

**A COMUNIDADE ACADÊMICA DA UNIFRA E O
TELEJORNALISMO PRODUZIDO
EM SANTA MARIA:
FRAGMENTOS DE INTERPRETAÇÃO¹**

*THE ACADEMIC COMMUNITY OF UNIFRA AND THE TV
NEWS PRODUCED IN SANTA MARIA: INTERPRETATION
FRAGMENTS.*

Emília Cristina Maria²

Viviane Borelli³

RESUMO

O objetivo, neste artigo, é apresentar alguns dados resultantes do projeto “Recepção do Telejornal Produzido em Santa Maria”, no qual, com o aprofundamento de algumas abordagens teóricas em Comunicação Social, foi realizada uma pesquisa de recepção. Por tratar-se de um estudo de iniciação científica, o campo de investigação foi delimitado em torno da comunidade acadêmica da UNIFRA, buscando-se as características de uma possível cultura universitária. Foram objeto de estudo dois telejornais produzidos na cidade – Jornal do Almoço e Pampa Meio-Dia. A metodologia escolhida envolveu a elaboração e a aplicação de um questionário exploratório, entrevistas semi-estruturadas com os editores dos telejornais – visando compreender aspectos da produção – e entrevistas do mesmo tipo com alguns telespectadores escolhidos a partir dos questionários. O tratamento dos dados obtidos nas entrevistas, entre os telespectadores, permitiu observar alguns sentidos recorrentes, os quais foram analisados e aprofundados. Observou-se que o telejornal tem um papel relevante na vida dos entrevistados, tanto no âmbito pessoal como no profissional e, portanto, as informações obtidas, nesse meio, são repassadas para o grupo social em que estão inseridos, no qual geram e embasam discussões.

Palavras-chave: recepção, Telejornalismo, Jornal do Almoço, Pampa Meio-Dia.

¹ Trabalho de iniciação científica - PROPET/PROGRAD.

² Acadêmica do Curso de Comunicação Social – Jornalismo-UNIFRA.

³ Orientadora - UNIFRA.

ABSTRACT

This article aims at presenting some data which resulted from the project named Reception of the TV news produced in Santa Maria, in which, at the base of a few Social Communication approaches, a reception research was carried out. Since the study is an introduction to a scientific research, the field of investigation was delimited in the academic community of UNIFRA, searching for the characteristics of a possible university culture. Two TV news shows produced in the city – Jornal do Almoço and Pampa Meio-Dia – were object of study. The methodology used involved the making and application of an exploratory questionnaire and semi-structured interviews with the TV news editors. By means of the data gathered in the interviews, it was allowed to observe some recurrent senses, which were analyzed and deepened. It was verified that the TV news plays a relevant role in the interviewees' lives, both in personal and professional scope and, therefore, the information obtained in this means is passed on to the social group to which they belong, where discussions are brought about and based on.

Keywords: reception, TV news, Jornal do Almoço, Pampa Meio-Dia.

INTRODUÇÃO

Este artigo é fruto do projeto intitulado “Recepção do Telejornal Produzido em Santa Maria”, que foi desenvolvido nas disciplinas de Teoria da Comunicação I e II e Metodologia Científica do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, do Centro Universitário Franciscano. O texto foi produzido, a partir de reflexões teóricas e de encontros para discussão entre acadêmica e orientadora, resultando numa aplicação empírica sobre o processo de recepção midiática.

O principal objetivo do presente estudo é verificar de que maneira os receptores transformam a oferta discursiva dos telejornais produzidos em Santa Maria – Jornal do Almoço (RBS/Rede Globo) e Pampa Meio-Dia (Rede Pampa de Comunicação/Record) – em programas singulares, diferentes daqueles ofertados. Ou seja, procura-se identificar e refletir sobre as características de uma cultura universitária a partir de entrevistas com telespectadores santamarienses e que têm ligação com a Unifra, verificando-se como eles constroem vínculos com o telejornal local.

A base teórica da pesquisa constitui-se na concepção de que, se a produção segue algumas regras próprias, projetando pistas de como será a interpretação por parte dos receptores, nem sempre essa projeção é correspondida, já que um único discurso pode gerar vários efeitos de sentido. Dessa forma, concebe-se a recepção midiática como algo singular, em que os receptores projetam sobre o discurso ofertado os mais variados interesses, suas expectativas, valores, enfim, fatores que estão relacionados às suas vidas.⁴

Compreende-se que o telespectador constrói a programação de acordo com suas próprias possibilidades: alguns apenas ouvem, outros assistem somente ao que realmente lhes interessa, ou interrompem suas atividades para dedicarem-se, exclusivamente, à recepção, ou ainda acompanham o programa enquanto realizam outra atividade. Alguns receptores, portanto, assistem a todo o telejornal, enquanto outros captam apenas fragmentos da oferta discursiva.

No texto a seguir, em sua estrutura inicial, há uma explanação sobre a delimitação e compreensão do objeto de pesquisa. Posteriormente, apresenta-se a análise das informações obtidas nas entrevistas – organizadas por temas – para, então, chegar-se a algumas conclusões. Nas notas de rodapé e no decorrer de todo o trabalho, encontram-se exemplos e indicações de obras pesquisadas durante a revisão bibliográfica.

