

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**TV EM TELA**  
**Um estudo do telejornal DFTV**  
**da Rede Globo: da Emissão à Recepção**

**CAMILA GUIMARÃES**

**Brasília  
2006**

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**

# **TV EM TELA**

**Um estudo do telejornal DFTV  
da Rede Globo: da Emissão à Recepção**

**Brasília  
2006**

**Universidade de Brasília**  
**Faculdade de Comunicação**  
**Programa de Pós-Graduação em Comunicação**  
**Linha de Pesquisa de Imagem e Som**  
**Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dra. Tânia Siqueira Montoro**

# **TV EM TELA**

## **Um estudo do telejornal DFTV da Rede Globo: da Emissão à Recepção**

**Camila Guimarães**

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Comunicação pelo curso de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília.

**Brasília**  
**2006**

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**TV EM TELA:**

**Um estudo do telejornal DFTV  
da Rede Globo: da Emissão à Recepção**

**Camila Guimarães**

**Aprovada por:**

---

**Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Tânia Siqueira Montoro (Faculdade de Comunicação - Orientadora)**

---

**Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Selma Regina Nunes Oliveira (Faculdade de Comunicação)**

---

**Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Vânia Lucia Quintão Carneiro (Faculdade de Educação)**

---

**Prof. Dr. Armando Bulcão (Faculdade de Comunicação - Suplente)**

## **Resumo**

Neste estudo, analiso a relação do telejornal local DFTV da Rede Globo com telespectadores heterogêneos, articulando os referenciais dos estudos culturais da comunicação e dos estudos de recepção. A partir de uma observação detalhada da história e da produção do DFTV e de entrevistas com 30 representantes da comunidade de 3 cidades do DF (Brasília, Taguatinga e Santa Maria) foi possível compreender como o DFTV, que se propõe a ser comunitário, é representado na linguagem audiovisual, a fim de identificar as produções de sentido, os mecanismos de resistência e as articulações estabelecidas entre as representações e as experiências vivenciadas por estes grupos de receptores. A pesquisa está centrada na análise de conteúdo do telejornal e dos discursos dos receptores, entendendo o telespectador como ativo e disposto a interagir com as informações que recebe, construindo o significado da mensagem a partir de seu universo social e cultural.

## **Abstract**

In this study, I analyze the relation of the local TV news program – DFTV – with heterogeneous viewers, managing the cultural referential studies of communication and its receptivity studies. Based on a detailed observation of DFTV’s history, production and interviews with more than 30 community representatives in 3 cities (Brasília, Taguatinga and Santa Maria), It was possible to understand how this news program -DFTV, which intends to serve the community, is represented in an audiovisual language, in order to identify the trend productions, the mechanisms of resistance and the bounds established between those representatives and its receiver’s speeches, through their daily live experiences. The research is centered in the analysis of DFTV’s content and receiver’s speeches, understanding the viewer as an individual willing to participate and interact with the received information, building the message’s meaning from its social and cultural environment.

*Dedico este trabalho aos meus mestres Prof<sup>ª</sup>.  
Tânia e Prof. Ademir, que me ajudaram a  
caminhar por um mundo desafiador: o do  
conhecimento.*

## **Agradecimentos**

À minha família, por acreditar em mim.

Aos meus pais Celso e Espedita, pelo amor sempre.

À madrinha Lourdes, pelo exemplo de vida.

À minha irmã Milene, pela leitura rigorosa. Suas dicas foram precisas para que eu conseguisse desenvolver a dissertação.

Ao meu irmão Bruno, pelo apoio na área de informática. Do início ao fim.

Ao Ricardo, pela ajuda e paciência. E por compartilhar comigo momentos inesquecíveis.

A todos os meus amigos, pelo incentivo.

À Andréa Lara, colega de mestrado e colaboradora, por se revelar uma amiga muito especial.

À Tânia Montoro, pelo acompanhamento enriquecedor nesta trajetória, sempre me mostrando o rumo certo.

À Selma Regina, pela força nos momentos difíceis. Uma ajuda mais que especial.

À Vânia Quintão, que trouxe desde o início dicas valiosas para o meu projeto.

Aos diretores de jornalismo e de programação da TV Globo Brasília, por fornecer dados importantes que enriqueceram esta pesquisa.

Aos colegas de trabalho na redação do telejornal local DFTV, pela disposição em participar.

Aos dirigentes do Rotary Club, pela divulgação da pesquisa para a escolha dos membros do estudo de recepção.

Aos 30 entrevistados de Brasília, Taguatinga e Santa Maria, pelo entusiasmo e pela maravilhosa contribuição.

À família Araújo: Ademir, Wilma, Vicente e Mano, pelo apoio emocional, acadêmico, jurídico, intelectual e pessoal. Vocês foram amigos, irmãos, professores e psicólogos.

# Sumário

APRESENTAÇÃO .....	01
INTRODUÇÃO .....	04
<b>CAPÍTULO 1. MEIO SÉCULO DE TV NO BRASIL .....</b>	<b>13</b>
1.1. O telejornalismo na televisão brasileira .....	13
1.2. A trajetória do telejornal DFTV da Rede Globo de televisão .....	23
1.3. Comunitário ou local: o telejornal DFTV em questão .....	33
1.4. Características do telejornal DFTV .....	46
1.5. Perfil da audiência do telejornal DFTV .....	50
<b>CAPÍTULO 2. REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO .....</b>	<b>54</b>
2.1. Estudos culturais e a recepção de televisão .....	54
2.2. Aportes qualitativos dos estudos de recepção de telejornal.....	66
2.3. Procedimentos metodológicos utilizados nessa investigação .....	69
2.3.1. Recorte do telejornal DFTV: Novembro/2005.....	76
2.3.2. Grupos Focais .....	78
2.3.3. Análise de discurso .....	82
<b>CAPÍTULO 3. ANÁLISE DO TELEJORNAL DFTV .....</b>	<b>84</b>
3.1. O telejornal DFTV: a emissão .....	84
3.2. Análise de conteúdo das mensagens em Novembro/2005 .....	114
3.3. Análise do discurso das mensagens em Novembro/2005.....	124

<b>CAPÍTULO 4. ESTUDOS DE RECEPÇÃO:</b> .....	<b>132</b>
<b>4.1. Lugares de recepção e perfil dos grupos participantes</b> .....	<b>136</b>
<b>4.1.1. Brasília</b> .....	<b>140</b>
<b>4.1.2. Taguatinga</b> .....	<b>145</b>
<b>4.1.3. Santa Maria</b> .....	<b>150</b>
<b>CAPÍTULO 5. AS VOZES DOS RECEPTORES</b> .....	<b>156</b>
<b>5.1. O telejornal DFTV representa os moradores do Distrito Federal?</b> .....	<b>165</b>
<b>5.2. Qual o impacto da linguagem na recepção do telejornal DFTV?</b> .....	<b>181</b>
<b>5.3. Como se constroem os processos de interação e de mediação entre mensagem e público?</b> .....	<b>188</b>
<b>CAPÍTULO 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>198</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>205</b>
<b>ANEXO</b> .....	<b>212</b>

## Apresentação

A televisão sempre fez parte da minha vida, antes mesmo de eu nascer. Minha mãe, grávida, escolheu meu nome depois de assistir a uma matéria no telejornal Fantástico, exibido aos domingos, na Rede Globo em 1975. Uma reportagem sobre uma jovem pianista de longos cabelos negros, chamada Camila, que aos 11 anos de idade demonstrava um talento incomum.

Ganhei a homenagem, mas não me interessei por piano, nem sequer tentei aprender sobre música. Mas desde a infância gosto de ouvir essa história e aprendi a admirar as outras “estórias” da TV, um objeto mágico que sempre fez parte da casa. Sempre teve uma televisão na sala de estar e, com o passar dos anos, surgiu uma no quarto, outra na sala de jantar e mais uma na cozinha. A TV se incorporou a rotina da minha família e da família brasileira e se tornou o principal meio de informação e divertimento. Ela fascina porque corporifica a cultura que representa. Quando se chega em casa, liga-se a televisão. Na hora do almoço, à noite, nas tardes de sábados e no fim do domingo, ela sugere temas às conversas e faz parte dos debates.

Como ressalta Sofia Zanforlin <sup>1</sup>, a televisão é atualmente o elemento primordial de informação e entretenimento, adquire o poder de conferir legitimidade e o sentimento de pertencimento às comunidades. A televisão é a invenção que refletiu, moldou e recriou a cultura do século XX.

No momento de escolher minha profissão, optei por ser contadora de “estórias” reais, ou melhor, jornalista. E assim, presenciar os fatos e os acontecimentos, ver de pertinho momentos históricos, sentir a emoção de um depoimento importante, ali bem do lado, para poder transmitir depois, com veracidade, uma historieta, uma narrativa envolvente.

Mas quando passei a trabalhar em televisão, especificamente em telejornal local, nunca antes havia pensado em analisar como se dá o processo de comunicação, de informação televisual. Como é a percepção do público? Íntima ou participativa? De que

---

<sup>1</sup> ZANFORLIN, Sofia. *Rupturas Possíveis: Representação e Cotidiano na Série Os Assumidos (Queer as Folk)*. São Paulo: Annablume, 2005. p. 52.

forma o público interage com as mensagens? Com os atores? E com os cenários? Os temas? Enfim, com o cotidiano que se exhibe na tela da TV?

Há 9 anos trabalhando como repórter na TV Globo Brasília, sempre percebi recepção ativa das notícias. Tem gente que repudia os fatos ruins divulgados, chegando a desligar a televisão; outros não vivem sem saber o que acontece no mundo, no país e na sua cidade e pontuam o horário de seus compromissos em antes e depois do telejornal; há telespectadores que não só assistem como conversam e interagem com o que é mostrado na tela da TV, se sentem participantes sem mesmo estar dentro do processo de produção das mensagens. Circulou recentemente pela internet uma crônica assinada por Luis Fernando Veríssimo, que fala sobre hábitos e descreve a relação dele com o telejornal.

Sei direitinho o que faz bem e o que faz mal pra minha saúde. Prazer faz muito bem. Dormir me deixa 0 km. Ler um bom livro faz-me sentir novo em folha. (...) Brigar me provoca arritmia cardíaca. Ver pessoas tendo acessos de estupidez me embrulha o estômago. Testemunhar gente jogando lata de cerveja pela janela do carro me faz perder toda a fé no ser humano. E telejornais... os médicos deveriam proibir - como doem!

Não é raro ouvir opiniões das mais variadas sobre os programas jornalísticos. Observa-se que as pessoas têm reações frente às notícias e são raros os que tentam desvendar como recebem o conteúdo dos telejornais.

Como jornalista, percorrendo as ruas das cidades diariamente, confesso que é complexo captar com abrangência as idéias e as reflexões emanadas do público. Mauro Wolf <sup>2</sup> define que os critérios relativos ao público são difíceis e ricos de tensões opostas. E vai adiante. Para o autor, os jornalistas raramente conhecem o seu público; mesmo que os órgãos de informação promovam pesquisas sobre as características de audiência, os seus hábitos e suas preferências.

Então, entendi que era necessário aprofundar-me no estudo dos processos de produção, do discurso jornalístico e dos sentidos que esse código televisual exerce nos receptores da mensagem. Escolhi para análise mais específica o telejornal local DFTV, veiculado pela Rede Globo em Brasília, no horário das 12h15min às 12h45min.

Lancei-me ao desafio da descoberta e convido o leitor para me acompanhar num breve encontro, rico e emocionante, com telespectadores deste telejornal. Pelas falas e

---

<sup>2</sup> WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 2003. p. 212.

pelos discursos verbais dos participantes dos grupos focais estruturados, o leitor poderá perceber e identificar as opiniões das pessoas sobre o telejornal DFTV, saber como recebem as notícias e até que ponto as informações captadas modificam, se alteram e mediam o cotidiano delas.

Espero que esta pequena pesquisa contribua para que mais e mais jornalistas, pesquisadores, universitários e interessados em geral conheçam as formas de consumo de um telejornal local.

## Introdução

*“Es fundamental señalar que la televisión se constituye, para la mayoría de la población brasileña, en el medio de comunicación capaz de unir las enormes distancias geográficas que separan norte y sur y llevar información a todos los segmentos sociales” (MONTORO, 2001, p.06) <sup>3</sup>.*

A televisão surgiu no final dos anos 50 e ocupou um lugar de destaque nos meios de comunicação no século XX. Desde o início, apresentou algumas vantagens em relação aos outros veículos de comunicação, por ter as imagens que o rádio não possui e por ser mais acessível culturalmente do que o jornal impresso, já que a televisão não exige o domínio da escrita, um pré-requisito para o entendimento das notícias publicadas. A televisão é um fenômeno de massa de grande impacto na vida social, um meio de comunicação que transmite valores. Está pautada nos temas discutidos no cotidiano e é capaz de fixar hábitos na rotina das pessoas. Ela é um mecanismo de comunicação capaz de fazer a ligação igualitária entre ricos e pobres, jovens e velhos, rurais e urbanos, cultos e menos cultos.

Não se pode negar que a televisão destaca características nacionais. A maior força consistiu sempre em dirigir-se a todos os públicos. Tem o papel essencial de laço social. A televisão tem como caráter reunir indivíduos e públicos que tudo tende a separar e oferece-lhes a possibilidade de participar individualmente de uma atividade coletiva. É uma aliança bem particular entre indivíduo e a comunidade que faz dessa técnica uma atividade constitutiva da sociedade contemporânea (WOLTON, 1996, p.15) <sup>4</sup>.

Para Pedro Maciel <sup>5</sup>, a imagem que fascina e prende a atenção das pessoas, aliada ao som envolvente e emocionante, transforma a televisão no veículo de comunicação mais poderoso já inventado. Heródoto Barbeiro e Paulo Lima <sup>6</sup> completam que a televisão é um dispositivo audiovisual através do qual a sociedade pode divulgar os seus feitos, anseios, sonhos e crenças para toda a humanidade. A TV é um mediador de parte significativa de

---

<sup>3</sup> MONTORO, Tânia Siqueira. *La Violencia como Notícia: Un Análisis de los Telediarios de mayor Audiencia en Brasil*, Barcelona, 2001, Tese (Doutorado em Comunicação Audiovisual e Publicidade), Universidad Autonoma de Barcelona, U.A.B., Espanha. p. 06.

<sup>4</sup> WOLTON, Dominique. *Elogio do Grande Público – Uma Teoria Crítica da Televisão*. São Paulo: Ática, 1996. p. 15.

<sup>5</sup> MACIEL, Pedro. *Jornalismo de Televisão: Normas Práticas*. Porto Alegre: Sagra – DC Luzzatto, 1995. p. 16.

