imediata e com transmissão para os lugares mais distantes. Entre um e outro, a televisão sai perdendo em termos de aparelhagem e custos operacionais mais elevados, mas tem como trunfo a presença da imagem, que funciona como prova de que o acontecimento é real.

Segundo as autoras, a televisão é um meio de comunicação que combina de forma simultânea os sentidos da visão e da audição. Por isso, a reportagem televisiva, além da palavra falada, depende também das imagens. São elas que ganham primazia na seleção das notícias, mas é imprescindível a junção entre imagem e texto. É o texto que vai explicar e informar o que as imagens representam. Essa linguagem característica da TV, contudo, precisa ser acessível ao público e de nada serve se este não compreende o que está sendo dito. Simplicidade e clareza estão na fórmula que os jornalistas usam para escrever suas matérias.

A notícia na TV, como também nos outros veículos jornalísticos, é aquilo que de mais importante aconteceu no dia e que o telespectador precisa saber. Como acrescenta Curado (2002), a reportagem de televisão depende de uma equipe de produção e é resultado do

trabalho desta. Tudo que vai ao ar precisa do trabalho conjunto de profissionais responsáveis pela captação das imagens, pelas entrevistas, apuração e edição da notícia.

Entretanto, Barbeiro e Lima (2002) destacam que em emissoras pequenas e do interior, é comum a atividade do vídeo-repórter, ou mais conhecido como repórter abelha. No Brasil, o abelha surgiu em 1987 na TV Gazeta. Este tipo de profissional se caracteriza por ser responsável por toda a produção da reportagem: desde a captação das imagens até a edição de texto e vídeo.

Ainda, para Barbeiro e Lima (2002) a vídeo-reportagem levanta a questão da qualidade da notícia produzida, uma vez que desestabiliza um modelo criado e desenvolvido desde o começo dos telejornais há 50 anos. Mas isso não quer dizer que o modelo do repórter abelha não possa ser adotado e privilegie somente o que engloba toda a equipe. A vídeo-reportagem exige sim treinamento e muita agilidade para fazer tudo ao mesmo tempo: filmar, enquadrar, perguntar, escrever, editar. Mesmo o repórter abelha ou a equipe com mais jornalistas seguem determinados padrões na produção das notícias que serão veiculadas nos telejornais. Há modelos de tratamento prontos, que são comuns a todos os programas de notícias de televisão e baseados no modelo norte-americano de *hard news*.

Squirra (1993, p.71) divide as notícias apresentadas nos telejornais em três categorias maiores: “as notas simples, as notas cobertas e as aberturas e encerramentos para matérias editadas”. Conforme o autor, as notas simples são notícias sem imagens, de textos curtos, obtidos de agências de notícias, rádio escutas, *releases* que informam algo que está acontecendo ou por acontecer. A presença de imagens de cobertura para a informação caracterizam as notas cobertas. São textos informativos rápidos como as notas simples, mas gozam da vantagem de possuir imagens para facilitar a compreensão e permitir um aprofundamento com mais detalhes disponíveis. Ela se divide em duas partes, a cabeça narrada com o apresentador aparecendo na tela e a segunda parte em *off*, quando a imagem do apresentador é substituída pelas imagens que complementam a informação.

E o terceiro grupo apontado por Squirra (1993) são as aberturas e encerramentos para matérias editadas, que nada mais são que as cabeças de reportagens, lidas pelos âncoras chamando as matérias, ou as notas de pé, que vem logo depois do vídeo editado com alguma informação complementar, correção ou de última hora.

Rezende (2000) propõe uma classificação dos gêneros presentes nos telejornais baseado naqueles considerados por Marques de Melo. Nos telejornais, que normalmente se atêm a assuntos factuais do dia, tem-se a prevalência de dois gêneros jornalísticos: o

informativo e o opinativo, cada um com uma subdivisão de formatos que são dados às notícias televisivas. Ao gênero informativo, cabem cinco formatos:

- 1) Nota – é o relato mais sintético e objetivo de um fato, que, no telejornalismo, pode assumir duas formas, a nota simples, formada apenas pelo texto falado lido pelo apresentador, sem imagens e a nota coberta, com imagens do acontecimento e narração em *off* do apresentador.
- 2) Notícia – é o relato de um fato mais completo do que a nota, por combinar a apresentação ao vivo e a narração em *off* coberta por imagens.
- 3) Reportagem – é a matéria jornalística que fornece um relato ampliado de um acontecimento, mostrando suas causas, correlações e repercussões. Em sua estrutura completa, constitui-se de cinco partes: cabeça, *off*, boletim, sonoras (entrevistas) e pé [...]. De modo algum, porém, deve prescindir de da intervenção – direta ou em *off* – do repórter [...].
- 4) Entrevista – é o diálogo que o jornalista mantém com o entrevistado, pelo sistema de perguntas e respostas, com o objetivo de extrair informações, ideias e opiniões a respeito de fatos, questões de interesse público e/ou de aspectos da vida pessoal do entrevistado [...].
- 5) Indicador – São matérias que se baseiam em dados objetivos que indicam tendências ou resultados de natureza diversa, de utilidade para o telespectador em eventuais tomadas de decisões, o que lhes dá o sentido de um jornalismo de serviço [...] (REZENDE, 2000, p.157-158).

O autor ainda classifica três formatos característicos do gênero opinativo presentes no telejornalismo, que traz a informação expressa em uma opinião da emissora ou mesmo do jornalista:

- 1) Editorial – texto lido geralmente pelo apresentador, que expressa a opinião da emissora sobre uma determinada questão[...].
- 2) Comentário – matéria jornalística em que um jornalista especializado em um determinado assunto (economia, esporte, política nacional etc.) faz uma análise, uma interpretação de fatos do cotidiano [...].
- 3) Crônica – no limite entre a informação jornalística e produção literária, a crônica é um gênero opinativo que, mesmo que remeta a um acontecimento da realidade, vai além da simples avaliação jornalística do real[...] (REZENDE, 2000, p. 158-159).

Todos os formatos que compõem o telejornal aparecem demarcados no espelho, que origina o *script* do programa, o roteiro de organização e sequência dos assuntos que aparecem no noticiário, bem como a divisão dos blocos conforme os intervalos comerciais. Tudo isso, para que o telespectador receba na sua casa as notícias mais importantes e mais completas possíveis. Esses formatos e gêneros são tratamentos comuns aos profissionais de telejornalismo, tanto em grandes redes como em emissoras locais.

Telejornalismo local

A cidade de Frederico Westphalen não apresenta uma tradição de produção de conteúdo para televisão. O fazer jornalismo sempre esteve atrelado ou aos jornais impressos ou ao veículo rádio. Há três jornais impressos de veiculação local/regional, um deles, O Alto Uruguai, com 46 anos de publicação e edição bissemanal⁸. Os outros dois, Folha do Noroeste⁹ e Jornal Frederiquense¹⁰, já trabalham há respectivamente 17 e 7 anos na cidade, ambos com periodicidade semanal. A emissora de rádio mais antiga, a Luz e Alegria¹¹, já está a mais de 50 anos em funcionamento e a Rádio Comunitária¹² está no ar desde 2003.

Produzir conteúdo jornalístico para televisão, na e sobre a cidade, depende da emissora da RBS TV localizada em Passo Fundo, distante 190 km de Frederico Westphalen. Instalada há mais de 30 anos, tem seus profissionais atuando numa região de cobertura de 84 municípios. A emissora passofundense já contava com repórteres na sucursal do município de Carazinho e em março de 2011 foi inaugurada a de Frederico Westphalen¹³.