COMPREENDENDO O OBJETO DE PESQUISA

Antes de iniciar a descrição do campo de pesquisa, considera-se necessário apresentar uma breve caracterização dos telejornais *Jornal do Almoço/RBS* e *Pampa Meio-Dia/Rede Pampa de Comunicação*⁵ que serão avaliados pelos receptores entrevistados. Essa caracterização foi realizada a partir de entrevistas com os editores dos dois telejornais, pois, compreendendo-se que as relações entre produção e recepção são marcadas por estratégias de construção de sentidos, houve interesse em destacar, nas pesquisas observadas, o processo de produção das informações.

⁴ Assim como na recepção de telejornais, não há garantia de que os significados propostos por uma telenovela sejam apropriados da mesma maneira. Em *Uma metodologia para a pesquisa das mediações*, Lopes aborda algumas considerações a serem feitas durante a realização das pesquisas de recepção, em que as apreensões são singulares em função dos diferentes hábitos e estilos de vida, seja no âmbito particular seja no próprio cotidiano familiar (LOPES, 2000).

⁵ Importa salientar que, em outras regiões do Estado, são produzidos telejornais locais tanto pela RBS TV quanto pela Rede Pampa de Comunicação. A diferença entre as duas emissões consiste em que o *Jornal do Almoço* integra-se a um telejornal estadual enquanto o *Pampa Meio-Dia* é único nesse horário.

O Jornal do Almoço local tem duração de 26 minutos (o estadual dura 40 minutos), iniciando às 12h, e a área de abrangência é a centro-oeste do Rio Grande do Sul, num total de 39 municípios, o que representa, aproximadamente, 220 mil pessoas, segundo perspectiva apontada pelo editor do telejornal, Julio Cargnino. Por serem muito caras, o Ibope realiza apenas pesquisas de audiência duas vezes ao ano. O Jornal do Almoço estima “70% de audiência mais ou menos”⁶ nesse horário. Segundo o editor, “não mudam muito os levantamentos. Aqui é muito (...) como se não houvesse concorrência, o público tem poucas opções e os números não mudam tanto a cada seis meses”⁷.

O Pampa Meio-Dia dura 35 minutos, iniciando às 12h25min. Segundo o editor, Airton Amaral, o telejornal abrange amplamente nove cidades, mas há outros municípios em que o sinal chega de forma mais reduzida. Ele estima que o telejornal atinja 850 mil pessoas, pois, em relação à audiência, não existem indicadores oficiais e os dados são baseados em pesquisas realizadas por empresas especializadas, como a Revista Amanhã. “Nosso referencial é a Revista Amanhã, que avalia as marcas mais lembradas. E o Pampa Meio-Dia e eu, como apresentador, fomos os mais lembrados em televisão local desde 2000. Na última, em 2002, nós tivemos um índice de 44%, acho. O JA ficou com 20,5%”⁸.

Torna-se também importante aqui diferenciar, no caso do Jornal do Almoço, as partes de sua programação – dos primeiros blocos locais ao de âmbito estadual – e procurar identificar, nas entrevistas com receptores, se eles conseguem fazer essa diferenciação. Além disso, é igualmente relevante salientar que o bloco local do Jornal do Almoço encerra no momento em que está iniciando o Pampa Meio-Dia, possibilitando que as pessoas assistam aos dois telejornais locais ou que, depois das 12h25min, fiquem alternando entre o bloco estadual do Jornal do Almoço e o Pampa Meio-Dia.

Os receptores entrevistados fazem parte da categoria de alunos e professores do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA), já que se busca identificar elementos que possam remeter a uma cultura universitária, por exemplo, o uso dos temas midiáticos como fonte de estudo e/ou ensino por parte dos envolvidos. O projeto, portanto, não tem pretensões de fazer um levantamento da recepção do telejornal na comunidade santa-mariense, mas num segmento mais limitado, em que seja possível apreender algumas questões para a ampliação do conhecimento sobre a produção do telejornal local e os vínculos com os receptores.

A partir da delimitação do campo de abrangência – a comunidade

⁶ Segundo informação do editor, Júlio Cargnino, em entrevista realizada no dia 23 de março de 2004.

⁷ Idem.

⁸ Segundo informação do editor, Airton Amaral, em entrevista realizada no dia 24 de março de 2004.

acadêmica⁹ da UNIFRA – elaborou-se um questionário exploratório visando-se identificar os receptores dos telejornais e a frequência com que assistem a eles. Por se tratar de um estudo exploratório e não estatístico, delimitou-se a amostra aleatória em 10% dos professores, na medida em que constituem um público mais reduzido e heterogêneo em relação à idade e formação acadêmica, o que dificulta a definição de um padrão, e em 5% dos universitários¹⁰, segmento mais amplo e homogêneo, com escolaridade e idade mais aproximadas.

Já que o estudo tem caráter qualitativo, o interesse recaiu, sobretudo, na identificação daqueles que assistem aos telejornais e, por isso, optou-se por uma amostra aleatória para permitir que cada unidade tivesse probabilidade igual de ser escolhida. Assim, passou-se a estipular estratégias para o procedimento de coleta de dados, aplicando-se os questionários em vários turnos, nos dois Conjuntos da Instituição, nos horários de início, intervalo e final das aulas, possibilitando uma amostra mais diversa, sem divisão por curso ou turno.