<sup>6</sup> BARBEIRO, Heródoto e LIMA, Paulo Rodolfo. *Manual de Telejornalismo – O Segredo da Notícia na TV*. Rio de Janeiro: Campús, 2002. p. 15.

nossas relações sociais. Ela reflete e constrói imaginários sociais através de suas imagens e discursos. “As pessoas usam a televisão para entender, compreender sua sociedade e extrair opiniões sobre os mais diversos aspectos a vida. Empregam o meio para buscar uma identificação com a sociedade e uma identidade para si mesmas”<sup>7</sup>.

A televisão incita o consumo e homogeniza os estilos de vida, além de defender uma única modernização para o país.

A televisão não traz consigo apenas um maior investimento econômico e uma maior complexidade de organização industrial, mas também um refinamento qualitativo dos dispositivos ideológicos. Imagem plena da democratização desenvolvimentista, a televisão realiza-se na unificação da demanda, que é a única maneira pela qual pode conseguir a expansão do mercado hegemônico sem que os subalternos se ressintam dessa agressão. Se somos capazes de consumir o mesmo que os desenvolvidos, é porque definitivamente nos desenvolvemos (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.262)<sup>8</sup>.

Segundo Luiz Pereira Junior<sup>9</sup>, como a porta da caverna de Platão, a TV é o contato com o ideal, com o inalcançável, com o indireto. Senta-se a família, unidade básica de audiência, diante da televisão como os primitivos se sentavam ao redor da fogueira. Na América Latina, mas especificamente no Brasil, em média, a população que assiste a TV passa quase quatro horas por dia exposta ao veículo. Isso representa 25% do tempo que uma pessoa permanece acordada, considerando-se um período de 8 horas diárias de descanso. Carlos Ávila<sup>10</sup> considera que a televisão brasileira é dirigida em especial à classe média, ao homem das grandes cidades, mas dissemina sua mensagem indiretamente, sem distinção de classe ou idade, à procura de possíveis clientes.

A mídia se transformou, até certo ponto, na grande mediadora e mediatizadora, e, portanto, em substituta de outras interações coletivas. O cidadão se torna cliente, público consumidor (CANCLINI, 2003, p. 289)<sup>11</sup>.

---

<sup>7</sup> FRANÇA, Lisa. *Contribuições da Televisão para a Formação da Identidade da Adolescência – Uma Análise do Processo de Recepção*. Trabalho apresentado no XII Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, GT de Mídia e Recepção. Recife, 4 -5 jun, 2003. 12p. Disponível em: (<http://www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos.htm>). Acesso: 20/09/2005.

<sup>8</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações – Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003. p. 262.

<sup>9</sup> PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. *A Vida com a TV – O Poder da Televisão no Cotidiano*. São Paulo: Senac, 2002. p. 13.

<sup>10</sup> ÁVILA, Carlos Rodolfo Amêndola. *A Teleinvasão: a Participação Estrangeira na Televisão do Brasil*. São Paulo: Cortez, 1982. p. 50.

<sup>11</sup> CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas Híbridas – Estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EdUSP, 2003. p. 289.

No Brasil, o jornalismo na TV abriu as portas da informação e do mundo para grande parte da população que não tinha acesso aos jornais impressos, aos acontecimentos, aos fatos a nossa volta. O telejornalismo exerce um importante papel na televisão com sua função social: a de formar uma opinião pública, prestar serviço à comunidade e permitir um amplo acesso a informação.

Para alguns teóricos, mídia é sinônimo de globalização <sup>12</sup>, de comunicação sem fronteiras, de universalização da informação porque ela tende a uniformizar idéias e modos de viver, faz com que cada qual pense só o que lhe fazem pensar.

No mundo pós-moderno globalizado, (...) os fluxos culturais entre nações criam consumidores para os mesmo bens, clientes para os mesmo serviços, públicos para as mesmas mensagens e imagens – entre pessoas que estão bastantes distantes umas das outras no espaço e no tempo (HALL, 2003, p. 74) <sup>13</sup>.

Mas, apesar dessa homogeneização na comunicação, as diferenças, as singularidades e as variações dos produtos culturais não foram desprezadas. As notícias de interesse geral não extinguiram o interesse por informações regionais e localizadas. Pelo contrário. Há uma preocupação recente no Brasil e no mundo com a realização de estudos voltados e identificados com os problemas de regionalidades e localidades. Para Rogério Bazi <sup>14</sup>, mesmo o mundo caminhando a passos largos em direção à globalização, as pessoas desejam primeiro se sentir informadas daquilo que acontece na sua cidade, na sua região, para depois se informar sobre o que ocorre no resto do mundo. A comunicação está mais dirigida e pessoal e é, nesse vácuo, que o regional cresce. Stuart Hall esclarece que uma tendência do mundo pós-moderno global é que as identidades regionais e comunitárias, cada vez mais, se tornem mais importantes, resultado de uma resistência e de uma reação à globalização.

---

<sup>12</sup> O termo globalização surgiu no começo dos anos 80 nas *business schools* norte-americanas e foi usado inicialmente por consultores internacionais de marketing através de livros e de artigos na imprensa econômica de língua inglesa. O termo, atualmente, é empregado em todos os setores e significa a capacidade estratégica de todo grupo adotar por conta própria em enfoque e conduta globais (CAPPARELLI, Sergio e LIMA, Venício A. *Comunicação e Televisão – Desafios da Pós-Globalização*. São Paulo: Hacker, 2004. p. 11).

Usando a definição de Stuart Hall, globalização se refere àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado.

<sup>13</sup> HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003. p. 74.

<sup>14</sup> BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. *TV Regional – Trajetórias e Perspectivas*. São Paulo: Alínea, 2001. p. 89

Se de um lado há uma tendência em direção à homogeneização global, há também uma fascinação com a diferença (...) e um novo interesse pelo local (HALL, 2003, p. 77)<sup>15</sup>.

A Constituição Federal, promulgada em 1988, em seu artigo nº 221, inciso III, prevê a regionalização da produção cultural, artística e jornalística das emissoras de televisão. Tramita no Congresso Nacional um projeto de lei que estabelece que as emissoras nacionais devem produzir, no mínimo, 30% de programação regional, a fim de que a comunidade local tenha acesso à divulgação da informação e da cultura regional. O projeto ainda está em discussão na Câmara e no Senado.

Na década de 80, a TV Globo intensificou o projeto de regionalização da programação da emissora com a criação de telejornais locais e com a implementação de um setor específico para atender às afiliadas: a CGAE – Central Globo de Afiliadas e Expansão, responsável por ampliar e repassar para as empresas repetidoras do sinal da Rede Globo todo o apoio e uma estrutura de programação, engenharia e jornalismo. No âmbito de produção regional, surgiram telejornais locais em todos os estados e no Distrito Federal: em Minas Gerais, o MGTV; no Rio de Janeiro, o RJTV; na Bahia, o BATV; no Distrito Federal, o DFTV, entre outros.

No *site* do sistema Globo<sup>16</sup> na internet (<http://www.globo.com>), é possível conhecer a definição dos dois maiores telejornais locais: o RJTV e o SPTV, do Rio de Janeiro e de São Paulo, respectivamente:

"O RJTV explora os debates entre a população e as autoridades, procura ajudar a resolver os problemas do Rio de Janeiro com campanhas e discussões e cobra soluções para melhorar nosso cotidiano. Adotando um perfil de jornal comunitário, o RJTV promove com ética e responsabilidade, a credibilidade e o bom senso jornalístico, ajudando os cariocas e os fluminenses a exercer sua cidadania"<sup>17</sup>.

---

<sup>15</sup> HALL, 2003, op. cit., p. 77.

<sup>16</sup> O sistema Globo é um grupo de comunicação formado por diferentes empresas. Jornais: Diário de São Paulo e O Globo. Emissoras de rádio: 98 FM, BH FM, CBN, Globo FM, Rádio Globo RJ e Rádio Globo SP e Rádio Click. Revistas: Autoesporte, Casa e jardim, Crescer, Criativa, Época, Galileu, Grupo Rural, Marie Claire, Pequenas Empresas Grandes Negócios, Quem Acontece e Turma da Mônica. Canais de TV: Canal Brasil, Futura, Globo News, GNT, Multishow, Net, Premiere, Premiere Shows, Rede Globo, Sexy Hot, Shoptime, Sportv, Telecine e USA. Empresas de distribuição de Conteúdo: Net Serviços de Comunicação, Globosat, Sky, TV Globo Internacional, Vicom e Virtua. Empresas de informação: Agência O Globo, Editora Globo, Globo Livros e Infoglobo. Empresas de serviços financeiros: Globopar e Seguradora Roma. E-commerce: Shoptime e Som Livre. Shopping Centers: Botafogo Praia Shopping, Center Vale, Downtown e Interlagos. Outros: Fundação Roberto Marinho e Telecurso 2000.

<sup>17</sup> Disponível em: (<http://rjtv.globo.com/RJTV/0,19125,3118,00.html>). Acesso: 10/10/2004. História do telejornal RJTV.

"A grande São Paulo em formato de telejornal. Notícias, prestação de serviço, campanhas comunitárias (...) No SPTV, lideranças de bairro e autoridades debatem, ao vivo, as soluções para os principais problemas da cidade. Nosso trabalho é traduzir para o telespectador as tendências desta cidade que se movimenta dia e noite, sem parar. É o paulistano pautando o nosso telejornal"<sup>18</sup>.

Os telejornais RJTV, da Rede Globo Rio, e SPTV, da Rede Globo São Paulo, são telejornais da empresa TV Globo. A matriz é a emissora do Rio de Janeiro (RJ). São filiais - geradoras próprias - da empresa as emissoras de São Paulo (SP), Belo Horizonte (MG), Brasília (DF) e Recife (PE). Nas outras capitais e em algumas cidades do País, existem empresas associadas à TV Globo, chamadas de afiliadas, que retransmitem a programação da rede. No total, são 98 afiliadas. Essas emissoras não têm a razão social da empresa com o nome TV Globo. Cada uma tem um nome específico, por exemplo: TV Cabugi, em Natal (RN); TV Verdes Mares, em Fortaleza (CE); TV Modelo, em Bauru (SP); TV Aliança, em Sorocaba (SP); TV Bahia, em Salvador (BA); e outros.

Esses telejornais locais da TV Globo têm um ponto em comum. Definem-se como próximos da comunidade. O termo "comunitário" é amplamente utilizado pelas emissoras na divulgação de seus telejornais para que o público aceite imediatamente as notícias – produto cultural - e as integre ao seu cotidiano. O conceito de comunidade vem sendo estudado ao longo do tempo por cientistas sociais e sendo incorporado por profissionais de comunicação sem ser necessariamente aparado conceitualmente. Comunidade, para Hall<sup>19</sup>, reflete precisamente o forte senso de identidade que existe entre os grupos. Entendendo que comunidade não é sinônimo de um grupo da periferia, fechado, etnicamente puro, culturalmente tradicional e intocado. O teórico defende que a globalização está tendo implicações em toda a parte, incluindo nações e comunidades no seu efeito pluralizador cultural. As sociedades 'particulares' têm estado sempre abertas às influências culturais nacionais. As comunidades são, portanto, multiculturais. O termo multicultural descreve as características sociais de qualquer sociedade na qual diferentes comunidades culturais convivem e tentam construir uma vida em comum, ao mesmo tempo em que retêm algo de sua identidade original. Uma comunidade multicultural é uma comunidade culturalmente heterogênea.

---

<sup>18</sup> Disponível em: (<http://sptv.globo.com/Sptv/0,19125,VSH0-3008,00.html>). Acesso: 10/10/2004. História do telejornal SPTV.

<sup>19</sup> HALL, Stuart. *Da Diáspora - Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003. p. 80.

A inserção regional de notícias, mais próxima da comunidade que vive numa determinada região, na programação televisiva também é, para empresários, comunicadores e executivos, um fator de sobrevivência das emissoras. A entrada de publicidade local nos intervalos dos telejornais locais garante um retorno financeiro significativo para os departamentos comerciais das empresas.

Os noticiários locais tornaram-se muito importantes para as emissoras (...) Através deles, a emissora trata de assuntos ligados à audiência local, atende à sua população e aufer lucros com a venda de espaço na própria região que atua (SQUIRRA, 1993, p. 53)<sup>20</sup>.

A Rede Globo de televisão tem, entre seus programas regionais, o telejornal DFTV, que atinge o Distrito Federal e algumas cidades do entorno, em Goiás. De acordo com a empresa, o telejornal do DF busca soluções para os problemas locais e tem como finalidade, mostrar na TV os problemas da rua, do bairro, das quadras; transformar o telespectador em personagem das notícias e se aproximar da comunidade. Um telejornal que também se define como comunitário.

O que motivou o interesse neste estudo foi descobrir as características do DFTV, telejornal da cidade onde moro, e identificar o perfil do público e a percepção dos telespectadores do telejornal. Para tanto, buscou-se conhecer a história e os processos de produção do telejornal da Rede Globo destinado ao público do Distrito Federal. Em seguida, partiu-se para a pesquisa de campo e análise quantitativa de audiência e análise qualitativa da recepção da mensagem, utilizando instrumentos advindos da análise de conteúdo e do discurso do receptor/consumidor da mensagem. A proposta de pesquisa empírica, usando pressupostos teórico-metodológicos adequados, se realizou com viés de análise interpretativa com a finalidade de compreender o universo discursivo da mensagem desde a sua produção até seu consumo. Como assinala Lúcia Santaella<sup>21</sup>, toda pesquisa nasce do desejo de encontrar resposta para uma questão.

Esse estudo “TV em Tela” fez uma análise preliminar com abrangência específica para identificar as características, a história e o conteúdo do DFTV e para desvendar como determinado público percebe o telejornal da cidade; e até que ponto o conteúdo do jornal é assimilado, interpretado e consumido, identificando as mediações que

---

<sup>20</sup> SQUIRRA, S. *Boris Casoy. O Âncora no Telejornalismo Brasileiro*. Rio de Janeiro: Vozes, 1993. p. 53.

<sup>21</sup> SANTAELLA, Lúcia. *Comunicação e Pesquisa – Projetos para Mestrado e Doutorado*. São Paulo: Hacker, 2001. p. 111.

permeiam sua leitura e interpretação. A pesquisa realizou uma análise de conteúdo e de discurso do telejornal DFTV e um levantamento das formas de recepção do telejornal DFTV junto a 30 moradores, destacando as formas de interatividade que se apresentam na relação da mensagem com o receptor e do público com a tela.

O trabalho quantitativo foi realizado com 6 edições do telejornal DFTV, confrontadas com 18 edições de meses anteriores. Na primeira fase, as edições do DFTV foram gravadas e decupadas em unidades menores. Os dados foram convertidos em categorias (tempo do telejornal, tempo das matérias, tema da reportagem, cidade de origem do fato, entre outros) e analisados comparativamente.