Conforme o repórter da emissora Éder Calegari (2012), que atua na cidade, a instalação da sucursal em Frederico Westphalen foi resultado de um esforço em expandir a rede, em aumentar a participação e divulgação de conteúdos da região, já que anteriormente era inviável em virtude das longas distâncias que as equipes de reportagem precisavam percorrer e o tempo escasso para enviar o material produzido para ir ao ar no telejornal.

Dessa forma, as emissoras do interior, embora regionais, conseguem dar mais ênfase para os assuntos mais próximos da sua sede, que neste caso é a cidade de Passo Fundo. Assim sendo, Coutinho (2007) afirma que os conteúdos acabam sendo locais, e não regionais. Sobre este mesmo aspecto das emissoras regionais, Bastos da Silva complementa dizendo que:

[...] as tevês regionais por uma série de questões procuram dar cobertura maior para a cidade mais importante da sua região. Este fato tem gerado muitas críticas e discussões sobre o papel que as emissoras deveriam prestar para a região. As empresas se defendem afirmando que não possuem equipes suficientes para realizar uma cobertura cabal ou às vezes não se justifica enviar uma equipe para um município muito distante sem haver razão maior (BASTOS DA SILVA, 1997, p. 61 *apud* BAZI, 2001, p.16).

⁸ Informações obtidas a partir do site do veículo <http://www.oaltouruguai.com.br/site/historico.php>

⁹ Informações obtidas a partir do site do veículo <http://www.folhadonoroste.com.br/historico.php>

¹⁰ Informações obtidas da seção Expediente do jornal impresso.

¹¹ Informações da emissora.

¹² Informações do site da emissora <http://www.comunitaria.com.br/fw/historico.php>

¹³ Informações disponíveis na página da emissora <http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/noticia/2011/12/passo-fundo.html>

Cabe-nos destacar o que seria uma televisão regional. Bazi (2001, p. 16) considera TV regional “aquela que retransmite seu sinal a uma determinada região e que tenha sua programação voltada para ela mesma”. Isto quer dizer, segundo o autor, que a emissora regional tem o compromisso de trazer em sua programação conteúdos que sejam de interesse da comunidade regional e que esteja vinculada com esta, contribuindo para o desenvolvimento social e cultural da população local.

Contudo, Bazi (2001) explica que a programação das emissoras regionais está atrelada às brechas na programação da rede nacional. A RBS TV produz conteúdo em horários predeterminados pela Rede Globo, de quem é afiliada. Por sua vez, a RBS TV Passo Fundo depende das normas da matriz em Porto Alegre/RS para veicular suas produções. Conquistar uma maior autonomia em relação à grade de programação para veicular seus conteúdos é um desafio para as TVs regionais, sobretudo, pelos altos custos que essa produção demanda. Uma das estratégias para obtenção de receitas passa pelos anunciantes publicitários.

Mas é através das emissoras regionais que as Redes conseguem manter sua audiência e o vínculo com a comunidade. E é justamente conhecendo o público que é possível construir uma ligação entre o conteúdo nacional e o regional. Como explicam Falgetano e Costa,

Aproveitar as potencialidades e valorizar os aspectos latentes e potenciais das comunidades, usando a ação mobilizadora da TV para ampliar e dar presença no vídeo ao cidadão. Cumprir sua função de prestadora de serviço, apresentando um conjunto de atividades para que a emissora possa se vincular com seu público; acima de tudo com segmentos mais populares, realizando coisas simples que mobilizem a cidade, criando assim um nível de simpatia e fixação de marca. O apoio de anunciantes para as ações e atração de verbas corporativas dos empresários locais para mostrar o tipo de contribuição que dão à sociedade levarão à produção de uma programação cada vez mais local (FALGETANO E COSTA, 1999, p.38 *apud* BAZI, 2001, p.62).

A partir deste vínculo com o local e a qualidade no conteúdo produzido é possível conquistar a audiência e, com ela, se construir a credibilidade e a respeitabilidade da emissora. O principal ponto é atender à comunidade e seus anseios, esclarecer suas dúvidas e prestar serviço de qualidade, com informações que correspondam aos fatos.

Traquina (2008) explora essa proximidade como um critério de seleção de notícias pelos jornalistas. Dessa forma, a aproximação do conteúdo com a região geográfica e cultural é fator importante na escolha de um acontecimento noticiável. Isto porque as histórias que tenham algum interesse humano local acabam chamando a atenção do público que assiste ao telejornal e vê seu município ou região representados na programação.

Metodologia de pesquisa

O trabalho consiste em um Estudo de Caso, que Gil (2002, p. 54) descreve como sendo “um estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”. O objeto de estudo da pesquisa é o Jornal do Almoço, o telejornal mais antigo do Rio Grande do Sul exibido pela RBSTV (CRUZ, 2006). Porém, o foco de observação consiste apenas nos blocos de produção local da emissora de Passo Fundo que são transmitidos para sua região de abrangência, 84 municípios do norte e noroeste do Rio Grande do Sul, incluindo Frederico Westphalen.

Como o trabalho da sucursal de Frederico Westphalen iniciou em março de 2011, utilizou-se como amostra do período anterior o mês de janeiro do mesmo ano. Para o período posterior, foi escolhido o mês de novembro de 2011, em virtude de que a partir do mês de dezembro houve a inclusão do site da RBS TV ao do G1 da Rede Globo, não sendo mais disponibilizada a exibição completa dos seus telejornais na internet, somente as principais reportagens que foram ao ar durante a programação, dificultando dessa forma o acesso ao conteúdo total para observação.

Os vídeos foram obtidos mediante *download* do arquivo de vídeos, diretamente do site da emissora¹⁴. O período coletado compreende o mês de janeiro de 2011, que teve 26 edições do telejornal, com um bloco de duração média de 8 minutos cada (aos sábados o tempo de duração fica em torno de 5 minutos); e o mês de novembro de 2011, também com 26 edições, porém com dois blocos de produção local, com duração média de 8 minutos cada (exceto aos sábados, quando é veiculado apenas um bloco da região de Passo Fundo).

A partir dos registros dos vídeos será feita a Análise de Conteúdo, que conforme Bardin (2002) são técnicas que funcionam como uma forma de análise das comunicações, que permitem fazer questionamentos a partir de indicadores tanto quantitativos como qualitativos.

A Análise de Conteúdo será fundamental para detectar Enquadramentos e Agendamentos de assuntos relacionados à cidade de Frederico Westphalen pelo telejornal. Com isso, procurou-se comparar os conteúdos veiculados antes e depois da implantação da sucursal e início de suas atividades, o que permite analisar as características de produção de cada um dos períodos.

Para aprofundar os resultados qualitativos, fez-se uma quantificação de variáveis que permitem visualizar mais facilmente o conteúdo do telejornal. Primeiramente, contabilizou-se o número de notícias que divulgam o nome de Frederico Westphalen em cada uma das

¹⁴ <http://mediacenter.clicrbs.com.br>

edições. Em seguida, os tempos de abordagem de cada assunto foram cronometrados, e como cada um dos meses tem blocos com duração diferentes, foi feito um cálculo proporcional à duração total do telejornal para efeitos de comparação de porcentagens.