As questões do questionário exploratório foram breves e simples, buscando-se conhecer a faixa etária do público, os telejornais assistidos e a frequência de seu acesso. Ressalta-se que o estudo exploratório se fez necessário porque, em um primeiro momento, precisava-se identificar possíveis receptores dos telejornais para que depois se pudesse efetivar um estudo qualitativo.

A partir dos dados colhidos nos questionários, constatou-se que há tipos distintos de usuários dos telejornais: aquele que assiste apenas ao Jornal do Almoço; o que assiste apenas ao Pampa Meio-Dia; aquele que fica alternando entre um e outro; aquele que assiste aos dois; e os que não assistem a nenhum. Ainda sobre os tipos de telespectadores, deve-se levar em conta a frequência com que assistem cada telejornal ou os dois. Assim, serão utilizadas algumas denominações para a caracterização dos usuários: aqueles que assistem a um ou aos dois telejornais três vezes ou mais por semana serão chamados de telespectadores habituais; os que assistem a uma a três vezes por semana serão considerados ocasionais; e zapeadores será a denominação utilizada para os receptores que alternam entre um programa e outro¹¹.

Apenas para uma constatação estatística, mencionam-se, a seguir, as porcentagens de telespectadores em cada categoria definida, ressaltando que não há divisão entre os telejornais nesses dados. Desse modo, entre os professores, os telespectadores habituais representam 42,85% dos que responderam aos

⁹ Compreende-se por comunidade acadêmica o conjunto de alunos e professores que integram a UNIFRA

¹⁰ Segundo dados de março de 2004, a Instituição possui 317 professores e 5.231 alunos.

¹¹ Os dados referentes aos que não assistem a nenhum dos telejornais foram descartados por não corresponderem ao objetivo do trabalho.

questionários. Já os ocasionais chegaram a 31,41%, restando 14,28% para zapeadores, mas 11,42% dos professores não assistem a nenhum dos telejornais.

Entre os acadêmicos, dos 253 questionários respondidos, 50,19% foram caracterizados como habituais e 22,52% como ocasionais; os zapeadores chegaram a 13,43% e 13,86% não assistem aos referidos programas.

Considerando-se tais dados, pode-se observar que, na categoria habituais, os alunos têm representatividade maior, e na ocasionais são os professores que possuem maior número. Em relação à categoria zapeadores, a diferença é pouco expressiva, assim como, de um modo geral, também é pequena a diferença entre as categorias de receptores, podendo-se considerar a comunidade acadêmica, enquanto categoria única, sem divisão por função e/ou setores. Diante disso, foram reunidos todos os questionários, sem a divisão inicial por categorias – professores e alunos – por se compreender que os dados são muito similares e que se trata de uma cultura universitária, relacionada ao ensino e à aprendizagem.

A partir dessas constatações mais exploratórias, partiu-se para a dimensão qualitativa da pesquisa com o objetivo principal de, por meio das entrevistas com alguns receptores que responderam aos questionários, buscar compreender-se como lidam com a oferta discursiva dos telejornais. Registra-se que, na aplicação do questionário exploratório, sugeriu-se aos participantes a indicação de um telefone para futuro contato, caso se tornasse necessário o aprofundamento de dados. A maioria atendeu ao pedido, possibilitando uma abordagem posterior.

Cinco receptores (três considerados habituais, um ocasional e um zapeador) foram entrevistados, sendo que a escolha se deu a partir da divisão por categoria (e, nesse caso, mais da primeira por seu maior número). Além disso, a seleção levou em conta, dentro do enquadramento das categorias referidas, a disponibilidade dos entrevistados em participarem da pesquisa e a heterogeneidade da área de conhecimento.

Com exceção dos que participaram, efetivamente, das entrevistas, dentre mais de trinta pessoas selecionadas, menos de dez não atenderam à ligação telefônica (em vários horários) e o restante não se encontrava no local ou não aceitou responder à entrevista. A cada contato via telefone, era realizada a identificação do entrevistador/bolsista – nome e curso de que fazia parte, e mencionada a realização do questionário, com uma breve explanação sobre o objetivo da entrevista e da pesquisa.

A idéia inicial era que as entrevistas fossem realizadas logo após a veiculação do telejornal, na residência dos entrevistados, para que houvesse um trabalho de observação durante a recepção. Isso não foi possível, no entanto, devido à dificuldade de se encontrarem pessoas dispostas a realizarem as entrevistas no horário do almoço e em suas casas, com a

justificava de que não tinham tempo; os receptores, então, dispuseram-se a colaborar com a observação em outros dias da semana, na medida do possível e, assim, as entrevistas foram realizadas no local de trabalho e estudo, ou seja, na UNIFRA.

O tipo de entrevista escolhido foi a semi-estruturada ou, segundo definição de Gil (1994, p.117), por pautas, na qual, a partir de um roteiro, “o entrevistador faz poucas perguntas diretas e deixa o entrevistado falar livremente à medida que refere às pautas assinaladas”, o que permite certa flexibilidade, pois não há tanta rigidez nas questões.