O trabalho qualitativo foi realizado com um número limitado de participantes: 10 pessoas por grupo. Os entrevistados foram reunidos em 3 grupos focais com representantes do Plano Piloto, Taguatinga e Santa Maria. Foram realizados 3 encontros com os grupos de Brasília e de Taguatinga e 2 encontros com os entrevistados de Santa Maria. As reuniões com os grupos foram gravadas e os entrevistados tiveram ciência disto. As matérias do telejornal foram apresentadas para os grupos focais na ordem que foram veiculadas pelo telejornal sem cortes. A escolha dos membros dos grupos seguiu parâmetros definidos na metodologia: intencionalidade e localização (os entrevistados têm de ser morador de uma região administrativa e assistirem com frequência o telejornal DFTV). Numa primeira etapa, foi feito um levantamento das características gerais dos participantes, com aplicação de um questionário sobre hábitos. No dia 6 de novembro de 2005, começou a pesquisa com os grupos focais: apresentação das matérias do telejornal DFTV 1ª edição e coleta de opiniões através de entrevistas em profundidade.

Este estudo buscou compreender como se identificam os telespectadores, ao confrontarem seus sentidos, suas visões e interpretações do mundo, como fazem novas significações e como produzem novos sentidos à mensagem, polissêmica por natureza veiculada cotidianamente pelos telejornais. Wolton <sup>22</sup> enfatiza que a recepção de um telejornal tem o seu mistério: a significação intencional do emissor e a percepção e interpretação do telespectador nem sempre são idênticas.

---

<sup>22</sup> WOLTON, 1996, op. cit., p. 68 – 69.

A presença dos âncoras e dos apresentadores é motivo de preocupação da pesquisa, especialmente no que tange a percepção dos receptores. De acordo com Gilles Lipovetsky, o jornalista/estrela é a encenação midiática de uma personalidade.

Todos os canais estão à procura de jornalistas de *look* sedutor. A apresentação das atualidades é dominada por jornalistas que conseguem modificar de maneira sensível as taxas de audiência. A informação é vendida aos milhões de telespectadores por intermédio da personalidade, do prestígio, da imagem dos apresentadores. É o tempo dos *anchormen*, dos apresentadores-vedete com sua forte cotação de popularidade. (...) Tudo se passa como se o estilo performance dos jornais televisivos tivesse necessidade de um brilho humano, de um luxo de individualidade. Dá-se com a informação o mesmo tratamento que dá-se a objetos da moda ou a publicidade (LIPOVETSKY, 1989, p. 232)<sup>23</sup>.

Apesar de o jornalismo atual ter diminuído as fronteiras entre informação e entretenimento, apresentador e ator, ficção e realidade, estudiosos e profissionais questionam este viés individualista na transmissão da realidade ao fazer jornalismo, o que tem se tornado freqüente nas redações das emissoras no Brasil.

O apresentador de programa jornalístico na TV não é artista nem notícia, trabalha com ela. Integra um processo para contar a uma parte da sociedade o que outra está fazendo. Não é estrela do telejornal, mas é o rosto mais conhecido e familiar do telespectador. Obviamente a exposição no ar lhe dá notoriedade social que alguns confundem com prestígio social, motivo para que ele fiscalize o ego. A TV tem atributo de incentivar o ego de algumas pessoas a ponto de pôr em risco a qualidade do noticiário (BARBEIRO e LIMA, 2002, p. 76)<sup>24</sup>.

Outros pontos foram questionados na pesquisa de campo: como as pessoas vêem o telejornal e as reportagens? Como percebem os conteúdos temáticos veiculados? Que relação se estabelece entre público e cotidiano? Que mediações se estabelecem entre imprensa/população? Como o telejornal se caracteriza como prestador de serviços à comunidade? Como é apresentada e (re) apresentada a cidade de Brasília e suas cidades-satélites? Que assuntos transversalizam a cotidianidade do Distrito Federal?

Neste estudo também se considera a relação entre jornalismo e linguagem audiovisual na conformação dos processos de significação e das transformações estéticas inseridas no telejornal e no favorecimento de uma identidade com o público. Inúmeras influências e conflitos interferem no processo de comunicação, desde a produção da

---

<sup>23</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero – A Moda e seu Destino nas Sociedades Modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. p. 232.

<sup>24</sup> BARBEIRO e LIMA, 2002, op. cit., p. 76.

mensagem até a recepção da mensagem pelo público. A imagem que o público recebe em casa é a representação da realidade, e não a realidade em si. Entendendo por representação social <sup>25</sup> um conjunto de valores que organizam a visão de mundo das pessoas, como categorias de pensamento que expressam e explicam a realidade justificando-a ou questionando-a. Na televisão, representação é a forma escolhida para narrar e relatar o fato e os acontecimentos que dele derivam.

Segundo Ciro Marcondes Filho <sup>26</sup>, a TV é um canal que nos transporta imaginariamente do nosso mundo privado, doméstico, isolado, ao mundo da fantasia e da imaginação. A representação, em especial na televisão, chega a produzir um real mais verdadeiro que o real. O real passa a ser apenas uma sugestão, uma versão. O que passa a existir é o enunciado do fato, o relato e a interpretação dele, não o fato real. Montoro afirma que as representações funcionam como pontes que conectam o sujeito com a realidade e são determinadas pelas matrizes culturais significativas presentes no imaginário. Na verdade, os meios de comunicação são o lugar onde a sociedade é simbolizada, por um lado ela é refletida, e por outro são apresentados os padrões e as possibilidades de ser aos sujeitos-receptores.

Es cierto también, que la televisión se ha introducido en la vida cotidiana adquiriendo un papel fundamental como representadora de la realidad, transformándose así, en una especie de código permanente para la lectura del mundo. Estos códigos y sus formas discursivas construyen totalidades significativas a partir de acontecimientos dispersos (MONTORO, 2001, p. 15 – 16) <sup>27</sup>.

O trabalho é alicerçado nos pressupostos teórico-metodológicos dos estudos culturais da comunicação. Nas páginas adiante, destaca-se o contexto onde se processa a comunicação na TV: da mensagem telejornalística à recepção. Espera-se que os resultados desta pesquisa possam servir de inspiração para o surgimento de outras pesquisas, dissertações e teses que atestem novas hipóteses e ajudem a suprir a curiosidade e a crítica dos estudiosos da Comunicação.

---

<sup>25</sup> Através das representações, as pessoas e os indivíduos têm acesso aos modos de formação do conhecimento, uma vez que, estas representações determinam os campos das comunicações possíveis, dos valores e idéias presentes nas visões de mundo compartilhadas por grupos, em um determinado contexto histórico e social. (MONTORO, Tânia Siqueira. *Sangue na Tela. A representação da violência nos telejornais do Brasil*. In: MOTTA, Luiz Gonzaga (Org). Imprensa e Poder. Brasília: Unb, 2002. p. 302 - 325).

<sup>26</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão: a Vida pelo Vídeo*. São Paulo: Moderna, 1988. p. 109.

<sup>27</sup> MONTORO, 2001, op. cit., p. 15 – 16.

# Capítulo 1. Meio Século de TV no Brasil.

## 1.1. O telejornalismo na televisão brasileira

A televisão chegou ao Brasil num momento político singular, no final dos anos 50, para auxiliar o processo de modernização e crescimento do país e possibilitar a integração nacional. De acordo com Martín-Barbero, a televisão, que tem a função de transmitir valores, especialmente na América Latina permitiu o aumento e a diversificação da indústria e a ampliação do mercado interno. Numa época de plena democratização desenvolvimentista, o surgimento da televisão serviu para unificar a demanda e expandir linguagem e interesses hegemônicos: a homogeneização dos estilos de vida desejáveis. A lógica da produção da TV incita o consumo através da sedução tecnológica e se interessa muito mais pelo telespectador-consumidor do que pelo telespectador-cidadão.

nenhum outro meio de comunicação tinha permitido o acesso a tanta variedade de experiências humanas, de países, de povos, de situações. Mas também nenhum outro jamais se controlou de tal modo que, em vez de implodir o etnocentrismo, terminasse por reforçá-lo (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 262)<sup>28</sup>.

A televisão brasileira surgiu não apenas como um veículo do sistema nacional de comunicação, mas também assumiu neste país a condição da maior via de acesso às notícias e ao entretenimento para grande parte da população. Para Eugênio Bucci<sup>29</sup>, a televisão no Brasil consiste num sistema complexo que fornece o código no qual os brasileiros se reconhecem como brasileiros. A televisão domina o espaço público de tal forma que, sem ela, ou sem a representação do país que ela propõe, torna-se quase impraticável a comunicação e quase impossível o entendimento nacional. A televisão passou a existir sob a tendência de absorver ao máximo as diferenças, para que o telespectador não se sinta isolado ou deslocado e para que seja representado.

---

<sup>28</sup> MARTÍN-BARBERO, 2003, op. cit., p. 262.

<sup>29</sup> BUCCI, Eugênio. *Brasil em Tempo de TV*. São Paulo: Boitempo, 1997. p. 09.

Em setembro de 1950, foi inaugurada por Assis Chateaubriand a primeira emissora de TV no Brasil: 11 anos depois dos Estados Unidos que já tinham 12 milhões de aparelhos recebendo a programação de 100 estações. No dia 18 de setembro, entrava no ar a PRF3 TV Difusora, que depois recebeu o nome de TV Tupi de São Paulo, no canal 3, mais tarde no canal 4. Na América Latina, a TV Tupi foi a emissora pioneira.

O telejornalismo brasileiro nasceu inspirado no modelo americano <sup>30</sup>, apoiado na performance de vídeo dos apresentadores no estúdio e dos repórteres na rua. Os programas adotavam não somente o nome dos patrocinadores, como também sua dinâmica mercadológica publicitária. O telejornal, que seguia os padrões norte-americanos, tinha um estilo preciso: ritmo, redação e locução rápidos, com interrupções (*breaks*) <sup>31</sup> recheadas de inserções comerciais, seguindo a lógica da mídia. Esse modelo copiado introduziu no Brasil um processo de produção, com rígida estrutura de montagem: o espelho do telejornal, com os blocos informativos e comerciais separados e determinados. Para que o telejornal fosse rápido, usavam-se frases que não deveriam ter mais de trinta palavras. Cada notícia deveria durar, no máximo, 16 segundos. Era obrigatório o uso de uma linguagem popular.

Além do modelo norte-americano, a nova mídia no Brasil teve também uma bagagem radiofônica. Enquanto a televisão nos Estados Unidos se desenvolveu apoiando-se na indústria cinematográfica, a brasileira se submeteu à influência do rádio, utilizando inicialmente a mesma estrutura, o formato de programação, a linguagem, os profissionais e os artistas. No início, existiam dificuldades técnicas e a transmissão era feita do estúdio, sem

---

<sup>30</sup> O modelo norte-americano dava ênfase na qualidade técnica da imagem e do som e forçou a profissionalização dos jornalistas brasileiros. A fórmula usada para escolher as notícias que mereciam ser veiculadas (assuntos tendendo ao pitoresco, trivial, útil, gente famosa, esporte, atos de heroísmo, descobertas, invenções e crimes) era para produzir notícias superficiais. O *lead* e a pirâmide invertida foram dois dos conceitos importados dos Estados Unidos como fórmula única para construção da notícia. Recomendava também a necessidade de ajustar a informação verbal à visual e o emprego de uma linguagem jornalística baseada em uma sucessão de manchetes, escritas na forma direta e em frases curtas. O processo de produção telejornalística do modelo norte-americano era excessivamente superficial, muito diferente do modelo europeu e da prática adotada nas emissoras estatais, em que, por disporem de mais tempo faz-se uma cobertura mais profunda dos fatos (REZENDE, 2000, op. cit., p. 90 - 93). A produção televisual americana ordena-se através do código soberano da velocidade; alguma coisa deve estar sempre passando na tela eletrônica, máximo de efeitos visuais, ataque insistente ao olho e ao ouvido, muitos acontecimentos, pouca interioridade; Uma cultura de narração é substituída por uma cultura de movimento (LIPOVETSKY, 1989, op. cit., p. 211 - 212).

<sup>31</sup> *Breaks* são espaços entre duas partes ou segmentos de um programa, interrompidos para transmissão de mensagens comerciais, institucionais, chamadas de outros programas da emissora (RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo. *Dicionário de Comunicação*. Rio de Janeiro: Elsevir, 2001. p. 397).

coberturas externas. Sérgio Capparelli e Venício Lima <sup>32</sup> lembram que demorou para a televisão tirar proveito da tipicidade de sua linguagem, buscando uma identidade própria.

O telejornalismo trouxe prestígio à televisão brasileira. Cumpriu uma função social e política relevante no país, porque atingiu um público, em grande parte iletrado ou pouco habituado à leitura, desinteressado pela notícia. É justamente por causa desse telespectador passivo que o telejornalismo tornou-se mais importante do que se imagina, a ponto de representar a principal forma de democratizar a informação. Em contrapartida, Vera Íris Paternostro <sup>33</sup> enfatiza que os programas jornalísticos têm participação menor que a dos outros gêneros na programação das redes de televisão, apesar da sua relevância.

O primeiro telejornal surgiu na TV Tupi no dia 20 de setembro de 1950, dois dias depois da inauguração da primeira emissora de televisão. O telejornal chamava-se “Imagens do Dia” e era transmitido à noite com as principais notícias da cidade de São Paulo. Ruth Vianna <sup>34</sup> lembra que o primeiro telejornal brasileiro não tinha horário fixo. Podia começar às 9 e meia da noite ou meia hora depois, dependendo da instabilidade da programação e dos problemas operacionais da TV nos seus primeiros dias de funcionamento no Brasil. A equipe de produção do telejornal “Imagens do Dia” era formada por apenas cinco profissionais: um redator, um apresentador e três cinegrafistas. As imagens eram feitas em filme preto e branco. O telejornal durou 1 ano e foi um noticiário televisivo marcado pela improvisação.

O mais importante telejornal da história da TV Brasileira da década de 50 só foi ao ar em 1952 com o nome de “Repórter Esso” <sup>35</sup>, versão televisiva de um programa de rádio. O telejornal recebeu esse nome por ser produzido pela McCann Erickson, uma agência de publicidade responsável pela conta dos postos de combustíveis Esso. Uma época que se constatava certa subordinação aos interesses dos patrocinadores. “O telejornal era todo

---

<sup>32</sup> CAPPARELLI, Sergio e LIMA, Venício A. *Comunicação e Televisão – Desafios da Pós-Globalização*. São Paulo: Hacker, 2004. p. 66.

<sup>33</sup> PATERNOSTRO, Vera Íris. *O Texto na TV – Manual de Telejornalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 32.

<sup>34</sup> VIANNA, Ruth Penha Alves. *História Comparada do Telejornalismo Brasil/Espanha*.