Em sequência, procurou-se levar em consideração os formatos de tratamento dados às informações, de acordo com a classificação de Rezende (2000) e Squirra (1993). Para isso, foram criadas categorias de classificação conforme formato (nota simples, nota coberta, nota de pé, reportagem, *stand up*, entrevista e indicador) e conteúdo, conforme editorias (educação, saúde, esporte, política, polícia, geral, etc.). Como variável tem-se ainda o número de fontes, que são pessoas que fornecem informações ao jornalista, consultadas nas reportagens. Como coloca Traquina (2005, p.140) “ao apresentar tanto a versão da Fonte “A”, como a da Fonte “B”, o jornalista pode, então, reivindicar que foi “objetivo” porque apresentou “os dois lados da questão” sem favorecer qualquer indivíduo ou partido político”.

Foram criadas fichas de anotações que permitiram analisar cada uma das edições, conforme os itens de classificação descritiva a que foram submetidos. Cada uma das fichas de classificação contém: data de exibição, tempo de duração, formato, assunto, editoria e número de fontes consultadas. Ainda foram anotados, separadamente, data de exibição, assunto e tempo de duração de assuntos da cidade referenciados na escalada, que é a apresentação das manchetes na abertura do telejornal, e nas chamadas de destaque para o próximo bloco.

A partir dessa observação e coleta de informações é possível averiguar quais os enquadramentos dados aos assuntos de Frederico Westphalen e qual o agendamento que os assuntos receberam pelo telejornal. Como explicado na fundamentação teórica, o agendamento diz respeito à quais e quanto determinados assuntos aparecem na mídia e a hipótese do enquadramento avalia a maneira como esses temas são divulgados. Dessa forma, a análise procurou avaliar a partir dos dados quantitativos o nível de agendamento atribuído e conforme as características qualitativas foram possíveis perceber os enquadramentos adotados durante a produção dos conteúdos da cidade.

Ainda, como complementação e para compreender os processos que influenciam na divulgação dos acontecimentos da cidade, foi realizada uma entrevista em profundidade com o repórter Éder Calegari que atua na sucursal. Como coloca Gaskell (2008, p. 65) este tipo de entrevista de abordagem qualitativa procura fornecer “uma compreensão detalhada das crenças, atitudes, valores e motivações, em relação aos comportamentos das pessoas em contextos sociais específicos”. Dessa forma, a entrevista qualitativa contribui para a obtenção de pontos de vista e descrever as expectativas e hipóteses da pesquisa.

Análise do Jornal do Almoço Passo Fundo

A RBS TV, pertencente ao Grupo RBS, conta com 18 emissoras filiadas distribuídas nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. É a afiliada mais antiga da Rede Globo, reproduzindo 85% da grade de programação da rede nacional e os outros 15% de produção direcionada ao público local¹⁵. Entre essas produções, destacam-se os telejornais. Os noticiosos, para muitos, são a principal fonte de informação diária e uma obrigação das emissoras de televisão.

Conforme Cruz (2006), por meio dos programas telejornalísticos a emissora demonstra sua preocupação e interesse no local, veiculando informações que sejam do interesse de cada região. Nesse sentido, procura intercalar blocos de produção estadual e também de produção local, especificamente gerados para cada região de abrangência das suas emissoras no interior. Dessa forma, a produção de conteúdos nas emissoras locais, como a da região de Passo Fundo, também é veiculada em espaços disponibilizados pela rede.

Nesta pesquisa, a partir dos dados coletados por meio das edições do Jornal do Almoço (JA) de Passo Fundo foi possível realizar esta Análise de Conteúdo. Como descrito na metodologia, foram selecionados apenas as notícias que fizessem referência ao nome de Frederico Westphalen nos períodos anterior e posterior ao início dos trabalhos da sucursal da RBS TV na cidade e desdobrados conforme cada um dos itens observados.

Escalada e chamada de bloco

Já na escalada do telejornal, que é a apresentação das manchetes em destaque naquela edição, quando realizada a abertura do telejornal pelos apresentadores, é possível perceber pouca referência a assuntos de Frederico Westphalen durante o mês de novembro, independente do número de reportagens trazidas no decorrer da edição.

Em apenas 5 das 26 edições algum fato acontecido na cidade recebeu como destaque este tipo de abordagem pelo noticioso. As chamadas para o bloco seguinte também não trouxeram alguma referência. O Quadro 1 demonstra estes dados.

Mesmo sendo uma informação rápida, trazer algo que referencie Frederico Westphalen na escalada do telejornal ou então como destaque para o próximo bloco é um indicador

¹⁵ Dados disponíveis no site <http://www.gruporbs.com.br/midias/index.php?pagina=televisao>

relevante, pois chama imediatamente a atenção do público que está assistindo o programa e prende-o para continuar o acompanhando, atribuindo dessa maneira maior importância para a notícia da cidade.

Aparições na escalada ou chamada de bloco		
Dia de exibição	Assunto	Tempo em ”
07/11/2011	Encontrado corpo de agricultor em FW	9
09/11/2011	Exército volta a FW	8
14/11/2011	Apresentadores do Patrola são atrações	7
15/11/2011	João Sorrisão esteve em Frederico	7
21/11/2011	Professores não suspendem aulas	5

Quadro 1 - Participação nas escaladas ou chamadas de bloco

Esse destaque logo nas manchetes, que nesse período não foi muito significativo, permite corroborar a hipótese de que, com uma maior frequência, aumenta-se o agendamento midiático em torno dos acontecimentos e amplia a visibilidade da cidade na região.

Vale destacar que apenas no mês de novembro analisado foram observadas referências à Frederico Westphalen em escaladas ou chamadas do telejornal. No mês de janeiro anterior não há a presença da escalada no bloco de Passo Fundo, isto porque havia a circulação de apenas um bloco local, indo ao ar como o segundo bloco da edição, que iniciava na capital Porto Alegre e, esta sim, trazia as manchetes do telejornal.

Número de exibições

Uma das principais mudanças percebidas durante a análise é acerca da representatividade das notícias da cidade diariamente no telejornal. O número de exibições de notícias se alterou consideravelmente no período posterior ao início dos trabalhos de reportagem na sucursal de Frederico Westphalen.

No mês de janeiro, apenas 9 edições do telejornal trouxeram conteúdos de Frederico Westphalen. Já em novembro, 18 programas, dos 26 exibidos no mês, contaram com algum conteúdo da cidade, sendo que em algumas edições houve mais de uma abordagem dada pelo telejornal durante o mesmo programa.

Assim sendo, quanto ao número de notícias divulgadas, compara-se uma elevação de 9 menções a Frederico Westphalen no mês de janeiro de 2011, a 32 aparições de assuntos da cidade no mês de novembro do mesmo ano. Percebe-se, então, uma mudança significativa no noticioso apenas pela presença de repórter na sucursal da cidade, ofertando maior conteúdo para o público. Desta forma, a cidade ganha maior visibilidade para a população e para os demais municípios da região, além de merecer mais importância na grade do telejornal.

Outro aspecto também a destacar, é que a carga horária do Jornal do Almoço de Passo Fundo foi ampliada. Como coloca o repórter Éder Calegari (2012), com dois blocos diários de 8 minutos aproximadamente, há mais possibilidades de inserir algum assunto no jornal. Isso acaba pesando e contribuindo satisfatoriamente para a maior incidência de notícias de Frederico no telejornal.