Aos receptores fizeram-se perguntas a respeito de sua opinião sobre os telejornais. O pré-roteiro continha questões sobre a estrutura dos programas, os apresentadores, a instituição, bem como as características pessoais do receptor e do ambiente de recepção; e indagou-se, ainda, há quanto tempo o entrevistado assiste ao jornal, como assiste, se comenta ao que assistiu, se tem outras fontes de informação, se utiliza os temas midiáticos em seu campo de trabalho/estudo, entre outros aspectos. A elaboração do pré-roteiro levou em conta a idéia de Fausto Neto (1996a, 1996b, 2002) de que, em estudos sobre recepção, tratando-se de novelas, programas de auditório (e não só) ou telejornais, algumas características devem ser observadas nos receptores durante a ida a campo, tais como: testemunhalidade, comparação, fidelidade, conhecimento da “gramática de produção” do telejornal, memória social, cidadania, condição de vida, classe social, realidade técnica, instituições que os editam, desempenho e performance dos apresentadores (não só qualidade técnica quando está no palco, mas suas virtudes fora do próprio set e a relação que têm com os receptores). Compreende-se que essas características devem ser consideradas nas pesquisas de recepção já que os contextos individual e social do entrevistado predeterminam as condições de recepção, ou seja, os modos como cada um lida com a oferta discursiva.

Em função dos dados obtidos nos questionários exploratórios, em que o Jornal do Almoço foi o mais citado, o foco das entrevistas direcionou-se mais sobre o telejornal da RBS, mas as questões a respeito de outras fontes de informação e a comparação entre veículos possibilitaram também algumas considerações sobre o Pampa Meio-Dia.

A abordagem, no momento da entrevista, iniciava-se com uma conversa informal, a partir de algumas informações sobre a pesquisa, que foram aprofundadas ou não de acordo com as dúvidas dos entrevistados. Assim, tentou-se desviar a atenção da presença do gravador, não se partindo de imediato para as questões e permitindo questionamentos dos receptores, de modo a deixá-los à vontade para responderem de modo livre e o mais exato possível. De maneira geral, as entrevistas elaboradas a partir do

pré-roteiro fluíram muito bem, e os desentendimentos sobre uma ou outra questão foram facilmente esclarecidos. Das cinco entrevistas realizadas, no entanto, uma precisou ser descartada devido à sua inexpressividade, pois o entrevistado forneceu respostas bastante curtas, reticentes e, praticamente, sem conteúdo e, ao ser instigado com frases que pudessem aflorar sua opinião, simplesmente as repetia, sem nada complementar. Os dados analisados, portanto, dizem respeito a quatro entrevistas: duas de receptores habituais, uma de ocasional e uma de zapeador.

Constatou-se que, independentemente da frequência com que os telejornais são assistidos, os receptores têm problemáticas e apreensões semelhantes, demonstrando que tanto os telespectadores habituais, ocasionais ou zapeadores levantam questões e temas muito similares e identifica-se uma ‘cultura geral’ em relação à recepção dos telejornais. Isso determinou a disposição dos dados analisados e descritos a seguir não mais segundo as categorias de telespectadores, mas de acordo com os temas levantados pelas questões, a partir das características das respostas em que havia recorrências e semelhanças entre as interpretações dos entrevistados.

O tema “O telejornal do cotidiano” surgiu a partir da primeira questão do pré-roteiro: “Há quanto tempo, aproximadamente, assiste ao telejornal?”. Deve-se ressaltar que, na maioria das vezes, houve insistência nessa questão, propiciando o surgimento de outras questões que estimulassem a memória dos entrevistados. “O telejornal local”, por sua vez, caracteriza a especificidade dos programas, enquanto produção regional e os telespectadores foram indagados sobre a percepção que tinham desse aspecto. As questões acerca dos comentários e discussões gerados a partir das notícias veiculadas foram englobadas por outro tema: “O telejornal comentado”. A credibilidade dos produtores, as comparações entre informações de diferentes veículos e algumas outras características estão em “Outras fontes de informação” e “Relação com os âncoras”.

Para cada exemplificação por meio das falas obtidas nas entrevistas e transcritas abaixo, literalmente, utiliza-se a abreviação E.1. – e subseqüentes – demonstrando tratar-se do Exemplo 1 e demais falas. Além disso, alguns fatores mais marcantes, por demonstrarem como se dá a apreensão singular de cada entrevistado em relação ao telejornal, são destacados em negrito. Os entrevistados não são identificados, já que questões identitárias, como gênero, idade, raça ou classe social, não serão analisadas em profundidade. Apesar disso, faz-se uma breve caracterização dos entrevistados: as áreas em que trabalham ou estudam os entrevistados são Artes, Letras e Comunicação, Ciências Humanas, Ciências Sociais Aplicadas e Ciências da Saúde; o tempo de residência em Santa Maria varia entre 21, 35, 47, 50 anos (mas considerando a idade de cada um, pode-se dizer que todos viveram, praticamente, a

vida toda neste município); três dos entrevistados são casados e têm filhos e um mora apenas com a mãe.

“O Telejornal do Cotidiano”

Um ponto interessante sobre a relação dos receptores com os telejornais revelou-se logo na primeira questão abordada na entrevista: “Há quanto tempo, aproximadamente, assiste ao jornal?”. Nenhum dos telespectadores do Jornal do Almoço soube definir a data de quando teriam começado ao assistir ao telejornal. Mesmo insistindo-se na pergunta, com o pedido de que fosse tentada uma lembrança mais próxima, a maioria não soube dizer uma data aproximada e os que o fizeram não tinham certeza do que afirmavam:

E.1. Ah... Desde que eu me conheço por gente. (...) Desde sempre me lembro do Jornal do Almoço.