Disponível em:

[http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/anais/gt4\\_audiovisual/hist%F3ria%20comparada%20do%20telejornalismo.doc](http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/anais/gt4_audiovisual/hist%F3ria%20comparada%20do%20telejornalismo.doc). Acesso em 03/11/2004.

<sup>35</sup> O Repórter Esso começou no rádio em 1941. A versão televisiva, o telejornal Repórter Esso, ficou no ar de 17 de junho de 1952 até 31 de dezembro de 1970. Sua vinheta de abertura ficou famosa e marcou a história do telejornalismo no Brasil. “Aqui fala o seu repórter Esso. Testemunha ocular da história”. Foi apresentado por dois destacados locutores de rádio: Kalil Filho, Heron Domingues e depois, Gontijo Teodoro. Disponível em: <http://www.mundodtv.com.br/producao/hisjornalismo.asp>. Acesso: 10/10/2004.

elaborado pela agência de notícias *United Press Internacional*, que entregava prontos os rolos de filmes e o *script* à emissora, cabendo ao locutor, simplesmente, lê-lo diante da câmera”<sup>36</sup>.

Na época, os telejornais eram produzidos de forma precária. Às vezes, a revelação e a montagem dos filmes, feitas de forma artesanal, atrasavam e a transmissão das imagens era apresentada ao público, horas depois do acontecimento ou no dia seguinte. No início, eram filmes mudos. As notícias eram narradas pelo locutor no estúdio. Não existia o processo de sincronidade.

A década de 60 foi marcada pelo avanço do telejornalismo, inspirado numa fase de criatividade, expansão intelectual, e pela chegada do videoteipe, encomendado especialmente para registrar a inauguração de Brasília, nova capital do país. O símbolo dessa mudança foi o lançamento do “Jornal Excelsior”, que logo passou a se chamar “Jornal de Vanguarda”, na TV Excelsior, canal 9, a partir de 1962.

O Jornal de Vanguarda incluiu a participação de jornalistas como produtores e apresentadores de notícias cronistas especializados (...) A qualidade jornalística desse noticiário causou um impacto enorme pela originalidade de sua estrutura e forma de apresentação distinta de todos os demais informativos. O Jornal de Vanguarda, além de prestígio no Brasil, obteve reconhecimento no exterior. Recebeu, na Espanha, em 1963, o prêmio Ondas, como o melhor telejornal do mundo e foi utilizado por McLuhan – um dos teóricos da comunicação de maior projeção – em suas aulas sobre comunicação (REZENDE, 2000, p. 107)<sup>37</sup>.

Essa expansão criativa e intelectual foi contida logo em 1964, com o golpe militar. A edição do Ato Institucional nº 5, AI-5, pela ditadura militar trouxe o controle político total por meio da censura. O AI-5 significou o endurecimento da ditadura militar pela suspensão de todos os direitos políticos e civis; a suspensão da liberdade de expressão e o conseqüente cerceamento dos meios de comunicação. A partir daí, houve um controle total dos meios de comunicação pelo aparelho repressivo do estado<sup>38</sup>. O telejornalismo brasileiro recuou nas inovações e voltou a fazer um jornal de televisão nos moldes americanos: sem comentaristas, sem jornalistas, com locutores apenas apresentando as notícias.

Se, por um lado, a censura cerceou o livre-arbítrio dos jornalistas e dos veículos de comunicação, a televisão foi escolhida pelo militares para ser a ferramenta da

---

<sup>36</sup> *Jornal Nacional: A Notícia faz História*. Projeto Memória Globo. Rio de Janeiro: Zarah, 2004. p. 18.

<sup>37</sup> REZENDE, Jorge Guilherme de. *Telejornalismo no Brasil – Um perfil editorial*. São Paulo: Summus, 2000. p. 107.

<sup>38</sup> Disponível em: (<http://www.mnemocine.com.br/aruanda/tvtelejornalismo70s.htm>). Acesso: 20/09/2005. REIS JUNIOR, Antônio. *O Percurso da Televisão e do Telejornalismo nos anos 70*. USP, São Paulo, 2003.

unificação cultural e política do país e parte fundamental da integração nacional. A televisão passava a ser peça-chave na estrutura de manutenção do poder.

Ao telejornalismo cabia constituir, simbolicamente, a atualidade imediata, fazendo com que temas dominantes na discussão cotidiana fossem os transmitidos em rede para todo o país (...) Dessa forma, sob o regime de repressão como o implantado em 1964, a TV passou a ser a voz, o espaço, a liberdade possível naquele momento (BRITTOS e BOLANHO, 2005, p.210) <sup>39</sup>.

Até então, entre 1955 e 1964, o consumo da televisão no país era restrito. Os aparelhos eram caros e esta foi considerada a fase elitista da TV. A partir do Pós-64, destaca-se o momento de decolagem. É o momento que as classes C e D começam a ganhar acesso à televisão, com o aumento do consumo.

Em 1965, foi inaugurada a TV Globo, canal 10, e foi criada a Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel) <sup>40</sup>, o que possibilitou a transmissão via satélite de imagem e som a distância. O Brasil ingressava na era da comunicação espacial por meio de linhas básicas de microondas. No dia da inauguração da emissora, 26 de abril de 1965, exibiu-se o “Tele Globo”, jornal de meia hora de duração, que ia ao ar em duas edições: a primeira às 12h e a segunda às 19h. Em janeiro de 1966, surgiu outro telejornal: o “Ultranotícias”, telejornal patrocinado pelas empresas Ultragaz e Ultralar e produzido pela agência McCann Erickson.

Em setembro de 1969, foi transmitido o “Jornal Nacional”, primeiro telejornal em rede para o Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre e Brasília. O “Jornal Nacional” foi o primeiro telejornal a apresentar reportagens em cores, foi o primeiro a apresentar, ao vivo, reportagens internacionais e era transmitido às 19h45min. O “Jornal Nacional”, que tinha 15 minutos de duração, imediatamente passou a liderar a audiência entre os telejornais do horário nobre da TV Brasileira. No início, o “Jornal Nacional” usava câmeras de cinema, chamadas CPs (iniciais do seu fabricante norte-americano *Cinema Products*), que gravavam as imagens e captavam os sons. As matérias

---

<sup>39</sup> BRITTOS, Valério Cruz e BOLANHO, César Ricaro Siqueira (Orgs). *Rede Globo: 40 anos de Poder e Hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005. p. 210.

<sup>40</sup> Embratel foi constituída como empresa pública no dia 16 de setembro de 1965. Em 28 de fevereiro de 1969, inaugurou em Itaboraí, a Estação Terrena de Comunicação Via Satélite, entrando na era de transmissão via satélite. As ligações por microondas e as transmissões via satélite possibilitavam a integração nacional. A Embratel aderiu ao consórcio internacional para a utilização de satélites de telecomunicações – o Intelsat. Disponível em: ([http://www.embratel.com.br/Embratel02/cda/portal/0,2997,PO\\_P\\_14,00.html](http://www.embratel.com.br/Embratel02/cda/portal/0,2997,PO_P_14,00.html)). Acesso: 10/10/2004.

eram gravadas em filmes em 16 mm. A película registrava as imagens em positivo e o som em banda magnética. Como foi o primeiro telejornal nacional, a TV Globo foi a primeira emissora a desenvolver uma série de critérios de seleção e hierarquização das notícias que compunham o informativo.

As matérias deveriam ser de interesse geral e não regionais ou particularistas. Os assuntos tinham de chamar a atenção tanto do telespectador de Manaus quanto de Porto Alegre. Era necessário não superdimensionar uma região em detrimento de outra, pensar sempre como determinada nota poderia repercutir em estados diferentes (PROJETO MEMÓRIA GLOBO, 2004. p. 39)<sup>41</sup>.

Nos anos 70, a televisão brasileira caracterizou-se pelo avanço e desenvolvimento técnicos. As redes se consolidaram e o jornalismo passou a ocupar mais espaço nas programações televisivas, com telejornais na hora do almoço e fim da noite. As redes se expandiram com várias afiliadas. Quem mais inovou foi a Rede Globo, com o aperfeiçoamento da qualidade de suas produções traduzidas pela expressão “padrão global” ou padrão globo de qualidade. A Rede Globo criou uma programação uniforme e nacional – uma mesma programação (inclusive faixas de horário) para a emissora-sede e todas as outras que pertenciam à sua rede. O padrão global definia-se, então, pela penetração dos padrões do eixo Rio - São Paulo em todo o país, uma vez que a sede da rede e a principal filial se concentravam nessas regiões. Essa inovação tinha um objetivo específico: evitar que o telespectador mudasse de canal. A Rede Globo conquistou maior audiência e espaço publicitário.

Foi em 1975 que a Central Globo de Jornalismo, CGJ, editou o primeiro manual<sup>42</sup> com algumas normas básicas de redação de texto jornalístico. O manual tinha seis páginas mimeografadas, que traziam algumas regras sobre como escrever para televisão.

---

<sup>41</sup> *Jornal Nacional: A Notícia faz História*, Projeto Memória Globo, 2004. p. 39.

<sup>42</sup> Manual de redação da TV Globo é de uso interno, exclusivo dos funcionários. Em 1984, ganhou uma versão impressa. Por toda uma década, serviu como guia prático para os profissionais da emissora. Hoje, o manual de redação da TV Globo pode ser acessado pelos funcionários no computador ligado em rede. A página na internet de acesso exclusivo, chamada Via Global, disponibiliza as normas de redação, os erros freqüentes, as palavras que devem ser evitadas, os jargões esportivos e as dúvidas gramaticais mais comuns. São mais de 100 páginas. Novas regras são criadas e anexadas simultaneamente pelo diretor de jornalismo atual, Carlos Henrique Schroder.

O texto, apesar de manter certo grau de formalidade, sempre buscou um tom coloquial e o fácil entendimento, se afastando da pomposidade que até então caracterizava o telejornalismo. Em geral, era feito de frases curtas e simples, pois o noticiário era redigido para ser lido de forma alternada pelos apresentadores (PROJETO MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 62) <sup>43</sup>.

Em 1972 começou a era da cor na televisão brasileira. A primeira transmissão a cores no Brasil foi realizada pela TV Difusora de Porto Alegre, em março, na inauguração da festa da uva, pelo presidente Médici, em Caxias, no Rio Grande do Sul.

A TV Globo foi a primeira a usar o *teleprompter* <sup>44</sup>, um aparelho situado logo abaixo da câmera e que projeta, em letreiros, o texto para o locutor. Com o *teleprompter*, o apresentador lê com mais naturalidade e olha direto para o telespectador. A mudança reforçou o clima coloquial defendido pela emissora, dava a idéia de que o locutor estava na sala de casa quase conversando com quem está assistindo, trazendo um estilo novo ao telejornalismo brasileiro.

Ainda nessa década, outras emissoras investiram no telejornalismo. A TV Bandeirantes, canal 13, criou o “Titulares da Notícia”, versão televisiva do programa de rádio que tinha o mesmo nome, com a participação da dupla sertaneja Tonico e Tinoco no estúdio.

A TV Cultura - canal 2 criou o “A Hora da Notícia”, um telejornal que dava prioridade ao depoimento popular a respeito dos problemas da comunidade de São Paulo.

A TV Globo lançou outros telejornais: o “Jornal Hoje”, na hora do almoço, e outro noticiário no fim da noite, que recebeu vários títulos (Amanhã, Painel, Jornal da Globo, segunda edição do Jornal Nacional). Esses telejornais da Rede Globo seguiam as mesmas normas e o estilo do “Jornal Nacional”, com algumas mudanças: o “Jornal Hoje” antecipava notícias que seriam aprofundadas no “Jornal Nacional” e o jornal do fim de noite fazia um resumo dos fatos importantes divulgados no dia e anunciava assuntos que seriam destaque na manhã seguinte.

---

<sup>43</sup> *Jornal Nacional: A Notícia faz História*. Projeto Memória Globo. 2004. p. 62.

<sup>44</sup> *Teleprompter* é um dispositivo que apresenta, numa tela ou num rolo de papel, em letras grandes e a uma velocidade sincronizada com a ação, as palavras a serem ditas pelo locutor/apresentador de telejornal (RABAÇA e BARBOSA, 2001, op. cit., p. 716).

A Rede Globo em Brasília <sup>45</sup> também foi inaugurada nessa década. A emissora foi a primeira a se instalar na torre de televisão da capital federal e permitiu o início do sistema de transmissão do sinal para Goiânia e outras cidades de Goiás.

Até então, o telejornalismo brasileiro se sujeitava às imposições da censura do governo militar. Por não ter liberdade de mostrar tudo o que acontecia no país, as emissoras, em particular a TV Globo, dinamizaram a cobertura internacional. Resultado: o noticiário era superficial, impressionista, rápido. Predominava a ótica paulista e carioca em todos os setores de programação. As notícias regionais perderam espaço e só tinham divulgação em casos pitorescos ou catastróficos (REZENDE, 2000, p. 116 e 119) <sup>46</sup>.

Em 1978, a história da televisão brasileira começou a mudar. No dia 13 de dezembro, foi aprovada a emenda constitucional nº 11, que revogava os atos institucionais e complementares impostos pelos militares, inclusive o AI-5, marcando o fim da censura. Na prática, a censura continuou atuando dentro das emissoras. A abertura, como defendia o presidente Ernesto Geisel, foi lenta e gradual.

Na década de 80, chega ao fim a história da primeira emissora do país. Por causa de problemas financeiros, a TV Tupi foi cassada pelo governo. Foram criadas duas emissoras importantes: o Sistema Brasileiro de Televisão, o SBT, canal 12, e a Rede Manchete, canal 6. Essas emissoras também lançaram telejornais com características próprias. O SBT apostou em programas jornalísticos com forte apelo popular, como o telejornal “O Povo na TV”, “Cidade 4”, “24 Horas”, “Noticentro” e “Última Notícias”. A Rede Manchete, em contrapartida, investiu em um telejornal voltado para as classes A e B, o “Jornal da Manchete”.

Com mais liberdade, os telejornais se aproximaram do povo e puderam mostrar sem restrições notícias sobre greves, movimentos sindicais, eleições, etc. Configurava-se um momento de especial oportunidade para as questões comunitárias e alternativas entrarem na programação da maior emissora do país, a Rede Globo.

---

<sup>45</sup> A TV Globo em Brasília foi inaugurada em pleno feriado de Tiradentes, 21 de abril em 1971. O primeiro editor regional da emissora na capital foi Edison Lobão, substituído por Humberto Vieira. No começo, a equipe era formada por apenas nove pessoas, entre elas: Toninho Drummond - diretor de jornalismo no Distrito Federal, Waldemar Pacheco - chefe de reportagem, Moacir Valadares – editor, Wilson Ibiapina - repórter, Evilásio Carneiro - cinegrafista, Nasi Brum - produtor e Heitor Ribeiro - apresentador.