Entretanto, em 6 destas ocasiões os temas tratados dizem respeito a acontecimentos de outros municípios próximos, mas que acabam tendo alguma relação com Frederico, e por isso foram classificados e contabilizados como sendo referente à cidade. Isto porque, a sucursal de Frederico Westphalen cobre 33 municípios da região¹⁶.

Como exemplo, podemos citar o *stand up* falando de irregularidades na prefeitura de Palmeira das Missões, exibido no dia 22 de novembro, mas que foi gravado no centro de Frederico Westphalen, ou ainda, o desaparecimento de um agricultor de Vicente Dutra, que teve os suspeitos encaminhados ao presídio estadual de Frederico Westphalen e, posteriormente, seu corpo foi encontrado também na cidade de Frederico. Os Apêndices A e B trazem os quadros detalhados dos assuntos destacados em cada edição conforme o mês analisado.

Tempo de duração

O tempo de cada edição oscila a cada dia da semana, não tendo uma duração engessada e fixa. Mas no geral, cada bloco exibido de segunda a sexta-feira tem em torno de 8 minutos de duração e aos sábados cerca de 5 minutos.

Relacionando com o tempo do conteúdo veiculado pelo telejornal no mês de janeiro de 2011 é possível perceber que a exibição de material sobre Frederico Westphalen varia bastante, chegando a representar até 22,46% do tempo de duração total da edição do dia 06 de

¹⁶ Informações do repórter Eder Calegari.

janeiro a 0,94% no dia 19. Na maior parte das edições não há exibição de nenhum acontecimento a respeito da cidade, tendo, portanto, um indicador nulo. Apenas em 9 das 26 edições veiculadas durante o mês trouxeram alguma notícia sobre o município. Referenciando ao tempo total mensal do JA, Frederico Westphalen representa apenas 2,31% do conteúdo veiculado no telejornal em janeiro. No Apêndice C encontram-se os quadros com esses valores descritos detalhadamente.

Já no mês de novembro, há uma alteração na carga horária do JA. O programa passa a contar, então, com dois blocos diários de exibição da emissora de Passo Fundo, com exceção dos sábados, que continuam a transmitir apenas um bloco local. Cada um dos blocos analisados tem entre 7 a 12 minutos de duração e aos sábados esse tempo fica em torno de 5 minutos. Sobre isso, Éder Calegari (2012) acrescenta que a veiculação de mais um bloco local foi possível em virtude de haver mais um repórter atuando e, com isso, mais material a ser produzido para preencher a carga horária do programa. Ele ainda coloca que as reportagens normalmente têm entre pouco mais de 1 minuto a 1 minuto e meio de duração.

Em termos de porcentagens entre o tempo de duração do conteúdo exibido com o tempo total de veiculação diária do telejornal, houve uma variação entre 2,39% e 19,8%. Quanto à duração mensal, esse índice ficou em 6,59%.

A partir dessa observação, então, já se pode perceber que o tempo dado para temas que abrangem a cidade teve uma elevação considerável (de 2,31% em janeiro para 6,59% em novembro) na duração total mensal do programa. Dessa forma, Frederico Westphalen passa a ter uma maior representatividade em termos de veiculação no JA.

Junto com o aumento do número de aparições destacado no item anterior, a elevação do tempo de divulgação das notícias de Frederico Westphalen corrobora a ideia de agendamento proposta por este trabalho. Além da maior frequência, há mais tempo para os conteúdos serem abordados e conhecidos pelo público do telejornal. Com a ampliação do tempo, há mais possibilidades de detalhar as informações, que anteriormente eram simples e rápidas em forma de notas, permitindo que ela chegue completa até o telespectador.

Formato mais comuns das matérias

Os conteúdos acerca de Frederico Westphalen foram divulgados de diversas maneiras pelos jornalistas do Jornal do Almoço. O Quadro 2 ilustra os formatos mais comuns das matérias e o número de utilizações destes em cada um dos períodos analisados.

Como se pode perceber, há a prevalência de notas pelada e coberta nos tratamentos das notícias nas edições de janeiro. A cidade foi mencionada ainda em dois comentários, estes de esporte falando da estreia do União Frederiquense (time de futebol recém-criado na cidade) na Segunda Divisão do Campeonato Gaúcho. O formato reportagem, principal composição do telejornalismo, foi utilizado apenas em uma das edições que contaram com notícias de Frederico Westphalen.

A explicação para esta observação vem da premissa de que a emissora fica em Passo Fundo e deslocar uma equipe de reportagem de lá, ou da outra sucursal situada em Carazinho, até a cidade de Frederico era difícil e trabalhosa. Por isto, os enquadramentos adotados foram os mais simples, capazes de serem redigidos com informações obtidas por telefone e imagens de alguma assessoria de imprensa ou jornal local.

Formatos das matérias utilizados			
Mês de Janeiro 2011		Mês de novembro 2011	
Nota pelada	3	Nota pelada	0
Nota coberta	2	Nota coberta	13
Reportagem	1	Nota de pé	1
Indicador	1	Reportagem	10
Comentário	2	Indicador	6
		Comentário	1
		<i>Stand up</i>	2

Quadro 2 - Comparativo dos formatos utilizados nas edições

No mês de novembro, por outro lado, podemos visualizar uma maior presença e atuação do jornalista no material veiculado. Isto porque, nas 18 edições que trouxeram notícias da cidade, houve a produção e exibição de 10 reportagens, 2 *stand ups* e 13 notas cobertas. A partir desta observação, é possível notar que a instalação da sucursal da emissora com o trabalho de reportagem contribuiu para, além da elevação temporal e numérica, o aprimoramento do conteúdo divulgado no JA. Com o aumento no número de reportagens realizadas, que é o principal enquadramento de qualidade do telejornal, há um maior predomínio da imagem, mais detalhamento das informações, participação das fontes através das entrevistas, ou seja, um conteúdo mais completo a respeito dos acontecimentos. Portanto, o agendamento midiático gerado com esse aprimoramento nos enquadramentos utilizados na divulgação das notícias é ampliado e, também, tem um ganho de qualidade.

De igual forma, a maior incidência de notas cobertas dá maior destaque à imagem daquilo que aconteceu, permitindo que o público perceba o local, as pessoas envolvidas e a

situação presenciada naquele momento pelo repórter. Nesta pesquisa também foram contabilizadas como notas cobertas a inserção de imagem com o *off* gravado pelo repórter, ao invés da cabeça e *off* lidos pelo apresentador do telejornal, e inseridos com a chamada “Notícia” em determinados espaços da edição, porque funcionam como tal. Pode-se destacar, ainda, que ao longo de todas as edições de novembro, não houve nenhuma nota pelada a respeito da cidade, que no período anterior foram mais privilegiadas.

Editorias abrangidas

Os temas tratados em cada notícia também foram divididos conforme editorias. Assim, é possível analisar as preferências ou não a abordagens de uma ou outra editoria. O Quadro 3 traz o número de notícias contempladas em cada uma das editorias destacadas nos períodos.

Divisão de temas por editoria			
Mês de Janeiro 2011		Mês de novembro 2011	
Cultura	1	Polícia	7
Esporte	3	Esporte	4
Variedades	4	Geral	10
Polícia	1	Cultura	6
		Variedades	3
		Política	2

Quadro 3 - Editorias destacadas em cada período

No decorrer do mês de janeiro, as editorias mais trabalhadas pela equipe do telejornal foram Variedades e Esporte, com 4 e 3 abordagens respectivamente. Talvez por serem mais “frias” do que matérias de outras editorias, como Polícia e Geral, ou então submetidas a uma agenda temporal, como os jogos do União Frederiquense, em virtude de não precisar deslocar a equipe de reportagem ou fazê-lo de forma programada. Desta forma, há certa limitação de conteúdos da cidade que foram noticiados neste período.