E.2. Não tenho idéia, mas é muito tempo. Para mais de dez anos. Eu assistia na época que era a Maria do Carmo ainda a âncora do jornal. Olha, tem algum tempo.

E.3. (...) Sempre assisti o Jornal do Almoço, é meio que tradição lá em casa. Não consigo nem lembrar uma idade para dizer quando comecei a olhar.
(...)

A partir dessas falas, observa-se que o Jornal do Almoço está tão enraizado no cotidiano destas pessoas que já faz parte da rotina de suas vidas.

“O Telejornal Local”

A principal característica da RBS TV, estampada no seu discurso “sua vida na TV”, é a regionalidade de seu conteúdo. Ronsini (s/d) em *Televisión e Identidad Cultural* assim descreve esse aspecto:

A proposta da RBS é a valorização das identidades regionais e locais nos veículos que compõem a rede. A Rede Brasil Sul desempenha um papel de mediadora na consolidação da identidade regional. Tem a maior porcentagem de programação

local de todas as afiliadas da rede Globo, chegando a produzir de 15 a 20% do que exhibe. (p. 104)

Segundo o editor do Jornal do Almoço, mostrar a própria região nos telejornais levanta a autoestima das pessoas. A gente tem um compromisso com isso porque se tu não valorizar, quem vai fazer isso. (...) “O objetivo é informar, fazer com que as pessoas da região fiquem bem informadas. E tem o fator entretenimento, que elas possam ver e sentir gosto em se ver na TV, ver sua cidade, seu bairro, seus problemas, suas histórias¹².

Constituiu-se, assim, outro aspecto a ser investigado: se os receptores santamarienses reconhecem a identidade local do Jornal do Almoço e se percebem a mudança da programação – local/regional para a estadual.

E.1. (...) Quando tem a parte da programação local, é local mesmo. Claro que tem a parte estadual, isso interfere, mostra notícias de Porto Alegre e tudo mais.

E.2. (...) Abarca os problemas da região. (...) Muitas vezes algumas notícias da região central são repetidas no jornal estadual.

E.3. (...) Acho que traz bastante notícias locais, da cidade. (...) Mas também tem alguma coisa das cidades perto, né?

E.4. Eu acho que nossa parte é regional, aborda bastante Santa Maria. (...) Deixa um pouco a desejar sobre o que se comenta na cidade. Claro que é um foco de noticiário (...).

Pode-se observar que os telespectadores não se limitam ao telejornal “local”, já que reconhecem temas regionais e estaduais, o que demonstra que há uma percepção de que o Jornal do Almoço é único, sem divisão clara entre local/regional e estadual.

Não há uma idéia específica ou já consolidada do que seja local, regional ou

¹² Segundo informação do editor, Júlio Cargino, em entrevista realizada no dia 23 de março de 2004.

estadual, pois os entrevistados ora falam em “programação local”, ora em “região central”, ou em “cidades perto”. Assim, nota-se que há várias definições do que sejam os blocos locais/regionais e a parte estadual, não havendo uma distinção clara entre essas divisões editoriais.

“O Telejornal Comentado”

Alguns interesses, ainda que inconscientes, fazem parte dos receptores no momento em que assistem ao telejornal. Isso significa que, por mais que as pessoas se coloquem em frente à televisão para “receber” o que será ofertado pelo jornal, há certos aspectos que serão melhor aceitos por condizerem com seus interesses. Assim, segundo Fausto Neto (1996a), “o receptor embora esteja, muitas vezes, no grupo (familiar, amigos, de interesse, etc), recorta o telejornal segundo os seus critérios discursivos, definidos por seus processos subjetivos de enunciação”. No caso dos entrevistados, as notícias veiculadas no Jornal do Almoço são assuntos para conversas durante o próprio telejornal e, principalmente após, servindo de ferramenta para a vida profissional. Nesse sentido, em outro estudo, Fausto Neto (2002) afirma que as pessoas que assistem, sistematicamente e por muito tempo a certos programas de televisão, demonstram sua fidelidade por meio de dois mecanismos: conversação freqüente com a família, fazendo uma reinterpretação, no âmbito familiar, do que observa; e a constituição de um arquivo pessoal do que faz uso domesticamente:

E.1. Eu tinha esse hábito de comentar com meus filhos também. Quando eles estão, a gente senta e fica conversando, certamente banalidades com isso tudo. Mas, normalmente, a gente centra as conversas nas notícias que estão sendo veiculadas naquele momento.

E.2. Normalmente enquanto assistimos o jornal eu comento assuntos do jornal.

E.3. (...) Daqui a pouco, a gente ouve alguma coisa que chama atenção, a gente fala sobre o que tá dando. Positiva ou negativa[mente] (...).

E.4. Quando alguma (notícia) chama atenção, aí a gente pára e escuta e comenta. Mãe sempre dá um jeito de adequar umas coisas com

a vida da gente e ficar comentando e dando tipo lição, né?

E.5. Às vezes (as notícias) são preocupantes¹³, então a gente comenta até na universidade com os alunos, em sala de aula. (...) Esses comentários surgem naturalmente com outras pessoas porque são notícias que, muitas vezes, foram muito chocantes. (...) Para mim, o Jornal do almoço esclarece muitas coisas que me auxiliam até na minha ação pedagógica em sala de aula.