<sup>46</sup> REZENDE, 2000, op. cit., p. 116 e 119.

Reconstituída a liberdade de expressão a partir da constituição de 1988, o comunitário passou a ser visto com mais sensibilidade pelos executivos da Rede Globo. Não apenas como uma forma de ampliar os vínculos com sua audiência (que embora seja nacional, ela tem particularidades regionais e é extremamente arraigada à sua localidade), mas como a possibilidade de aumentar os investimentos publicitários. Para alcançar esses objetivos, a rede implantou os informativos regionais (BRITTOS e BOLAÑO, 2005, p. 240) <sup>47</sup>.

Nesse momento, um novo personagem entrou em cena no telejornalismo: o comentarista. A partir de 1985, o “Jornal Nacional” e todos os outros telejornais de rede passaram a utilizar comentaristas nas suas emissoras. Criava-se um conceito de jornalismo centrado na análise e na credibilidade dos comentaristas especializados, que passaram a contextualizar e explicar aos telespectadores as informações. Jornalistas/apresentadores puderam se consolidar como âncoras, fugindo do modelo rígido norte-americano de apenas ler as notícias e conduzir o noticiário. O âncora passou a fazer entrevistas e emitir comentários pessoais sobre os fatos noticiados. O SBT lançou no dia 4 de setembro de 1988 o “TJ Brasil”, o telejornal que inovou trazendo a figura do âncora Boris Casoy, jornalista advindo do jornal impresso.

Mas foi nos anos 90 que o telejornalismo brasileiro deu o seu salto qualitativo: passou a multiplicar no vídeo as entradas ao vivo como proposta central para tornar a narrativa “mais próxima do dia-a-dia do cidadão”. As produções jornalísticas regionais ganharam mais espaço e mais importância por propiciar um contato próximo com o telespectador da localidade. Novas tecnologias incluíram desenhos, mapas e alterações gráficas nas imagens para enriquecer as reportagens.

Maciel <sup>48</sup> enfatiza que, hoje, o jornalismo nacional e o regional na TV ocupam cada vez mais espaço, ganham mais audiência e para surpresa de todos se mostram cada vez mais forte na conquista de receitas para as emissoras. Montoro <sup>49</sup> reforça que “recibir las informaciones cotidianas por televisión, se ha tornado um hábito arraigado en la cultura del brasileño, haciendo el comentario común de que ‘lo que no está en los telediarios no ocurre en el país’”.

A partir desse histórico, passa-se para análise e especificação do objeto deste estudo, o telejornal “DFTV” da Rede Globo. Considera-se necessária a descrição da

---

<sup>47</sup> BRITTOS e BOLAÑO, 2005, op. cit., p. 240.

<sup>48</sup> MACIEL, 1995, op. cit., p. 12.

<sup>49</sup> MONTORO, 2001, op. cit., p. 07.

evolução histórica, das modificações que contribuíram para o crescimento do telejornal e das características dele hoje.

## 1.2. A trajetória do telejornal DFTV da Rede Globo de televisão

O primeiro telejornal DFTV <sup>50</sup> foi ao ar em 3 de janeiro de 1983 às 19h45min, antes do “Jornal Nacional”, com 15 minutos de produção local, incluindo as propagandas regionais. Inicialmente, era chamado de DFTV, mas 5 meses depois passou a ser chamado de DFTV 2ª edição.

Em maio do mesmo ano, a Rede Globo Brasília lançou outro telejornal, o DFTV 1ª edição, às 13h30min, antes do “Jornal Hoje”, com 30 minutos de produção local, computando-se as publicidades. Ficou neste horário até 1989, quando o “Globo Esporte”, telejornal esportivo nacional, começou a ser exibido na hora do almoço. A partir daí, o DFTV 1ª edição passou a ser veiculado mais cedo, entre 12h e 12h30min, antes do “Globo Esporte”.

O telejornal DFTV chegou a ter uma terceira versão: o DFTV 3ª edição com um resumo dos fatos mais importantes, ficou no ar de 1983 até 1989, antes do “Jornal da Globo”, às 23h40min. Sérgio Machado e Ana Paula Padrão foram os dois primeiros apresentadores desse telejornal, que cumpria a função de lembrar e mostrar os fatos que marcaram o dia.

Todavia, a cobertura jornalística regional começou bem antes do telejornal DFTV. Em 1971, foi inaugurada a Globo Brasília (concessão feita pelo presidente João Goulart em 1962). A emissora funcionava num pequeno galpão embaixo da Torre de TV, no centro de Brasília. Ali, havia um escritório, uma sala onde funcionava a redação e um mini-estúdio com apenas 6 m<sup>2</sup>. A emissora passou a ser imediatamente uma fonte de informações importantes e estratégicas para o “Jornal Nacional” (maior e mais importante telejornal da TV Globo, no ar desde 01/09/1969) e para o “Jornal Hoje” (no ar desde 21/04/1971).

Em 3 de junho de 1974, a Rede Globo criou blocos regionais junto aos jornais de rede. Os primeiros 5 minutos do “Jornal Nacional” e do “Jornal Hoje” eram produzidos por jornalistas de Brasília e exibidos apenas para a cidade. O Jornal Hoje local e o Jornal Nacional local eram gravados no mini-estúdio, com fundo azul e com uma única câmera. O apresentador, de pé, lia as manchetes, ao vivo. As propagandas eram filmadas e

---

<sup>50</sup> O telejornal DFTV foi ao ar simultaneamente com outros telejornais locais de âmbito nacional (RJTV, SPTV, MGTV E NETV). É um telejornal apresentado de segunda-feira a sábado.

transmitidas ao vivo, em seqüência, no mesmo estúdio. O próprio apresentador do jornal chamava os comerciais e lia, em *off*<sup>51</sup>, o texto publicitário. Foram apresentadores e locutores desses telejornais locais, na década de 70: Julio César Roflé, Maria Consuelo Costa Badra, Heitor Ribeiro da Silva Neto, Celso de Freitas, Murilo Murça de Carvalho, Marilena Chiarelli, Antônio Lucio de Góis Neto, Maria Luiza Gatto Lucio de Góis, Marcos Hummel de Castro, Cláudio Guimarães Lessa, Miriam Lucia, Paulo Ocelo Sobreira Limaverde, Sergio Machado, Carmem Lucia Ramalho, entre outros<sup>52</sup>.

Em 1983, seguindo a tendência de regionalização da televisão brasileira, a Rede Globo inaugurou telejornais locais em todos os Estados. No Distrito Federal, o telejornal DFTV. Segundo Brittos e Bolaño<sup>53</sup>, a criação dos telejornais locais constituiu, para as comunidades, uma oportunidade de ver e saber o que se passava no cotidiano, e para os temas locais, um espaço a mais a ser disputado, especialmente quando se tratava de eventos reivindicatórios e opositoristas aos poderes locais instituídos.

Os primeiros apresentadores do telejornal DFTV foram:

Na década de 80:

Carlos José Campbell Brisolla;

Isabel Cristina Coelho da Cunha;

Leilane Neubarth Teixeira;

Augusto Pegas Xavier;

Beatriz Helena Monteiro da Silva Thielmann;

Beatriz de Castro Serra;

Maria Luiza Gatto Lucio de Góis;

Ilze Lia Scamparini.

Na década de 90:

---

<sup>51</sup> *Off* para TV diz-se de voz, pessoa ou objetos que não estão visíveis na cena apresentada. A voz em *off* é usada quando a imagem e a cara do locutor/apresentador não aparece no vídeo (RABAÇA e BARBOSA, 2001, op. cit., p. 520).

<sup>52</sup> Levantamento feito 2004 pela pesquisadora junto ao departamento de pessoal da Rede Globo Brasília. A empresa ressalta que essa lista pode não estar completa, visto que não existe arquivo de imagens de todos os apresentadores. Os dados foram coletados nas fichas antigas de admissão dos funcionários. Os funcionários foram selecionados e catalogados nesta pesquisa de acordo com os cargos de locutor e/ou de apresentador.

<sup>53</sup> BRITTOS e BOLAÑO, 2005, op. cit., p. 234.

Andréa Boni;  
Ana Paula Padrão;  
Carlos Magno;  
Max Fabiano;  
Mônica Veloso;  
André Duda;  
Leila Steremberg;  
Paulo Henrique;  
Márcia Zarur.

Atualmente, o telejornal DFTV é apresentado pelos jornalistas Alexandre Garcia <sup>54</sup> e Fernanda de Bretanha <sup>55</sup>.

Em linhas gerais, o DFTV segue o modelo de telejornal adotado pela CGJ, Central Globo de Jornalismo, que é importado do modelo norte-americano de televisão. Há a tendência de constituir-se num discurso que, para falar ao máximo de pessoas, deve reduzir diferenças ao mínimo, exigindo o mínimo de esforço decodificador e chocando minimamente os preconceitos socioculturais das maiorias.

Considera-se o DFTV “o Distrito Federal na TV”, um noticiário regional que atinge Brasília, Plano Piloto, Lago Sul e Lago Norte, Cruzeiro, Octogonal, Sudoeste, Candangolândia, Núcleo Bandeirante, São Sebastião, Guará I, Guará II, Águas Claras, Vicente Pires, Estrutural, Taguatinga, Brazlândia, Ceilândia, Samambaia, Recanto das Emas, Riacho Fundo I, Riacho Fundo II, Varjão, Itapuã, Paranoá, Sobradinho, Sobradinho II, Planaltina, Gama, Santa Maria e algumas cidades do Entorno, como Águas Lindas (50 quilômetros de distância do centro de Brasília), Cidade Ocidental (45 quilômetros), Novo Gama (40 quilômetros), Padre Bernardo (90 quilômetros), Planaltina de Goiás (80

---

<sup>54</sup> Alexandre Garcia trabalhou no Jornal do Brasil, foi correspondente no exterior, porta-voz da Presidência da República do governo do general João Figueiredo (o último presidente da ditadura militar), diretor da TV Manchete e TV Globo. Atualmente, é apresentador do programa Espaço Aberto, na Globo News, comentarista político do Bom Dia Brasil, apresentador do Jornal Nacional, apresentador e editor-chefe do DFTV 1ª edição.

<sup>55</sup> Fernanda de Bretanha trabalhou no Jornal da Manhã de Goiânia e na CNT. Em 2002, assumiu a chefia do DFTV 1ª edição e divide a apresentação do telejornal com o jornalista Alexandre Garcia.

quilômetros) e Santo Antônio do Descoberto (50 quilômetros). O telejornal DFTV completou, em janeiro de 2006, 23 anos no ar.

Para colocar no ar o telejornal DFTV, a redação da Rede Globo Brasília funciona com a seguinte estrutura:

Uma diretora-regional: Silvia Faria;

Um chefe de redação: Iain Semple;

Um coordenador de telejornais locais: Ângelo Lima;

Um chefe de reportagem: Cleber Praxedes;

Quatro editores de texto: Aliene Coutinho, Hosana Seiffert, Tânia Costa e Fernanda de Bretanha;

Uma chefia de edição: Alexandre Garcia;

Um gerente de operações: Alexandre Graziani;

Cinco editores de imagens: Carlos Marconi, Izaac Gramacol, Manoel Messias, Marcílio Soares e Roberto Rosado;

Cinco repórteres <sup>56</sup>: Claudia Toledo, Giovana Telles, Rafael Mônico, Renata Gonzaga e Viviane Basile;

Dois produtores: Leonardo Garcia e Flavia Alvarenga.

O telejornal passou por várias mudanças, sempre seguindo determinações e normas da Central Globo de Jornalismo. Em 2000, houve uma padronização de todos os programas jornalísticos regionais da Rede Globo (Brasília, Rio de Janeiro, São Paulo, Recife e Belo Horizonte) e das afiliadas. No dia 3 de abril de 2000, foi lançado o DFTV “especial” na 1ª edição. O público pode ter percebido essa mudança no novo cenário (com 2 fotos de pontos turísticos da capital ao fundo, cores mais suaves e uma televisão tela plana de plasma de 30 polegadas como parte do cenário), um estúdio três vezes maior que o anterior, 2

---

<sup>56</sup> Apenas cinco repórteres trabalham de manhã para o telejornal DFTV. Mas existe uma equipe de repórteres locais: quatro à tarde (para o DFTV 2ª edição) e dois à noite (para o primeiro telejornal local da emissora, o “Bom Dia DF”, e para o DFTV). Verifica-se que é comum o uso de reportagens feitas para outros telejornais no DFTV 1ª edição.

câmeras e uma grua <sup>57</sup> e bancada para os 2 apresentadores com espaço para receber até 2 entrevistados (característica que demonstra o interesse em promover debates ao vivo).

O tempo do DFTV “especial” 1ª edição passou de 25 minutos de programação com 15 de produção (o tempo restante é destinado à publicidade - 10 minutos para propagandas) para 40 minutos de programação com 28 de produção (12 minutos para propagandas). O tempo de produção é o jornal propriamente dito. A ele somam-se apenas os minutos e os segundos de cada matéria, nota e/ou entrevista. Tudo é minuciosamente cronometrado e marcado no espelho do telejornal, ou seja, no roteiro de matérias e na ordem que serão apresentadas. O tempo de programação é a quantidade de minutos do início do telejornal, quando roda a vinheta de abertura até o encerramento, com a subida dos créditos (nomes dos profissionais que trabalharam no jornal, ou seja, a ficha técnica). Ao tempo de programação, somam-se o tempo de produção e os minutos destinados às inserções comerciais. O tempo de 40 minutos do telejornal foi escolhido pela emissora como parte das programações em comemoração aos 40 anos de Brasília, completados no mês de lançamento do chamado DFTV “especial”, pois Brasília foi inaugurada em 21 de abril de 1960.

Com a criação deste telejornal DFTV em 2000, houve também mudanças tecnológicas e ampliação no quadro de funcionários. Na busca incessante pela credibilidade, contrataram-se repórteres, produtores e cinegrafistas e implantou-se o sistema digital na TV Globo Brasília. Câmeras, ilhas de edição e centrais de transmissão foram substituídas por equipamentos modernos. Acredita-se que essas mudanças influenciam a qualidade do telejornal, que é diariamente aferida pelo público, que passou a receber em casa uma imagem mais “limpa”, nítida, definida, com mais profundidade.

“O DFTV passou a ouvir mais os moradores das cidades do DF e a buscar soluções para os problemas locais com mais tempo e uma proposta arrojada de cobertura comunitária. A população pôde cobrar as soluções diretamente das autoridades, ao vivo! A falta de urbanização dos assentamentos, recentemente transformados em cidades, a violência crescente, as falhas no atendimento à saúde, os deslizamentos na educação e as questões de trânsito - tudo é registrado e debatido na nossa bancada. O público pauta, participa e se informa pelo jornal que tem orgulho de fazer parte tão ativamente da vida de Brasília” <sup>58</sup>.