No mês de novembro, as editorias mais destacadas nas edições foram as de Geral, Polícia e Cultura, representadas em 10, 7 e 6 ocasiões, como é possível observar no quadro acima. Percebe-se uma maior diversidade nos temas tratados, não ficando restritos a apenas algumas áreas de interesse ou tornando uma editoria mais importante que outra. Independente de editoria, pode-se com isso dizer que qualquer tema tem possibilidade de ser noticiado no Jornal do Almoço.

Em relação às pautas abordadas pelas reportagens acerca da cidade de Frederico Westphalen, Calegari (2012) coloca que os assuntos que entram na programação dos telejornais são temas que tenham alguma repercussão, que gerem interesse de outros municípios da região, além daqueles assuntos factuais importantes, como acidentes, mortes, apreensões de drogas, por exemplo.

A presença do repórter atuando na cidade permite que cheguem ao seu conhecimento pautas que passariam despercebidas ou não seriam noticiadas anteriormente justamente por essa razão. Diversificar e ampliar as possibilidades de assuntos é necessário, pois contribui para que o telejornal cumpra sua função de noticiar aquilo que de importante e/ou interessante esteja acontecendo.

Número de fontes

Com relação ao número de fontes consultadas nas reportagens, no mês de janeiro de 2011 o telejornal exibiu apenas uma reportagem sobre Frederico Westphalen e esta trouxe o depoimento de 5 fontes.

No mês de novembro, foram 10 reportagens exibidas. Destas, 4 contaram com apenas um entrevistado no seu curso e são das editorias de Política e Polícia, principalmente. As demais reportagens exibidas trouxeram de 3 a até 7 sonoras de fontes. No Apêndice B é possível visualizar essas informações.

O repórter da sucursal diz que no início encontrou bastante dificuldade quanto ao seu relacionamento com as fontes de informação, mas que agora eles já estão acostumados a ver seu trabalho e, também, ao sugerir pautas, já sabem o que pode ou não tornar-se reportagem para algum dos telejornais.

De toda forma, é imprescindível que esse contato seja realizado e que haja a presença das fontes no curso das reportagens. A apuração jornalística pressupõe a consulta às fontes de informação e, se a reportagem traz os depoimentos e versões dos acontecimentos conforme os envolvidos, reforça-se a credibilidade e a imparcialidade do jornalista.

Considerações

Com o desenvolvimento desta pesquisa foi possível visualizar de forma prática as alterações provocadas pela instalação da sucursal da RBS TV Passo Fundo na cidade de Frederico Westphalen no Jornal do Almoço, após o início dos trabalhos de reportagem.

A partir dos enfoques proporcionados pelas hipóteses de *Agenda-setting* e Enquadramento, a pesquisa conseguiu concluir que, de fato, a agenda de assuntos da cidade de Frederico Westphalen foi ampliada nas edições do Jornal do Almoço da emissora local. A quantidade de notícias divulgadas agora é maior, quase que diariamente ou, então, mais de uma vez na mesma edição. Também o tempo de duração dos assuntos abordados foi ampliado consideravelmente, o que influencia diretamente no agendamento.

Há um maior destaque para os acontecimentos da cidade, uma vez que contando agora com o trabalho de um repórter, não é mais necessário deslocar toda uma equipe de reportagem e não há a defasagem temporal dos acontecimentos. O trabalho da sucursal surgiu exatamente com o intuito de tentar suprir a carência de divulgação que a região de Frederico Westphalen tinha com relação à emissora de Passo Fundo.

Assim, qualquer assunto que tenha sua relevância jornalística tem oportunidade de virar pauta do telejornal. Percebeu-se desta maneira que pautas que normalmente não seriam trazidas ao público pelo noticioso passaram a integrar a programação, justamente pelo fato de existir o trabalho da sucursal. Desta forma, o aumento das notícias acerca de Frederico Westphalen contribui para que a cidade esteja presente nas agendas cotidianas, tanto da mídia como do público, ampliando também a importância e visibilidade da cidade, integrando-a ao cenário regional.

Os enquadramentos adotados também são mais aprofundados e completos, como se pode notar pela prevalência da utilização de reportagens ou ainda de notas cobertas. O predomínio da imagem diretamente do palco das notícias é fundamental para o telejornalismo, porque além de saber o que está acontecendo, o telespectador tem assim a oportunidade de ver como decorreu a notícia.

Além da maior duração temporal do conteúdo veiculado, também há um maior contato com as fontes de informação, que permitem que o público tenha maior detalhamento da informação, pela simples razão de encontrar-se no local dos acontecimentos e poder contatar as pessoas diretamente envolvidas ou que tenham algo a declarar sobre o assunto tratado na reportagem, o que aumenta a credibilidade na informação.

Apesar de ser um esforço recente e a equipe ser reduzida, pois há apenas um jornalista atuando, já é possível visualizar ganhos consideráveis com essa nova forma de produção jornalística no município. Não só pelo agendamento proporcionado pela maior frequência de notícias da cidade, pelos enquadramentos de maior qualidade adotados comparando-se com o período anterior, como também pelo contato e participação do telejornalismo em uma cidade de interior como Frederico Westphalen.

A proximidade com o público, que pode acompanhar a produção das notícias nos locais dos acontecimentos, pode servir como fonte para as reportagens e, depois, se ver na televisão quando o telejornal vai ao ar, é um aspecto bastante positivo e que corrobora ainda mais a hipótese aqui proposta. Verificar se realmente houve o aumento deste agendamento junto ao público seria uma proposta de continuidade e ampliação deste trabalho.

Por fim, a principal constatação desta pesquisa, então, é que realmente houve uma ampliação e um aperfeiçoamento do conteúdo divulgado no Jornal do Almoço da RBS TV Passo Fundo, após instalar sua sucursal na cidade de Frederico Westphalen e esta contar com o trabalho de um jornalista para a realização das reportagens veiculadas no telejornal.

Referências bibliográficas

- BARBEIRO, H.; LIMA, P. R. de. **Manual de telejornalismo**: os segredos da notícia na TV. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. 4ª reimpressão.
- BARDIN, L. **Análisis de contenido**. 3.ed. Madrid: Akal, 2002.
- BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. 7. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- BAZI, R. E. R. **TV Regional**: trajetória e perspectivas. Campinas, SP: Editora Alínea, 2001.
- CALEGARI, E. Entrevista concedida pessoalmente no dia 11 de julho de 2012.
- COLLING, L. **Agenda-setting e framing**: reafirmando os efeitos limitados. Revista Famecos. Porto Alegre, n. 14, abr. 2001. Quadrimestral.
- COUTINHO, I. **Telejornalismo e identidade em emissoras locais**: a construção de contratos de pertencimento. IN: VIZEU, A. (Org.) A sociedade do telejornalismo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- CRUZ, F. S. da. **A cultura da mídia no Rio Grande do Sul**: o caso MST e o Jornal do Almoço. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2006. Tese –

Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/cruz-fabio-cultura-da-midia.pdf>. Acesso em: 30 out. 2011.