E.6. Alguma notícia que tenha me chamado atenção (...). É um dos únicos jornais que posso assistir, então, a notícia que pego ali quase sempre se comenta.

E.7. (Comenta) Bastante. Principalmente se é assunto de interesse de aula (...). Com o objetivo de voltar os olhos dos alunos para o que está acontecendo na comunidade.

Observa-se que os temas abordados no telejornal são comentados em diferentes instâncias, como no âmbito familiar, entre os amigos ou na vida profissional, o que demonstra uma edição singular e um “recorte” dos temas em função dos interesses e das vivências dos receptores.

Nota-se, claramente, a característica de singularidade na edição dos telejornais na medida em que cada telespectador cria uma rotina própria para a apreensão das informações veiculadas. Essa rotina pode ser percebida em aspectos como a opção entre fazer comentários sobre as notícias durante ou após o telejornal, falar sobre diversos assuntos até que uma ou outra informação chame a atenção e direcione os comentários ou atentar para uma notícia que é pertinente de ser lembrada e discutida no trabalho. Trata-se, portanto, de uma rotina gerada a partir do vínculo

¹³ Pôde-se perceber, pelas informações obtidas nas entrevistas que os telespectadores dão mais atenção a notícias “trágicas” e costumam utilizá-las como forma de alerta ou lição para as pessoas do círculo de suas relações. No entanto, essa característica não foi aprofundada neste estudo, o que seria interessante num momento posterior. A esse aspecto poderiam ser acrescidas questões identitárias, resultando em uma investigação acerca de que tipo de tema interessa mais às pessoas, dependendo da faixa etária, classe social, profissão, entre outras características.

entre telespectador e telejornal, em que a oferta discursiva serve como uma fonte de comentários e debates.

Percebe-se, assim como demonstra a pesquisa O OUTRO telejornal (FAUSTO NETO, 1996a), que a exposição do espectador ao telejornal passa por um conjunto de rituais próprios: a TV como companhia; como motivo de geração de outros hábitos e providências; como fonte de discussões, entre outros papéis verificados. Os exemplos transcritos demonstram que, ao mesmo tempo em que assiste, o telespectador conversa, discute, recrimina, faz suas refeições, dramatiza, enfim, interage de diversas maneiras e de um modo muito particular, único.

“Outras fontes de Informações”

Os receptores entrevistados têm, em sua maioria, outras fontes de informação midiáticas além dos telejornais analisados, o que demonstra aspectos de complementaridade e de concorrência em relação às falas produzidas pela mídia. Observa-se que os telespectadores buscam várias fontes de informação para que, a partir da oferta discursiva, seja televisiva, impressa, radiofônica seja pela internet, possam constituir seu próprio rol de informações. Tudo serve como base para comparações e formação de opinião.

Verifica-se, também, uma possível cultura universitária, em que o fato de fazer parte de uma instituição de nível superior repercute nos modos de recepção do telejornal, seja comparando, fazendo análise crítica seja ponderando as informações com outras fontes. As ações que fazem parte dessa provável cultura universitária provêm das próprias demandas profissionais, em que estar informado é imprescindível para o processo de ensino-aprendizagem.

E.1. Faço um apanhado porque cada emissora tem a sua tendência. Então, a gente tem que assistir um pouco de cada um para depois ter a opinião.(...) Eu quero saber mais sobre um assunto, quero ter várias visões (...).

E.2. Geralmente eu faço algumas comparações até sobre as notícias que são veiculadas pela RBS no Jornal do Almoço ou então no canal 40 da Globo News. (...) O Jornal do Almoço sempre traz em menos dimensão uma notícia que depois é ampliada pelos demais

canais. (...) A própria Rede Globo, a Globo News e os outros canais não fogem tanto daquilo que o Jornal do Almoço tenta colocar às vezes.

E.3. No caso, eu comparo porque é da minha profissão (...). Eu, na verdade, olho e já analiso: Pô...isso não pode tá assim, isso deveria ser trabalhado dessa forma. Eu tenho uma análise mais crítica e mais profissional, mesmo quando sou meramente uma telespectadora. (...) Se a gente comparar localmente, né, tem o Pampa Meio-Dia, que é muito mais local até que o Jornal do Almoço. (...) O Pampa Meio-Dia é mais popular (...). O Jornal do Almoço não, ele faz uma reportagem mais abrangente sobre a cidade.

E.4. Revistas nacionais, né... Eu leio muito livro, Internet, rádio. Eu, na verdade, tudo que cai na minha mão, até bula de remédio eu tô lendo.

E.5. Acho que, no momento que você assiste (Jornal do Almoço), você fica bem informado. Aí você vai ler A Razão e o Diário de Santa Maria e vê que muitas notícias já foram transmitidas.

A partir dessas falas, observa-se que a vida profissional e pessoal dos entrevistados conta com diversas fontes de informação que servem como ferramenta para comparações entre os meios de comunicação locais, reiterando a característica de edição própria e singular. Nesse sentido, as fontes são as mais variadas, independentemente, de sua origem, como as várias comparações entre as produções locais, especialmente, os telejornais Jornal do Almoço e Pampa Meio-Dia.