---

<sup>57</sup> Grua é um tipo de guindaste que traz em sua extremidade uma plataforma na qual é suspensa a câmera e movimenta-se em todas as direções (RABAÇA e BARBOSA, 2001, op. cit., p. 356).

<sup>58</sup> Disponível em: (<http://dftv.globo.com/Dftv/0.6993,VDM0-2957-143,00.html>). Acesso: 10/10/2004. História do telejornal DFTV.

O DFTV 1ª edição apresenta quatro blocos de notícias, que são separados por intervalos comerciais ou *breaks* de, mais ou menos, 3 minutos cada um deles:

- O primeiro bloco é marcado pela abertura, com as principais manchetes, e por duas matérias principais sobre os acontecimentos mais importantes do dia - “notícias de impacto”;

- O segundo bloco é destinado a entrevistas de estúdio, duas matérias sociais, educativas ou matérias de gaveta (notícias de outros dias que não foram usadas, mas que não perderam a atualidade) e a previsão do tempo;

- O terceiro bloco é dedicado aos *links*<sup>59</sup> de algum ponto da cidade com informações factuais, com finalidade de atualizar a notícia. Luciana Bistane e Luciane Bacelar<sup>60</sup> esclarecem que os telejornais locais usam rotineiramente as transmissões ao vivo porque elas dão mais agilidade, ajudam na prestação de serviço (uma das funções deste tipo de jornalismo) e facilitam a cobertura de assuntos que acontecem em cima da hora. “Muitas vezes, as imagens gravadas ainda estão a caminho da emissora, e o jornal já está no ar. Nesses casos, o link não só evita as edições apressadas como também é uma garantia de que o telespectador terá as imagens em tempo real”;

- O quarto bloco, contido no final do telejornal DFTV, é dedicado à cobertura de eventos culturais e curiosidades do dia-a-dia: uma matéria sobre assunto geral, agenda cultural e entrevistas de estúdio com personalidades artísticas e intelectuais.

Os dois ou três primeiros blocos do telejornal DFTV são, geralmente, dedicados a *hard news* - política, economia e cotidiano - e os dois últimos blocos, especialmente o último, a *soft news* - entretenimento, agenda cultural (LIMA, 2001, p. 260)<sup>61</sup>.

Em 2002, o DFTV “especial” 1ª edição sofreu outra mudança: teve o tempo reduzido e voltou a se chamar apenas DFTV. “Nos últimos dois anos, o jornal foi se modificando e tentando atender melhor às reivindicações dos brasilienses. Diminuiu de quarenta para trinta minutos para tornar-se mais dinâmico, procurando ampliar o foco”, conforme lembra Luiz Carlos Braga, coordenador dos telejornais locais na época e atual

---

<sup>59</sup> *Link* é uma conexão entre o estúdio de uma emissora de TV e uma unidade móvel, para emissão de imagens de externa, ao vivo, encaixadas na programação gerada pelo estúdio (RABAÇA e BARBOSA, 2001, op. cit., p. 433).

<sup>60</sup> BISTANE, Luciana e BACELAR, Luciane. *Jornalismo de TV*. São Paulo: Contexto, 2005, p. 20.

<sup>61</sup> LIMA, 2001, op. cit., p. 260.

editor-chefe do DFTV 2ª edição. Com as modificações, a empresa ampliou a definição do telejornal no site <http://www.globo.com>.

“Nossa idéia é aproximar a Comunidade. Mostrar na TV os problemas da sua rua, do seu bairro, da sua quadra. Transformar o telespectador em personagem das nossas notícias. Transformar um ato governamental em prática, através do dia-a-dia de quem vive aqui”<sup>62</sup>.

Hoje, o telejornal DFTV tem 30 minutos de programação e 22 minutos de produção, mantendo a mesma estrutura de 4 blocos, com intervalos comerciais de 2 minutos cada. A emissora fez alterações no cenário (trocaram-se as duas fotos de pontos turísticos da Capital ao fundo e incluíram-se mais três fotos, totalizando cinco painéis; realçaram-se as cores, puxando para o tom de azul, marca do telejornal DFTV, e trocou-se a iluminação do estúdio em virtude da captação das câmeras digitais). Foi adquirida mais uma câmera. A bancada dos apresentadores ganhou um desenho triangular e foi instalada sobre uma estrutura elevada de madeira, que serve de espaço para receber até quatro entrevistados.

A redação tem, atualmente, 300 m<sup>2</sup> e é totalmente informatizada. Para a equipe local, há 15 computadores ligados em rede interna e externa. A Rede Globo instalou um *software* específico para os jornalistas: editores, repórteres e produtores. Todas as informações, desde a pauta, o texto da matéria, a lauda, o *script*, até o texto final que os apresentadores lêem no ar, podem ser acessados pelos jornalistas a qualquer momento e de qualquer lugar.

Bistane e Bacelar<sup>63</sup> lembram que o trabalho em televisão assemelha-se ao trabalho nas linhas de montagem das fábricas, em que cada operário é responsável por uma etapa da produção. Na redação do DFTV, cada profissional é responsável por uma atividade e depende do outro profissional para concluir sua tarefa. Não há trabalho individual na produção, captação, confecção, edição e exibição de uma matéria jornalística na televisão. O trabalho é coletivo em equipe.

O trabalho na redação de Brasília começa às 6h30min. As pautas do telejornal DFTV são escolhidas por um colegiado formado pelo chefe de reportagem do horário, coordenador dos telejornais locais, editor-chefe, editores de texto, repórteres,

---

<sup>62</sup> Disponível em: (<http://dftv.globo.com/Dftv/0,6993,VDM0-2957-143,00.html>). Acesso: 10/10/2004. História do telejornal DFTV 1ª edição.

<sup>63</sup> BISTANE e BACELAR, 2005, op. cit., p. 51.

produtores e cinegrafistas. São feitas duas reuniões de pauta; uma às 7h da manhã e outra depois da exibição do jornal, às 13h.

Na primeira reunião, o grupo lê os jornais impressos, checa os fatos que aconteceram no dia anterior e na madrugada e inclui as reportagens feitas pela equipe da noite. Com a agenda do dia, os editores decidem as pautas da manhã e que matérias vão estar no telejornal do meio-dia. Para os jornalistas, os assuntos são considerados relevantes à medida que interessam a um grande número de pessoas, quando causam impacto ou afetam a vida dos cidadãos.

A segunda reunião de pauta é, inicialmente, para análise do telejornal diário. A gerência de operações encaminha um relatório com os erros técnicos. Os jornalistas avaliam os resultados, fazem elogios e críticas às reportagens exibidas, apontam sugestões para ampliar os debates e os assuntos do dia e trazem novas pautas para ponderação do grupo. O grupo dá início aos preparativos para o telejornal DFTV do dia seguinte.

Os assuntos que não podem deixar de receber cobertura no dia seguinte começam a ser trabalhados pelos produtores, que fazem contatos, levantam informações adicionais e marcam entrevistas que forem necessárias (MACIEL, 1995, p. 28 - 29) <sup>64</sup>.

Decide-se a pauta, que será novamente avaliada de manhã na primeira reunião. As entrevistas para as matérias sugeridas são pré-marcadas, mas a confirmação só é feita no dia.

Os repórteres têm uma rotina pré-definida de trabalho. Após a primeira reunião de pauta, vão para a rua fazer a matéria. Cada repórter sai com um cinegrafista e um auxiliar de câmera, que também desempenha a função de motorista e iluminador. Com a pauta em mão, os repórteres seguem um roteiro de visita, com o nome dos entrevistados, local e o que se espera da matéria. Eles passam pelos locais onde o fato aconteceu ou está acontecendo, checam as informações, entrevistam as pessoas, encaminham a conversa, selecionam o que é mais importante e gravam a passagem, que, de acordo com Bistane e Bacelar <sup>65</sup>, é o momento em que o repórter aparece na tela, ou seja, quando ele assina o trabalho. A passagem serve para dar encaminhamento aos assuntos abordados na reportagem, para suprir a falta de imagens ou para destacar um ponto importante que merece uma

---

<sup>64</sup> MACIEL, 1995, op. cit., p. 28 – 29.

<sup>65</sup> BISTANE e BACELAR, 2005, op. cit., p. 23.

explicação mais detalhada. Os repórteres retornam à redação até às 10h30min, no *deadline*<sup>66</sup>. Então, redigem a matéria no computador com a ajuda, supervisão e correção dos editores de texto.

Os editores de texto ficam a manhã inteira na redação. Eles acompanham o desenvolvimento da matéria e ajudam o repórter, por telefone ou por rádio, na organização das informações para a construção do texto. Cabe ao editor de texto decidir o que será incluído ou excluído da matéria. Após o fechamento do texto, os repórteres gravam o *off* e continuam apurando o fato que estavam cobrindo. Fazem ligações, conversam com autoridades e buscam mais informações que possam complementar a matéria.

Os editores de textos seguem para as ilhas de edição<sup>67</sup> na companhia dos editores de imagem, profissionais responsáveis pela segmentação, montagem e sincronicidade das imagens e do som das matérias. A TV Globo em Brasília tem, ao todo, 8 ilhas de edição, sendo 4 delas de uso exclusivo do telejornal DFTV no horário da manhã. Nas ilhas de edição, os editores de texto decupam, avaliam, selecionam e editam o material elaborado por repórteres, cinegrafistas e auxiliares de câmera, com a ajuda técnica dos editores de imagem.

A emissora em Brasília possui um centro de documentação (CEDOC) para dar apoio aos jornalistas, quando estes precisam resgatar imagens antigas exibidas pela emissora, e serve de memória de seu trabalho e da história da cidade. O setor guarda milhares de horas de reportagem, devidamente arquivadas e catalogadas. O acesso é restrito aos funcionários da empresa. Dois profissionais formados em biblioteconomia trabalham no horário do telejornal DFTV e dão suporte aos profissionais no período da manhã. Os pedidos ao CEDOC são feitos, pelo menos, 15 minutos antes da edição da matéria. Tempo suficiente para que o computador faça a busca automática por tema e para que as imagens possam ser copiadas em fita *betacam* digital.

De acordo com a editoria local, os assuntos do telejornal DFTV são pautados nos temas referentes à segurança pública, economia, política, esporte, saúde,

---

<sup>66</sup> *Deadline* é uma palavra inglesa que significa prazo final. Em jornalismo é usada para fechamento de uma edição. É o horário limite para conclusão ou cumprimento de uma matéria jornalística. Se o prazo não for respeitado, não há tempo hábil para edição das imagens captadas na rua (RABAÇA e BARBOSA, 2001, op. cit., p. 209).

<sup>67</sup> Ilhas de edição são pequenas salas que ficam próximas à redação onde se encontra o conjunto de equipamentos de vídeo que funcionam de forma integrada para gravar, reproduzir ou editar uma notícia (VIZEU PEREIRA, Alfredo Eurico. *Decidindo o que é Notícia: Os bastidores do Telejornalismo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000. p. 103).

educação, urbanização, interesse humano, entretenimento e cultura. As principais fontes de informação são: as centrais da Polícia Militar, do Corpo de Bombeiros e da Polícia Civil; os jornais diários Correio Braziliense, Jornal de Brasília, Jornal do Brasil, Tribuna de Brasília e Jornal da Comunidade; a rádio CBN (Central Brasileira de Notícia – FM 95,3); as agências de notícias (Agência Estado e Agência O Globo, com acesso instantâneo via computador); as ligações dos telespectadores, fax e e-mails recebidos pela página do DFTV na Internet.

Telespectadores colaboram com denúncias, sugestões, pedidos, reclamações e críticas ao que ocorre em Brasília e no Entorno. Observa-se uma relativa interação e participação da comunidade na escolha das matérias que integram a pauta do telejornal.

### 1.3. Comunitário ou local: o telejornal DFTV em questão

O DFTV é um telejornal comunitário ou apenas local? São duas coisas distintas e antes de qualquer análise é preciso diferenciar os dois conceitos.

O termo comunitário nos faz pensar imediatamente em comunidade: grupo social, indivíduos organizados, conjunto de habitantes de uma mesma área ou bairro, coletivo, pessoas reunidas com os mesmos objetivos sociais e com as mesmas necessidades socioculturais e de consumo. Comunidade, para Caroline Ware <sup>68</sup>, é mais do que uma localidade; é um agrupamento de pessoas relacionadas entre si que conta com recursos físicos, pessoais, de experiência, de vontade, institucionais, tradições, etc. Cada comunidade é uma totalidade orgânica que cresce continuamente por vida interna. Todos os seus membros têm participação em seu desenvolvimento e desempenham papel de responsabilidade. Como a comunidade promove o ambiente em que o indivíduo vive, o caráter deste ambiente lhe interessa diretamente.

Para Martín-Barbero, comunidade se define pela unidade do pensamento e da emoção, pela predominância dos laços estreitos e concretos e das relações de solidariedade, lealdade e identidade coletiva.

É no lugar, no território, que se desenrola a corporeidade da vida cotidiana e a temporalidade – a história – da ação coletiva, base da heterogeneidade humana e da reciprocidade, características fundadoras da comunicação humana, pois, mesmo atravessado pelas redes do global, o lugar segue feito de tecido das proximidades e da solidariedade (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 59) <sup>69</sup>.

Correlaciona-se o termo comunidade com a comunicação, especificamente, com a televisão, pois falar de programa, de vídeo ou de telejornal para uma comunidade implica uma definição simplista: um programa de televisão comunitário é aquele feito pelo povo e para o povo, ou seja, feito por um grupo de profissionais representativos da população para um público específico da mesma comunidade.

---

<sup>68</sup> WARE, Caroline F. *Estudo da Comunidade*. Rio de Janeiro: Edições Serviço Social Rural, 1960. p. 11.

<sup>69</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Globalização Comunicacional e Transformação Cultural*. In: MORAES, Denis de (Org.). *Por uma outra Comunicação – Mídia, Mundialização Cultural e Poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 59.

Uma comunidade onde o indivíduo possa exercer sua representatividade e ter preservada sua personalidade. Um segmento da sociedade onde haja cooperação entre seus membros, caracterizado pelo sentimento dos participantes de constituírem um todo. Uma parcela da população onde a individualidade, em função da consciência da reciprocidade, concorra para a construção da comunidade (ARANHA, 1998) <sup>70</sup>.

Entende-se, portanto, que um telejornal comunitário é aquele que dá ao morador de determinada localidade acesso a um espaço de veiculação pública, a um espaço midiático, como produtor e como receptor, cabendo à própria comunidade a tarefa de escolher as pautas, produzir e montar a grade de programação, com liberdade, sem intervenção do governo e de empresários da mídia. Jornalismo comunitário é organizado não necessariamente por uma empresa com fins lucrativos, mas sim por grupos sociais organizados com o propósito de divulgar informações para o bem comum.