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

DALMONTE, E. **Dos efeitos fortes à hipótese de percepção do efeito de terceira pessoa: uma verificação empírica**. Contemporânea, v.4, n. 1, p.51-72, jun. 2006.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HOHLFELDT, A. **Os estudos sobre a hipótese de agendamento**. Revista Famecos. Porto Alegre, n. 7, nov. 1997. Semestral.

LIPPMANN, W. **Public Opinion**. New York: Macmillan, 1922.

McCOMBS, M. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

McCOMBS, M.; SHAW, D. **The agenda-setting function of mass media**. Public Opinion Quaterly, 36, 1972, p.176-187.

PATERNOSTRO, V. Í. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. 2.ed., rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

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

ROCHA, T. Obama in Rio – a real coverage?: como os sites da Folha de S. Paulo e do NY Times agendaram e enquadraram a visita de Barack Obama ao Brasil. In: XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Recife, 2011. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1397-1.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2012.

SOUSA, J. P. A teoria do agendamento e as responsabilidades do jornalista ambiental: uma perspectiva ibérica. Universidade Fernando Pessoa e Centro de Investigação Media & Jornalismo, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-teoria-do-agendamento.pdf>>. Acesso em: 16 abr. 2012.

SOUZA, J. C. A. de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

SQUIRRA, S. C. de M. **Aprender telejornalismo: produção e técnica**. São Paulo: Brasiliense, 2004. 2ª reimpr. da 2ª ed. de 1993.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, v.2, 2. ed., 2008.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

APÊNDICE A – Ficha de análise das edições do mês de janeiro de 2011

Data de exibição	Duração em segundos	Formato	Assunto	Editoria	Nº de fontes
01/01/2011	23	Nota coberta	Galpão Crioulo gravado em FW	Cultura	0
04/01/2011	13	Comentário	União Frederiquense estreante na Segundona	Esporte	0
06/01/2011	133	Reportagem	Estreia do União Frederiquense na Segundona	Esporte	5
13/01/2011	37	Nota pelada	Inscrições para Garota Verão	Variedades	0
18/01/2011	7	Comentário	União disputa a Segundona	Esporte	0
19/01/2011	5	Indicador	Agenda – Escolha da Garota Verão	Variedades	0
22/01/2011	15	Nota pelada	Cidade vai escolher Garota Verão	Variedades	0
25/01/2011	21	Nota coberta	Resultado do desfile Garota Verão	Variedades	0
31/01/2011	18	Nota pelada	Acidente com morte na BR 386	Polícia	0

APÊNDICE B – Ficha de análise das edições do mês de novembro de 2011

Data de exibição	Duração em segundos	Formato	Assunto	Editoria	Nº de fontes
01/11/2011	47	Stand up	Suspeito é conduzido ao presídio de FW *	Polícia	0
02/11/2011	84	Reportagem	Preso envolvido no desaparecimento de agricultor *	Polícia	1
02/11/2011	53	Nota coberta	Final de campeonato estudantil promovido pela CUFA *	Esporte	0
02/11/2011	20	Nota coberta	Movimentação no cemitério dia Finados	Geral	0
03/11/2011	35	Nota coberta	Continuação das buscas ao agricultor desaparecido *	Polícia	0
03/11/2011	29	Nota coberta	Realizada Feira de profissões na URI/FW	Geral	0
07/11/2011	138	Reportagem com nota de pé	Corpo de agricultor desaparecido é encontrado em FW	Polícia	1
09/11/2011	33	Nota coberta	Exército e a Operação Fronteira Sul 2	Polícia	0
09/11/2011	25	Nota coberta	Início Feira do Livro e atrações	Cultura	0
09/11/2011	29	Indicador	Agenda – Festa no Maria Lucia Pub	Variedades	0
09/11/2011	80	Reportagem	Padre celebra missa para caminhoneiros	Geral	5
09/11/2011	30	Nota coberta	Inaugurada nova sede do Tribunal de Contas	Geral	0
10/11/2011	43	Nota coberta	Droga apreendida é levada para delegacia*	Polícia	0
10/11/2011	82	Reportagem	Novidades para sócio União Frederiquense	Esporte	1
11/11/2011	69	Reportagem	Início da realização da Feira do Livro	Cultura	4
14/11/2011	137	Reportagem	Encerramento da Feira do Livro	Cultura	6
15/11/2011	130	Reportagem	João Sorrisão do Globo Esporte visita FW	Esporte	7
16/11/2011	97	Reportagem	Conclusão da Casa do Estudante na UFSM	Geral	3
17/11/2011	30	Nota coberta	Decoração natalina começa a ser instalada	Geral	0
17/11/2011	13	Indicador	Agenda – Apresentação Orquestra UFSM	Cultura	0
17/11/2011	29	Indicador	Agenda – Show Fat Duo na Green Lounge	Variedades	0

18/11/2011	14	Indicador	Agenda – Jantar africano	Variedades	0
18/11/2011	14	Indicador	Agenda – Apresentação Orquestra UFSM	Cultura	0
19/11/2011	45	Nota coberta	Ônibus para o Paraguai assaltado na BR 386	Polícia	0
21/11/2011	30	Nota coberta	Greve dos professores estaduais	Geral	0
22/11/2011	27	Nota coberta	Professores estaduais aderem à greve	Geral	0
22/11/2011	28	Indicador	Agenda – Apresentação Guri de Uruguaiana	Cultura	0
22/11/2011	59	Stand up	Irregularidades na Prefeitura de Palmeira das Missões *	Política	0
23/11/2011	58	Comentário	Divulgada Tabela em que União disputará a Segundona em 2012	Esporte	0
28/11/2011	78	Reportagem	Abertura do Frederico em Luz 2011	Geral	7
30/11/2011	76	Reportagem	Vereador é investigado pela justiça	Política	1
30/11/2011	22	Nota coberta	Professores estaduais voltam à sala de aula	Geral	0

*Assuntos de municípios próximos, mas que se relacionam de alguma forma com Frederico Westphalen.

APÊNDICE C – Quadros com indicadores de tempo das edições dos meses de janeiro e novembro

Data de exibição	Tempo do bloco	Veiculação sobre FW	Porcentagem relacionada
01/01/2011	180	23	12,77%
04/01/2011	498	13	2,61%
06/01/2011	592	133	22,46%
13/01/2011	505	37	7,32%
18/01/2011	484	7	1,44%
19/01/2011	530	5	0,94%
22/01/2011	185	15	8,10%
25/01/2011	523	21	4,01%
31/01/2011	578	18	3,11%
Total mensal:	11744*	272	2,31%

Data de exibição	Tempo diário	Veiculação sobre FW	Porcentagem relacionada
01/11/2011	1086	47	4,32%
02/11/2011	1100	157	14,27%
03/11/2011	1305	64	4,90%
07/11/2011	1330	147	11,05%
09/11/2011	1035	205	19,80%
10/11/2011	1015	125	12,31%
11/11/2011	1286	69	5,36%
14/11/2011	1160	144	12,41%
15/11/2011	1087	137	12,60%
16/11/2011	1220	97	7,95%
17/11/2011	1108	72	6,49%
18/11/2011	1170	28	2,39%
19/11/2011	315	45	14,28%
21/11/2011	1275	35	2,74%
22/11/2011	1130	114	10,08%
23/11/2011	1087	58	5,33%
28/11/2011	1083	78	7,20%
30/11/2011	1207	98	8,11%
Total mensal:	26080*	1720	6,59%

*Os tempos totais mensais incluem a duração daquelas edições que não trouxeram assuntos de Frederico Westphalen.