A respeito da concepção de alguns entrevistados sobre o telejornal da Rede Pampa ser mais “popular” que o Jornal do Almoço, pode-se encontrar concordância nas próprias falas dos editores desses programas. O Pampa Meio-Dia busca ser um jornal mais comunitário, segundo explicação do editor Airton Amaral:

Meu projeto era fazer um telejornal comunitário. (...) Então, a linguagem escolhida é acessível. A TV tem um texto, em relação ao impresso, muito pobre porque precisamos ser objetivos e diretos. Sem ser vulgar, mas sendo o mais claro possível porque certas palavras eu até posso entender, mas tenho a sensibilidade de saber que nem todo mundo entende.¹⁴

Já a proposta do jornal do Almoço é colocada pelo editor da seguinte maneira:

O objetivo é informar, fazer com que as pessoas da região fiquem bem informadas. A gente persegue muito isso, mostrar às pessoas, a noção geral de onde elas vivem, para que possam ter o mínimo de informação sobre o que acontece ao redor. Tudo de forma agradável.¹⁵

Depreende-se dessas afirmações que, enquanto o Jornal do Almoço busca conferir uma visão mais ampla dos acontecimentos da região, o Pampa Meio-Dia prioriza questões mais específicas, ligadas de forma direta à comunidade local, utilizando-se, por isso, de uma linguagem mais popular, o que condiz com as respostas dadas pelos entrevistados.

“Relação com os Âncoras”

A relação que os telespectadores têm com o apresentador – ou âncora, no caso dos telejornais – é um dos fatores que determina sua fidelidade ao programa. Segundo Fausto Neto (2002), essa determinação tem como causa primordial o fato de que a observação dos telespectadores vai além do desempenho jornalístico dos apresentadores, pois são consideradas características como o tipo de voz, de olhar, de postura, de semblantes, entre outras. Para o autor, os apresentadores não são vistos apenas como leitores de papel e o receptor não apenas escuta, mas observa, descreve, compara, avalia, deixa se sentir tocado ou não por “manobras enunciativas” do âncora.

¹⁴ Em entrevista realizada no dia 24 de março de 2004.

¹⁵ Em entrevista realizada no dia 23 de março de 2004.

E.1. Gosto muito de determinados jornais inclusive pela pessoa que tá passando (...). Tem algumas pessoas que complementam, eu gosto muito. Aquele repórter que dá a reportagem e dá o parecer. Coisa que o pessoal da Globo já não faz (...), não dá seu parecer, aquela cutucadinha assim para alertar (...).

E.2. Acho que (os âncoras) têm uma postura correta, sempre de neutralidade. Embora neutralidade seja uma coisa muito difícil, mas acho eles bem neutros.

E.3. Acho que os apresentadores estão sempre corretamente vestidos, se apresentam muito bem, a dicção é ótima, a gente consegue acompanhar bem, falam pausadamente. (...) Sempre me pareceram muito simpáticos.

E. 4. (...) Falando de televisão a imagem também é importante. Então, tu coloca uma pessoa que não é agradável visualmente (...) ou tem uma voz irritante... Aquilo começa a gritar e chama a atenção a ponto de fugir da notícia. Ou uma pessoa que é linda demais, também, tu acaba se desconcentrando. (...) Além de toda a parte técnica do jornalista tem, ainda, a parte visual.

Nesses trechos, pode-se perceber que os telespectadores, em geral, levam em consideração a simpatia, a postura, a vestimenta e a imparcialidade dos apresentadores. Em relação a essa última característica, há que se destacar a consciência dos telespectadores de que a imparcialidade ou a objetividade total dos jornalistas não é possível, já que, como qualquer pessoa, possuem experiências próprias e diferentes visões de mundo que acabam influenciando, ainda que indiretamente, no modo de veicular as notícias.

Para o primeiro entrevistado, por exemplo, é justamente essa visão diferenciada que determina o seu gosto ou não por determinado âncora, pois acredita que seja importante ouvir a notícia e, após, o comentário do jornalista. Porém, a opinião daqueles que produzem o telejornal vai justamente na contramão dessa idéia de que deve haver comentário depois da notícia. Em relação à linguagem utilizada nos telejornais, o editor do Jornal do Almoço

acrescenta: “A gente busca mudar, mas não pode radicalizar, começar a emitir opinião, por exemplo. O que a gente tenta é tornar os jornais mais conversados, buscar a linguagem coloquial”¹⁶.

Além disso, os telespectadores entendem que, ao assistir a um telejornal, estão permitindo que os jornalistas “entrem” em suas casas e participem de um momento de relevância na rotina familiar: a hora do almoço.¹⁷

E.1. - “Tu olha o repórter... quem tá na televisão tá entrando dentro da casa da gente”

Justamente por reconhecer esta “invasão” no momento em que as pessoas estão almoçando e por considerar a diversidade na faixa etária dos telespectadores, o editor do Jornal do Almoço ressalta que se “deve ter o cuidado de informar e não chocar, usar as coisas esteticamente bem colocadas”¹⁸.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa apresentada foi desenvolvida com objetivo principal de compreender como os telespectadores santa-marienses – mais especificamente a comunidade acadêmica da UNIFRA – fazem a apropriação da oferta discursiva dos telejornais produzidos na cidade. Conseqüentemente, foram identificados alguns vínculos existentes entre essas duas instâncias e, a partir disso, tornou-se possível traçar algumas observações finais. É preciso ressaltar, no entanto, que se tratam de conclusões pontuais e que não podem ser generalizadas, já que o contexto do estudo é específico.