O sentido que se aplica ao termo jornalismo comunitário é o sentido de ‘comum-idade’, isto é, de pessoas que vivem em determinado local, que vivenciam problemas específicos, que têm lutas em comum a serem travadas e vencidas (CAMPOS, 2000) <sup>71</sup>.

Esse tipo de telejornalismo participativo e engajado, definido como comunitário, é defendido e cobijado por grupos sociais organizados. A luta desses grupos por espaços na mídia no Brasil se intensificou a partir da década de 90. Igrejas, universidades e organizações não-governamentais buscaram canais na televisão fechada (a cabo) ou espaços comprados na grade de programação aberta para desenvolver trabalhos comunitários e para mostrar programas de interesse de um determinado grupo. Como pressupostos gerais, a intenção é reunir a comunidade, levantar suas necessidades, discutir e analisar os problemas, buscar soluções e afirmar a identidade local.

A primeira conquista surgiu em janeiro de 1995, quando foi promulgada a Lei nº 8.977/95, que estabelece que as operadoras de TV a Cabo devem tornar disponíveis seis canais de utilização gratuita na sua área de prestação de serviço. A lei ficou conhecida com a “Lei de TV a Cabo”, regulamentada pelo Decreto-Lei 2.206, de 14 de abril de 1997. O artigo 23 determina que as operadoras destinem um canal para o Senado Federal e um para a Câmara dos Deputados entre os chamados canais básicos de utilização gratuita, devendo

---

<sup>70</sup> ARANHA, Ângelo Sotovia. *A função do Jornalismo Comunitário*. Disponível em: (<http://www.faac.unesp.br/posgraduacao/comunicacao/poeticas.htm>). Acesso: 03/11/2004.

<sup>71</sup> CAMPOS, Pedro Celso. Coluna Radar. *A Comunicação no Espaço do Sagrado, Hoje - Discurso e Recepção*. Disponível em: ([http://www.ecibernetico.com.br/colunaradar/Pesquisa/historia\\_capitulo3.htm](http://www.ecibernetico.com.br/colunaradar/Pesquisa/historia_capitulo3.htm)). Acesso 03/11/2004.

constar do cardápio de canais oferecidos aos assinantes. Um canal deverá ser reservado para o uso legislativo municipal e estadual, de utilização compartilhada entre as Câmaras de Vereadores localizadas nos municípios da área de prestação do serviço e a Assembléia Legislativa do respectivo Estado e Câmara Legislativa no caso do Distrito Federal. Um canal é reservado para o uso comum das universidades localizadas no município da área de prestação do serviço. Um canal comunitário deve ser disponibilizado para utilização livre das entidades não-governamentais e sem fins lucrativos. Finalmente, um canal educativo deve ser destinado a entidades do Governo Federal.

Com a aprovação da lei de TV a cabo, surgiram os canais universitários, que se definem como comunitários pelas informações que divulgam, sempre de interesse educativo e cultural, tais como Canal Universitário do Rio Grande do Norte (TVU-UFRN); Canal Universitário do Rio de Janeiro (UTV); Canal Universitário de São Paulo (CNU); entre outros.

O Canal Universitário de São Paulo, por exemplo, define-se como uma emissora de televisão educativa, cultural, informativa e comunitária, sem fins lucrativos. O canal reúne 9 universidades do estado: USP, Mackenzie, PUC, Universidade Federal de São Paulo (Escola Paulista de Medicina), Universidade Paulista, Universidade Bandeirante, Universidade São Judas Tadeu, Universidade de Santo Amaro e Universidade Cruzeiro do Sul. Tem como objetivo a elevação intelectual do público e o amadurecimento da noção de cidadania, limitando-se à produção de programas de complementação cultural ou paradidáticos para os telespectadores, formados por universitários, professores e interessados.

Inaugurado em novembro de 1997, o Canal Universitário de São Paulo (CNU) é uma emissora de TV, transmitida pelo sistema a cabo, com 24 horas de programação diária. Já detém um público regular de 100 mil telespectadores/dia. Oferece programas educativos e culturais de alto nível, com ênfase na produção científica e nas atividades comunitárias das instituições de ensino superior. O conceito básico do CNU, portanto, é o de "antena coletiva", isto é, um meio técnico de difusão de sons e imagens que distribui, na verdade, nove televisões diferentes, com filosofia, idéias, produtos e projetos próprios. As universidades integrantes trabalham numa perspectiva de integração, buscando co-produções e atividades comuns que contribuam para o fortalecimento dos laços de amizade e solidariedade que as unem <sup>72</sup>.

---

<sup>72</sup> Disponível em: (<http://www.cnu.org.br/cnu/canal.htm>). Acesso: 04/09/2005.

Surgiram diferentes opções para várias classes sociais, tais como:

- A TV Rocinha – TV ROC <sup>73</sup>, do Rio de Janeiro, foi inaugurada em 1996. Instalou-se uma rede de fibra ótica abrangendo toda a favela, com licença da NET. Há 32 mil casas conectadas à TV Rocinha, que já tem 150 mil telespectadores. Para ter acesso à transmissão dessa TV, cada residência paga 25 reais por mês para a NET. O canal tem como finalidade gerar postos de trabalho e abrir espaço para divulgação de emprego.

- A Rede Vida <sup>74</sup>, emissora católica, foi inaugurada em 1996.

- A Rede Gospel <sup>75</sup>, que tem como filosofia conquistar o Brasil e o mundo para Jesus Cristo através dos meios de comunicação, atinge 74% do território nacional.

- A Rede Mundial da LBV <sup>76</sup> é a única emissora de televisão que transmite 14 horas de programação de educação a distância no país. Em março de 2003, inaugurou sua própria geradora nacional em sinal aberto, canal 11.

- A Rede Mulher <sup>77</sup>, que tem 11 anos de existência, é um canal aberto de televisão com cobertura nacional. De acordo com a emissora, seu público é formado por 63% de mulheres das classes A e B, 75% delas inseridas no mercado de trabalho.

- TV Alphaville <sup>78</sup>, criada em 1989, num condomínio de classe alta de São Paulo edita um telejornal com notícias internas do condomínio e boletins atualizados com a situação das estradas que dão acesso à cidade de São Paulo. A TV Alphaville conta com estúdio próprio e 150 câmeras espalhadas pelo condomínio.

Na TV aberta, o único espaço para programas comunitários e especializados é dentro da programação chamada regional ou local. Para usar esses espaços diferenciados da programação nacional, é necessário o pagamento de cotas de anunciantes ou a venda de propagandas regionais durante a veiculação do programa. Verifica-se que as organizações não-governamentais e as entidades de classes não conseguem arcar com o preço cobrado. Por isso, na maioria das vezes, por não ter acesso à TV aberta, não atingem a um grande público. Ficam restritas à divulgação de seus telejornais nos canais apropriados na TV a cabo.

---

<sup>73</sup> Disponível em: (<http://www.tvroc.com.br/index.php?link=apempresa>). Acesso: 05/09/2005.

<sup>74</sup> Disponível em: (<http://www.redevida.com.br/história>). Acesso: 05/09/2005.

<sup>75</sup> Disponível em: (<http://www.igospel.com.br/redegospel/index.htm>). Acesso: 05/09/2005.

<sup>76</sup> Disponível em: (<http://www.redemundial.com.br/index.php>). Acesso: 05/09/2005.

<sup>77</sup> Disponível em: (<http://www.redemulher.com.br/institucional/historia>). Acesso: 23/11/2004.

<sup>78</sup> Disponível em: (<http://www.tvalphaville.com.br/#>). Acesso: 05/09/2005.

A Constituição Federal, no artigo 221, prevê a obrigatoriedade de programação regional nos meios de comunicação <sup>79</sup>. Do total, 15% da programação são dedicados à produção jornalística e outros 15% à teledramaturgia.

*Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:*

*I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;*

*II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;*

*III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;*

*IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.*

No Congresso Nacional, tramita o projeto de lei nº. 256/91, de autoria da deputada Jandira Feghali (PCdoB-RJ), que determina que as emissoras de televisão dediquem à produção local 30% da programação. De acordo com Valter Bonasio <sup>80</sup>, a lei obrigará a exibição de programas de produção local por TVs e rádios, das 5h às 24h. O texto do projeto de lei exige que cidades com mais de 1 milhão e 500 mil residências tenham 22 horas semanais de programas regionais; cidades com menos de 1,5 milhão de habitantes tenham 17 horas e cidades com menos de 500 mil tenham acesso a 10 horas de transmissão regional.

Paralelamente ao que pretende esse projeto e ao que determina a Constituição Federal, essa possível obrigatoriedade esbarra no problema dos custos cobrados pelas empresas, o que inviabiliza a adesão de entidades comunitárias, em sua grande maioria sustentada pelos próprios associados ou por organizações sociais sem fins lucrativos.

Logo, os telejornais comunitários que obtêm espaço na TV aberta, com cotas publicitárias, podem ficar atrelados a interesses comerciais e/ou editoriais da empresa ou da emissora contratante, porque provavelmente terão de prestar contas e, conseqüentemente, haverá um comprometimento do conteúdo da programação.

Em função desse viés econômico, conclui-se que o telejornal DFTV, o telejornalismo produzido pela TV Globo Brasília, comprometido com a empresa e financiado por anunciantes que compram horários e inserções da empresa Rede Globo, está mais

---

<sup>79</sup> No caso específico de televisão, a obrigatoriedade vale para TVs Abertas, TVs a cabo e rádios.

<sup>80</sup> BONASIO, Valter. *Criar e Produzir Regionalmente – TV Regional*. Coluna Tendências, Produção Profissional, Revista de Comunicação e Técnica Audiovisual, nº 18, p. 40 – 48, jun/2003.

definido como **telejornal local**<sup>81</sup> do que como **comunitário**, já que a população exerce influência na escolha das matérias, mas não detém total participação.

Os profissionais que trabalham e produzem o telejornal DFTV são membros da comunidade, da região, mas antes de tudo são funcionários contratados da empresa Rede Globo de Televisão. Atuam conforme as regras e as normas impostas pela empresa, mas sofrem influência já que vivenciam os mesmos problemas de toda a população da cidade. Os jornalistas podem sofrer também retaliações se usarem um discurso ou veicularem uma matéria contrária aos interesses da emissora, ainda que seja de interesse público. Um exemplo disso é a norma da empresa de não veicular matéria sobre lançamentos de filmes (com exceção dos filmes produzidos pela empresa Globo Filmes, que faz parte do grupo), nem reportagens sobre salas de cinema, inovações tecnológicas dos equipamentos cinematográficos. A Rede Globo justifica que a televisão não pode fazer propaganda de outro meio de comunicação concorrente. Julgam que, se as pessoas saírem de casa para assistir a filmes, acarretaria diminuição de audiência da programação da emissora.

Apesar de haver acordo econômico entre funcionários e empresa, não significa que o telejornal produzido tenha conteúdo exclusivamente indicado por interesses internos. Como todo programa jornalístico na televisão, há o objetivo de prestar serviços de utilidade pública, de divulgar reportagens de interesse coletivo e há espaço de mediação entre público e a mensagem veiculada. Uma programação local tem uma ligação direta com o ambiente, com o lugar onde as pessoas vivem, com a economia, com a geração de riquezas e com as raízes sociais e culturais. Segundo Martín-Barbero<sup>82</sup>, é na comunidade que a pessoa tem um reconhecimento social.

O telejornalismo local pode servir para desenvolver as características culturais de cada comunidade. É um importante mecanismo capaz de expressar as características peculiares da população em questão. A preocupação com a qualidade e com a informação local aproxima a mensagem transmitida do público.

Os telejornais locais têm a missão de informar, de divertir a comunidade, de destacar assuntos que estão em evidência, valorizar as riquezas e mostrar as deficiências da

---

<sup>81</sup> Entende-se por telejornal local aquele produzido na área de emissão do canal, para cobrir os acontecimentos da região e transmiti-los aos seus moradores.

<sup>82</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. *América latina e os Anos Recentes: o Estudo de Recepção em Comunicação Social*. 1991. In: SOUZA, Mauro Wilton. *Sujeito, O Lado Oculto do Receptor*. São Paulo: Brasiliense, 2002. p. 60.

região. Avocam uma responsabilidade social, para tentar melhorar a qualidade de vida da sociedade na qual está inserida.

É através da TV regional que o público possui a oportunidade de se ver retratado na tela da televisão, tentando talvez obter, de alguma maneira, respostas aos seus anseios ou simplesmente, sentir-se próximo de seus direitos (BAZI, 2001, p. 87) <sup>83</sup>.

Na Rede Globo, a grade de programação local é maior nas afiliadas (empresas particulares repetidoras do sinal da emissora). Juliane Guzzoni estudou o modelo de telejornal denominado “comunitário”, adotado por emissoras afiliadas da Rede Globo em todo o país e verificou que os telejornais da maior emissora de TV do Brasil se voltaram também para a sociedade menos favorecida, as comunidades de bairro, numa proposta declarada de debater os problemas da coletividade. Guzzoni definiu como a ‘cultura do regional’.

Os telejornais transmitidos pelas emissoras e afiliadas da Rede Globo, no Brasil inteiro, no horário das 12h até 12h45, agora são produções regionalizadas, têm um público delimitado, mais específico, e uma relação de assuntos prioritários, como por exemplo, problemas e dificuldades enfrentados no dia a dia por essas comunidades, falta de emprego, de moradia, má conservação das vias urbanas, precariedade das escolas de bairro, trânsito e transporte, mas também os modelos de soluções caseiras encontrados pelas comunidades, os exemplos de cidadania (GUZZONI, 2001, p.18) <sup>84</sup>.

A TV Bahia <sup>85</sup>, por exemplo, investe na produção de telejornais da sua região. O objetivo é levar notícia e informação para a comunidade baiana, criar novas opções de lazer e enaltecer a história da Bahia e a cultura dos afro-descendentes. Com isso, a televisão consegue por meio do produto local (telejornalismo) melhorar a qualidade de vida da população do Estado. A afiliada tem 15 % da programação destinada à cobertura de assuntos da capital e das cidades da Bahia.

A RBS TV, afiliada da Rede Globo que cobre a região Sul, define-se como a emissora que mais produz localmente no Brasil, com a cara dos gaúchos e catarinenses (sic). Do total, 20% da programação são destinados a informações da região. Em cada programa, a RBS TV dá prioridade a conteúdos que dão ênfase às demandas locais.

---

<sup>83</sup> BAZI, 2001, op. cit., p. 87.

<sup>84</sup> GUZZONI, Juliane. *A Comunidade na TV: Uma Análise sobre a Regionalização da Notícia e o Processo de Participação Popular*. São Paulo, 2001, 98p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica). Universidade Católica de São Paulo. p. 18.