APÊNDICE D – Entrevista com o repórter da RBS TV Éder Calegari, repórter da sucursal de Frederico Westphalen – 11/07/2012

- Gostaria que tu descrevesse a tua formação e carreira profissional.

Bom, eu sou formado então em Rádio, televisão e vídeo pela UPF 2006, não 2004, depois 2006 em Jornalismo também pela Faculdade de Artes e Comunicação da UPF e pós-graduado em Comunicação interna pela Unijuí em 2000 e 7 acho. 2004, 2006 e 2007 as datas de formação, então, são essas três formações. Eu comecei na comunicação social na televisão, diferente de outros que começam no rádio ou impresso. Eu já fui direto na Tv Pampa como estagiário, fiquei um ano lá, fiz estágio voluntário e aí surgiu uma vaga em Ijuí, então meu primeiro emprego de repórter em Ijuí na Tv Pampa que na época era afiliada da rede Record, aos moldes do que eu faço hoje aqui em Frederico, fazer matéria e mandar pra Carazinho que é a geradora deles. Depois eu saí da Rede Tv, porque ela virou Rede Tv, se filiou a Rede Tv e não mais Record, houve demissões e eu acabei saindo. Depois disso fui trabalhar num jornal impresso que chama O Nacional, que é um grupo que tem 85 anos, jornal mais lido, ele é diário em Passo Fundo e eu fazia parte da polícia. Então eu aprofundi também um pouco da minha história jornalística no jargão policial, tive mais contato com a coisa de escrever matérias mesmo, a ideia do leitor, de mudar a linguagem mesmo já que a gente não tem o recurso da imagem, então, um trabalho bem importante que era de um ano e pouco, quando eu fui fazer produção pra RBS TV de Passo Fundo, fiquei na produção um tempo, nos dois empregos daí no jornal diário e na produção, em turnos diferentes, teve a oportunidade de ser *freelance* nas férias, daí eu abandonei o jornal e fiquei em Passo Fundo fazendo esse trabalho e aí sim que teve a vaga na sucursal aqui em Frederico Westphalen, daí que eu vim pra cá. Com essa proposta nova, que eles queriam expandir a rede e tal, por questão de distancia pra vir pra cá era muito longe, não vinham muito pra cá, quando vinham, vinham em grandes catástrofes ou acidentes, ou alguma coisa desse porte e tudo era muito tardio, vinha hoje pra rodar amanhã. Então já vinha e já aproveitava pra fazer duas matérias uma aqui ou Seberi, aqui em Sarandi, eles aproveitavam a vinda também. Mas coisas marcadas, nada de factual.

- E como foi o desenvolvimento aqui em Frederico?

Eles fizeram um estudo pra tentar colocar nessa região de cá do estado que é cobertura da RBS de Passo Fundo, mas que ainda não tinha, que tinha uma área comercial, mas que não conseguia vingar por não ter o repórter, vamos dizer assim. Então eles fizeram um estudo de mercado e escolheram Frederico Westphalen porque é uma cidade polo regional, tem outras questões que movimentam aqui também, surgem bastante pautas, jornalisticamente falando seria interessante estar em Frederico Westphalen. E aí então se criou essa sucursal pra cá, o pessoal das vendas é com a Carla que fica e eu no Jornalismo, essas duas pessoas que vieram pra cá, fez um ano em março. Não veio como uma aposta, já antes foi feito um trabalho pra ver se daria certo mesmo, feito uma pesquisa que sustentava vir pra cá, já era algo pensado de anos anteriores, de coordenadores anteriores ao meu, por esse motivo de distância, não ter essa agilidade de botar as coisas no ar daqui, porque ficava muito longe, muito caro, muito demorado, então dessa forma ficou mais fácil. Hoje com computador e câmera a gente já edita e manda tudo editado, então, o que acontece de manhã vai de meio-dia, o que acontece de tarde vai de noite e de noite vai no jornal da manhã, tem essa rotina. E fora isso acompanhar também o trabalho de, por exemplo, a vacinação da gripe, tu vai ver o que tem em Passo Fundo, o que tem em Carazinho que também e sucursal e o que tem em Frederico também. Então Frederico também entra nesta questão da mídia, quanto tem que pesar, ah, vamos ver como choveu: na cidade de Carazinho foi tanto, já em Passo Fundo foi tanto e em Frederico Westphalen foi tanto. Não é uma matéria, mas é uma informação que entra junto, algum colega de Passo Fundo fecha ou um colega de Carazinho fecha e a gente toca junto a cidade

de Frederico dentro dessa ideia de rede, que é as sucursais com o repórter, trabalhando nesse conceito de rede dando essas informações pra quem tá fechando o material.

- E como é mais ou menos a tua rotina diária?

Seriam sete horas de trabalho, é sete horas de trabalho, o jornalismo normalmente é cinco mais eu tenho horas extras contratuais no meu contrato, já tenho contratado por dia duas horas a mais, pela função de ser câmera também. Então sete horas, mas eu sempre acabo vindo um pouco mais. Eu venho de manhã, no contrato me parece que era só do meio dia e turno corrido, mas eu venho um pouco de manhã, faço um intervalo e venho de tarde também. E como ontem eu tava de manhã e de tarde, tava indo embora e aconteceu dois acidentes aí fiquei até meia noite, porque tive que sair pra captar as imagens de um acidente num ponto da cidade que vai pra Caiçara e depois fui pra Iraí também pegar imagens. Aí tu senta aqui tem que ter foto, conseguir informação, conseguir paradeiro, o que eles eram, que faziam, de onde tavam vindo, como foi o acidente, a polícia não sabe aí tu tem que esperar, edita as matérias, manda a Porto Alegre quando vê já é meia noite, aí esses dias estouram, mas isso não é todo dia, geralmente é manhã e tarde em horário comercial. E nos fins de semana eu faço plantão em Passo Fundo ou aqui. Agora como tá tendo jogos do União eu tenho ficado mais em Frederico Westphalen. Mas quando não tem nada acontecendo, não tem nenhuma Expofred, nenhuma Festa da Laranja em Iraí, não tem nada na minha região previsto, eles me usam também em Passo Fundo, daí eu entro na escala deles e vou lá. Aí ajudo a fechar o jornal, eventualmente também apresento alguns deles, e aqui fica digamos, descoberto final de semana, e se der alguma coisa tem que vir de lá de Passo Fundo aqui com a equipe de lá.

- Que assuntos que viram pauta do telejornal, tem alguma restrição?