Para a consecução do referido objetivo aqui proposto, – e com base em estudos teóricos sobre o tema no cenário brasileiro – a opção foi por uma pesquisa qualitativa, na qual fossem observados os costumes, as rotinas, a maneira como os telespectadores recebem os telejornais, os vínculos que cada um constrói de forma singular com a oferta e a própria produção. Torna-se interessante destacar, como já na primeira etapa do estudo – a revisão bibliográfica – um aprendizado

¹⁶ Segundo informação do editor, Júlio Cargino, em entrevista realizada no dia 23 de março de 2004.

¹⁷ Em relação a esses rituais próprios seguidos pelos telespectadores, em que os programas não chegam à realidade dos receptores de forma linear, Fausto Neto (1996a) aborda os diferentes modos de vida de cada telespectador que constituem diversas condições de recepção, em que a televisão se insere no espaço doméstico e convive com vários hábitos já enraizados na cultura familiar.

¹⁸ Segundo informação do editor, Júlio Cargino, em entrevista realizada no dia 23 de março de 2004.

acadêmico significativo foi alcançado, pois a leitura de diversos artigos tornou não só o trabalho de campo mais fácil e compreensível, mas também forneceu embasamento e permitiu que a escrita científica fluísse de maneira cada vez mais natural. Pode-se considerar, então, esta a primeira importância da iniciação científica: despertar o gosto pela leitura de trabalhos de diversos autores, cujas idéias ajudam a entender conceitos e fortalecem a fundamentação teórica dos próprios argumentos.

No momento seguinte, foi elaborado um questionário exploratório para ser aplicado a uma amostra aleatória da comunidade acadêmica da UNIFRA; depois, a partir de um roteiro por pautas, os editores dos dois telejornais foram entrevistados visando-se a apontar o processo de produção do telejornal e o funcionamento interno do meio de comunicação; seqüencialmente, alguns telespectadores que responderam ao questionário foram contatados e entrevistados segundo um novo pré-roteiro, em que o objetivo principal foi verificar a forma como cada um apreende a oferta discursiva dos telejornais *Jornal do Almoço* e *Pampa Meio-Dia*; a partir das entrevistas em profundidade, as informações obtidas foram analisadas.

Esses passos representaram a primeira realização de um trabalho de campo, anteriormente visto apenas na teoria. Assim, algumas sensações inesperadas foram vividas, já que, tratando-se de uma iniciação, muitas situações foram idealizadas. Não se imaginou, por exemplo, que alguém não responderia a um questionário na universidade; mas na realidade, houve quem não quisesse responder, e o que poderia ter servido como desestímulo, acabou sendo útil para melhorar a explicação e a argumentação sobre o porquê da aplicação daquelas questões. Além disso, os contatos telefônicos, tanto com os editores dos telejornais quanto com os membros da comunidade acadêmica da UNIFRA, exigiram, também, o exercício de uma explicação sucinta, mas completa.

De todas as informações levantadas durante a pesquisa, algumas se destacaram de maneira particular por revelarem situações mais gerais e que sequer foram imaginadas previamente. Exemplo disso é a utilização do telejornal como ferramenta de trabalho, ou seja, a informação midiática não se restringe ao local em que é recebida, muito pelo contrário, é levada para o exercício da profissão dos entrevistados e tem papel de destaque no surgimento e alicerce das mais variadas discussões no processo de ensino-aprendizagem. Do mesmo modo, a utilização das informações dos telejornais pôde ser observada no meio familiar, onde, freqüentemente, os pais fazem uso do conteúdo jornalístico como forma de educar os filhos, criando debates que podem variar com o interesse de cada família.

Essas ressonâncias que são produzidas, singularmente, pelos telespectadores – seja ao transformar os temas em ferramenta para a vida

profissional, seja ao fazer uso de questões que consideram importantes na formação da cultura familiar – são decorrentes da apreensão que cada um faz da oferta discursiva. Dessa forma, cada telespectador reedita, recorta, reconstrói, reelaborando seu próprio telejornal a partir de um rol de questões que lhe interessa.

Além disso, o fato de os telespectadores não conseguirem definir quando começaram a assistir ao Jornal do Almoço revela uma estreita relação entre o processo de produção e recepção. Ou seja, os vínculos que as pessoas estabelecem com a oferta discursiva fazem parte de suas vidas e já estão, de certa forma, enraizados em sua rotina.

Finalmente, considerando-se o papel do telejornal na vida das pessoas, de acordo com as informações levantadas, seria interessante que se buscasse investigar se os produtores usam com ética e responsabilidade a influência que exercem em seus telespectadores já que, quanto maior a confiança do público em um veículo ou programa, maior pode ser a possibilidade de as informações serem utilizadas sem o devido distanciamento crítico. É relevante considerar que este estudo pode ser complementado com uma abordagem que una os âmbitos da produção, recepção e análise do produto, investigando o agendamento de determinado tema pelos produtores e a forma como os receptores apreendem esse mesmo tema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FAUSTO NETO, Antônio. **O OUTRO Telejornal**. Condições de recepção e modos de apropriação das informações televisivas no Brasil. Rio de Janeiro : UFRJ, 1996a.

___ **Televisão e vínculo social**. Telejornal – Modos de Recepção e Posições de Leituras. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996b.

___ **TV Reality Show: Estratégias de Produção e Recepção da Comunidade de Sentidos**. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1994