Tem. Coisas muito locais, que às vezes tentam me vender e eu até digo que não é notícia pra mim, que é notícia pro rádio local ou pro jornal local. Por exemplo, buraco na rua, um bueiro entupido. Se fosse uma rua inteira, com várias quadras, muitos quilômetros de buracos até se torna uma pauta interessante. Agora, se é algo muito daqui, quem tá lá em Soledade, em Lagoa Vermelha, em Passo Fundo não vai interessar, aí não é pauta e eu nem vou atrás, a pessoa geralmente entende e já nem me oferece isso. Antes eram Instituições me vendendo pautas, vendendo entre aspas, pautando, tentando me colocar pautas, mas que são muitos locais, então hoje as pessoas já aprenderam, já tem essa visão do que interessa a televisão e o que não é. Via de regra são as coisas que repercutem né. Tem muita coisa daqui que saiu e pode ser, por exemplo, as bactérias nos caixas eletrônicos, sabia que tem bactérias nos caixas eletrônicos? Caixa eletrônico tem em todas as cidades, então, bah, vai chamar a atenção de todo mundo que tiver assistindo. Mais ou menos nessa linha. E assuntos factuais, por exemplo, acidentes, mortes, homicídios, a questão das dinamites que acharam, a questão da drogadição, apreensões, a polícia sempre tá em alvo então isso sempre é divulgado. Morte, de trânsito, morte matada e morte morrida, a não ser um suicídio, isso a gente não divulga e é um assunto de ética, mas geralmente a polícia ela entra, não é tão obedecida esta questão, por mais que seja aqui em Frederico a polícia tem essa coisa de chamar atenção. Nossa morreu assim assado, então coisas policiais normalmente entram com bastante facilidade no jornal local nosso e eventualmente também no jornal estadual. Mas se o assunto é quente, ele é diferente, ele maior aí sim se investe também deixar ele pro próximo telejornal, e se for de noite vai de manhã ou pro jornal do meio dia e assim consequentemente.

- E assim quanto a direção do telejornal, tem algum limite de tempo?

Sim, as matérias sempre são curtas, a gente não tem um limite estabelecido, mas naturalmente elas saem sempre com tempo, eu sempre tô no 1 e 18, 1 e 30, 1 e 20, nunca mais que isso nunca menos que isso pro jornal do almoço. E pra o jornal esse que é mais curto, que

só tem 3 minutos bloco local um apenas de noite, não mais que 40 segundos, 45 segundos, então se tu tiver que ter uma passagem do repórter aparecendo, mais uma sonora de alguém, mais uma entrevista de alguém, mais um off teu que tu gravou, mais a cabeça que o apresentador de Passo Fundo, tudo vai ter que dar 1 minuto, no máximo 1 minuto e 10, daí tu já roubou quase metade do telejornal, que só tem 3 minutos. Então tem que ser um assunto bom, que renda, e que seja muito resumido, não dá pra explorar pro RBS Notícias, tem que ser algo mais rápido e as matérias que ali aparecem também não são qualquer uma, são mais de cunho econômico, de política, polícia, matérias mais sérias digamos assim. Já o Jornal do Almoço não, tem a questão de tendências, de outono, de primavera, verão, matérias mais soltas, o que as mulheres gostam de usar na unha hoje eu vi que tinha uma pra fechar. Além do que aconteceu no dia a dia tem essas matérias mais alegres, mais tranquilas e agora com esse novo formato de Jornal do Almoço é muito mais cobrado isso, sai esse formato engessado off, sonora, mais variedades, e tenha mais coisas de revista eletrônica, coisas comportamentais, mais coisas loucas, com mais vinhetagens, com mais trilhas, as matérias podem ser maiores, agora tem os dois blocos local aqui de Passo Fundo, quando abriu aqui em Frederico abriu os dois blocos, já teve esse porte maior de matérias, quando abriu os dois blocos é porque teve condições humanas, tinha mais um repórter pra abastecer, então isso também foi pensado. Dois blocos de 8 minutos já é mais tempo pra tudo, dá pra trabalhar com o assunto e deixar ele mais atrativo pra quem tá assistindo.

- E como é o teu contato com as fontes aqui na cidade?

Agora elas são boas. No início eu tive bastante dificuldade. Eu me apresentei pras prefeituras da região ou mandei e-mails ou liguei pra eles que eu tava aqui e estaria fazendo um trabalho diário pra eles. Claro que a gente sempre vai focar mais Frederico, porque é natural, estamos aqui. Mas depois dessa apresentação e distribuir muito telefone, cartões e tal, as polícias já ligam, polícia rodoviária, brigada militar, já sabem o que pode ser pauta pra tv ou não é, então já me ligam. Quando dá um acidente no perímetro urbano sem morte nem me ligam porque sabem que eu não vou fazer porque não vai rodar, porque acidente sem morte no perímetro urbano dá em todas as cidades, então, seria ou teria que divulgar tudo ou nenhum. E acidente com morte já é um filtro, opa, morreu alguém no centro de Frederico, daí já vira notícia. Então eles já sabem o que pode ser pauta e o que não é, e é assim com a URI, é assim com a Emater, é assim com a prefeitura, com outras instituições, que claro eles me mandam via e-mail, assim como mandam pra todas as redações, eu recebo mas eu dou uma lida e descarto ele, porque eu vejo que não é pra mim, é pro jornal local, pra rádio local, mas também servem pra, de um e-mail as vezes surge uma grande pauta. Você lendo enquanto jornalista percebe que dá pra ampliar, dá pra ir naquele lugar e ampliar, maior, dá pra repercutir em Passo Fundo, dá pra perguntar mais em Carazinho e fazer uma matéria a partir disso.

- Tem mais alguma coisa pra destacar sobre isso, sobre teu trabalho?

As pessoas da faculdade principalmente, perguntam se é fácil, não vou dizer que é fácil né, porque a questão de te filmar e de gravar sozinho ela dificulta. Te dá mobilidade, por exemplo, eu levo esse equipamento aqui pra Planalto que tem protesto na RS e de lá mesmo eu edito, então eu sento no carro, numa lan house, numa prefeitura que tem um cabo de internet e eu edito no meu computador e despacho as imagens de onde eu estiver. Então dá uma, poupa momento de trabalho do jornalista esta questão do kit correspondente, isso abre possibilidades, então, tu sai e não precisa voltar pra redação, eu gravo o off dentro do carro, leva a redação junto, tiro foto pro site, trabalho bem multimídia né. Aí ligam da Rádio Gaúcha querem que entrevista uma pessoa, tu para o que tá fazendo e vai atrás e entrevista pra eles, tu atende todo grupo né. Tu enquanto jornalista tu tem esse compromisso de ir no lugar, ver,

fotografa, filma, entrevista as pessoas, vem pra redação, faz o texto e despacha ali no ronda, e todos que ficam sabendo começam a te perguntar, me dá o telefone de quem viu, me dá o telefone da polícia, começam os jornalistas a expandir o que tu mandou. E eu sempre com o foco da minha matéria da tv, embora tenha que atender todo mundo eu tenho que fechar o meu VT pra mim também. E é assim que a gente trabalha, em rede, em grupo. E eu acho que pra cidade, pra região é um ganho, embora poucas pessoas trabalhando, tenha a Carla e eu somente, é um ganho tá aqui, eu vejo que a comunidade é uma forma de desenvolver, uma forma de divulgar as coisas que aqui aconteciam e que antes no dia a dia e na rotina não eram divulgado. Vínhamos pouco pra cá, só em feiras, por exemplo, uma Expofred da vida a gente estaria aqui em um dia, fazendo uma matéria, ia voltar e deu. E essa edição, por exemplo, que é a que a gente estava aqui, a gente acompanhou diariamente. E hoje teve seminário do leite um evento, teve seminário do turismo na Expofred, tu vai lá e abordava a questão. Aí no outro telejornal tu como será que estavam as vendas na Expofred, tu fazia com um viés econômico, né. Você passa a acompanhar a rotina da cidade, a rotina das pessoas, das instituições que estão aqui. E assim é com todos os assuntos. O fato de estar aqui você passa a divulgar muito mais do que antes.

ANEXO 1 – DVD com as edições do Jornal do Almoço analisadas.