<sup>85</sup> Disponível em: (<http://ibahia.globo.com/tvbahia/>). Acesso: 05/09/2005.

Todos buscam participar, produzir ou promover eventos que suportem características regionais. Assim, nossos programas voltados ao público jovem organizam paradas musicais, eventos culturais e esportivos. Os programas voltados à cultura regional participam de eventos tradicionalistas. Os programas históricos incentivam relações educacionais com escolas e eventos de cunho histórico. Enfim, para a RBS TV não basta produzir, é preciso produzir com inserção na comunidade, com a cara do nosso público <sup>86</sup>.

Pretende-se, nesta parte, mostrar a opinião dos funcionários que integram o telejornal tema deste trabalho. Chama-se isto de interpretação da compreensão cotidiana, defendida por John Thompson <sup>87</sup>. É importante em uma pesquisa social elucidar como as pessoas envolvidas na produção e na transmissão de mensagens vêem o produto, como elas entendem o que estão fazendo, o que estão produzindo e o que estão tentando conseguir.

Numa rápida enquête com os profissionais da emissora Rede Globo em Brasília, contatou-se que a diferença entre a definição de telejornal comunitário e telejornal local é sutil, confundindo grande parte das pessoas que fazem ou já fizeram parte da equipe do telejornal DFTV.

A editora de texto Aliene Coutinho, que trabalha há 14 anos na TV Globo, define o DFTV como um telejornal local. “Como a TV Globo Brasília tem equipes bem distintas para cobrir os acontecimentos locais e nacionais, o DFTV se resume em atender aos pedidos de pauta das comunidades locais, problemas que atingem o Plano Piloto e cidades do DF, sem se envolver em fatos políticos ou econômicos de repercussão nacional. Não considero o DFTV comunitário porque compartilho da opinião de muitos acadêmicos de que jornal comunitário é aquele feito pela comunidade, mas, como **local**, acredito que o DFTV atende bem ao propósito de levar ao público, o que é interessante, curioso, o que incomoda, e o que precisa ser mudado em Brasília e nas regiões administrativas. Nesse aspecto cumprimos nosso papel” (ALIENE COUTINHO, em entrevista à pesquisadora em outubro/2004).

Para Leila Steremberg, ex-apresentadora do DFTV, o telejornal é comunitário, apesar do engessamento provocado pelos modos de produção impostos pela empresa. “O telejornal é **comunitário** porque mostra os problemas da cidade e coisas boas também. Hoje, olhando pra trás, acho que talvez tenhamos dado muita prioridade ao

---

<sup>86</sup> Disponível em:

([http://www.rbs.com.br/rbscom/jsp/default.jsp?contexto=tv&paginamenu=../library/menu\\_tv\\_apresentacao.lbi&paginaconteudo=../library/rbstelevisao\\_capa.lbi](http://www.rbs.com.br/rbscom/jsp/default.jsp?contexto=tv&paginamenu=../library/menu_tv_apresentacao.lbi&paginaconteudo=../library/rbstelevisao_capa.lbi)). Acesso: 05/09/2005.

<sup>87</sup> THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna – Teoria Social Crítica na Era dos Meios de Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro: Vozes, 1995. p. 393.

noticiário policial. Também acho que o jornal poderia ter sido menos ‘duro’ e mais informal, mas é difícil sair do chamado padrão Global, sem sair demais... É uma linha tênue” (LEILA STEREMBERG, em entrevista à pesquisadora em novembro/2004).

O professor da Universidade de Brasília, Paulo José Cunha, ex-repórter do DFTV, define o DFTV como local, porque ele existe antes de tudo para servir à comunidade. Não é feito pelo povo. É feito por profissionais preocupados em informar e valorizar a cara cultural do lugar. “Telejornalismo **local** é apenas uma das faces de uma realidade mais abrangente chamada regionalização da produção, tão exigida, tão necessária e tão protelada, a ponto de estar prevista na Constituição de 88 e ainda assim jamais ter sido regulamentada. Pesquisas recentes indicam um visível esgarçamento dos tecidos culturais regionais em benefício de uma perigosa homogeneização a partir do influxo dos conteúdos produzidos no eixo Rio - São Paulo (...) Há uma necessidade urgente de valorizar a cultura local abrindo espaço regional para sua expressão” (PAULO JOSÉ CUNHA, 2004) <sup>88</sup>.

Para a jornalista Flavia Alvarenga, apresentadora da previsão do tempo no DFTV e produtora há 3 anos, o telejornal é **comunitário**, porque grande parte das sugestões de pauta é feita pela comunidade. “O número de telefonemas com reclamações é enorme e as sugestões são quase sempre aprovadas na reunião de pauta. Apesar disso, o lado comunitário do jornal fica restrito às cidades-satélites mais próximas. Por exemplo, entre um problema em Taguatinga e outro em Brazlândia, Brazlândia sempre fica de fora. Matérias distantes são feitas apenas aos domingos. Acho também que os *links* não são tão populares, primeiro por questões operacionais. O *link* quase sempre não fecha em locais distantes. Os cantores das satélites acabam ficando de fora. Só entram na agenda cultural. Artista popular mesmo, só aparece no DFTV aquele que já tem destaque. Tudo bem que a qualidade Globo é diferente, mas o espaço dos artistas locais é menor” (FLAVIA ALVARENGA, em entrevista à pesquisadora em janeiro/2005).

Marcos Tavares, um dos profissionais mais antigos, pois trabalha há 31 anos na Rede Globo - começou como contínuo na redação e, atualmente, é cinegrafista – acha que houve mudanças nos últimos anos. “O DFTV é um jornal mais **comunitário** agora. Antigamente, acho que era mais local. O jornal tinha pouco tempo de produção. Nós fazíamos matérias sobre acontecimentos da cidade: um crime, um acidente, um buraco na rua,

---

<sup>88</sup> CUNHA, Paulo José. *A Grande Imprensa é Local*. Coluna Jornalismo em Close. Disponível em: (<http://www.telehistoria.com.br/artigos/pj003.htm>). Acesso: 03/11/2004.

uma manifestação. Ouvíamos sempre os dois lados envolvidos, mas não havia debates e entrevistas ao vivo cobrando resultados das autoridades. Hoje, o DFTV tem tudo isso e acaba ajudando a comunidade. Cobra e os problemas são resolvidos. O DFTV funciona como um balcão de reclamações perante o governo, uma ouvidoria. Um exemplo recente é o caso da farmácia de alto custo; 3 anos de mal atendimento, doentes e idosos dormiam na fila para conseguir uma senha. Foi só o DFTV mostrar a reclamações dos pacientes durante 1 semana seguida, que o Secretário de Saúde do DF estendeu o horário de funcionamento da farmácia para 24 horas por dia” (MARCOS TAVARES, em entrevista à pesquisadora em janeiro/2005).

Renata Gonzaga, a mais nova repórter da equipe do telejornal DFTV (1 ano e meio na Rede Globo), assume não ter uma opinião absolutamente precisa sobre essa característica do DFTV. “Percebo que o DFTV segue a vocação da cidade. Brasília não é só dos que vivem aqui. Convivemos com as implicações de um distrito tipicamente administrativo. Decisões de Estado, em nível federal, interferem eventualmente, de forma direta ou indireta, na vida dos cidadãos. Por isso, não penso que seja um jornal com personalidade estritamente comunitária. Defendo a pauta ampla, abrangendo problemas administrativos, questões políticas, sociais e econômicos” (RENATA GONZAGA, em entrevista à pesquisadora em janeiro/2005).

Viviane Basile, contratada como repórter em 2000, acredita que o DFTV é um telejornal **local**, cheio de restrições. “Na medida do possível (dentro da quantidade de equipamentos e de profissionais), as reclamações, pedidos e denúncias da comunidade são ouvidas. Todos os dias, os repórteres estão em campo (mesmo nos lugares mais distantes) para conversar com a população. Fazemos um meio de campo entre os problemas apresentados e as possíveis soluções. As autoridades são cobradas sem nenhum tipo de interferência dos donos da emissora ou do departamento comercial” (VIVIANE BASILE, em entrevista à pesquisador em janeiro/2005).

Hebert Souza é secretário da redação há 1 ano. Ele recebe centenas de ligações telefônicas para compor a produção do telejornal DFTV. Apesar de não trabalhar diretamente na produção, sempre participa das reuniões e se declara também um telespectador. “O DFTV é um jornal **comunitário** pelo fato de defender e apurar tudo que

possa ser de interesse da sociedade. Não poder atender a todos é normal, pois a sociedade tem muitos problemas” (HEBERT SOUZA, em entrevista à pesquisadora em janeiro/2005).

A estudante de jornalismo Talita Londe, auxiliar de redação há 2 anos e meio, acha que o DFTV é um jornal **tanto comunitário como local** por abranger alguns assuntos de rede (nacional) como economia e política, mesmo assim, tenta buscar soluções aos problemas enfrentados pela sociedade. Mas, por outro lado, algumas vezes deixam os moradores das cidades-satélites um tanto chateados, pois veiculam muitas matérias do Plano Piloto. “Trabalho como auxiliar de redação, anoto pautas e passo para a produção, e além disso ouço muitas reclamações destes moradores, falando que só fazem matérias no centro de Brasília. Imagino que algumas pautas não possam ser executadas nas cidades-satélites. Acho que é pela distância” (TALITA LONDE, em entrevista à pesquisadora em dezembro/2004).

Danielle Sarmiento, ex-produtora do telejornal DFTV (trabalhou com a equipe durante 2 anos e meio. Hoje é produtora do Jornal Nacional) acha que o DFTV é um telejornal que procura trazer assuntos nacionais para o mundo **local**. “É um jornal que está sempre atualizado e mesmo com as nossas dificuldades do dia-a-dia (equipamento, equipe, etc.), consegue atender boa parte da comunidade. Não podemos esquecer que a maioria das matérias é pautada pelas denúncias da população” (DANIELLE SARMENTO, em entrevista à pesquisadora em dezembro/2004).

A apresentadora e editora-executiva do telejornal Fernanda de Bretanha, funcionária há 9 anos, defende que o jornal é **100% comunitário**, sem ligação com o governo federal e local. Para ela, quem merece destaque nas reportagens é o povo. “Assumi a editoria do DFTV há 2 anos e de lá pra cá, o número de matérias feitas nas cidades satélites aumentou. Essa é a minha intenção. Ir até onde o público está. Nosso público é formado, principalmente, pelas classes B, C e D e está localizado nas cidades satélites. São donas de casa, estudantes e trabalhadores que almoçam em frente à televisão. Outra coisa: não acho que a proximidade com o governo federal contamine o jornal com matérias nacionais, como decisões do Banco Central, Câmara Federal e Senado. Quando divulgamos é porque o assunto tem alguma ligação com o interesse dos moradores do DF” (FERNANDA DE BRETANHA, em entrevista a pesquisadora em janeiro/ 2005).

O chefe de reportagem Cleber Praxedes fala sobre as normas e regras da TV Globo. “Acho que o nosso jornal desenvolve bem o seu objetivo maior, que é tornar-se

**comunitário** e interativo, procurando se aproximar cada vez mais da população, informando os seus problemas e tentando encontrar as soluções. Considero também que os nossos jornais vêm exercendo também, satisfatoriamente, sua função fiscalizadora junto ao governo e governantes” (CLEBER PRAXEDES, em entrevista à pesquisadora em janeiro/2005).

A repórter Claudia Toledo, que trabalha há seis anos na TV Globo, enfatiza o esforço da equipe para construir um telejornal mais entrosado com a comunidade, mas reconhece que faltam estudos para conhecer quem é o público, o que ele pensa. “Acho que tentamos elaborar um jornal que abre espaço para a comunidade denunciar, reclamar direitos que não são respeitados. Mas, para isso, é necessário eleger temas que envolvam o maior de número de pessoas, o que nem sempre é possível. Para se fazer um jornal comunitário, é importante descobrir as necessidades da população. E, para isso, é fundamental realizar avaliações mais rigorosas sobre as notícias que são exibidas e estudos para descobrir o que eles querem ver no DFTV. Por isso, defino o DFTV como um telejornal **local**” (CLAUDIA TOLEDO, em entrevista à pesquisadora em dezembro/2004).

A “prestação de serviço” é uma ferramenta bastante utilizada pelos telejornais locais da Rede Globo para ter uma maior aproximação com o público da região. De acordo com Brittos e Bolaño <sup>89</sup>, a emissora coloca no ar as queixas e reclamações do povo. Com isso, resgata-se um vestígio memorial da expectativa que o público possui do jornalismo. Com essa estratégia, a emissora e o telejornal, de maneira ampla, se autoconstroem como intermediários entre o público e o poder público. Contudo, essa ligação não confere ao telejornal local o *status* de telejornal comunitário.

Entre os teóricos, Lima <sup>90</sup> diz que há uma tendência em chamar os telejornais locais de comunitários na medida em que enfatizam a cobertura de problemas ligados à violência, segurança, saúde pública, educação e moradia da população. O termo telejornalismo comunitário tem sido usado pelas emissoras mais como uma orientação, como *marketing* e propaganda do que como realidade do trabalho jornalístico e escolha das pautas.

Considero o DFTV um telejornal **local**, uma vez que valoriza os fatos locais, a história, a cultura, os costumes da região, propiciando uma interação ‘relativa’ da comunidade com o telejornal, pois pode enviar sugestões, reclamações e denúncias. Mas há

---

<sup>89</sup> BRITTOS e BOLAÑO, 2005, op. cit., p. 220.

<sup>90</sup> LIMA, 2001, op. cit., p. 265 – 267.

um limite de sua participação porque é a empresa que faz o juízo de valor do que é mais ou menos relevante para compor a pauta de transmissão. Verifica-se pelos depoimentos dos funcionários que a comunidade de regiões administrativas mais próximas tem privilégio em detrimento das mais distantes, por questões operacionais.

## 1.4. Características do telejornal DFTV

Há 19 telejornais locais nas redes de programação das emissoras de televisão do Distrito Federal.

A TV Globo (canal 10) tem 5 telejornais locais, produzidos pela equipe de jornalismo da emissora em Brasília. São eles:

- “Bom Dia DF” – das 6h30min às 7h15min – de segunda a sexta-feira;
- “DFTV 1ª edição” – das 12h15min às 12h55min – de segunda a sábado;
- “Globo Esporte” local – das 12h56min às 13h – de segunda a sábado;
- “DFTV 2ª edição” – das 18h50min às 19h10min – de segunda a sábado;
- “Globo Comunidade” – das 7h às 7h30min – aos domingos.

A TV Brasília – Rede 21 (canal 6) empata com a TV Globo em número de telejornais. Os 5 programas locais são produzidos pela equipe de jornalismo da empresa, que faz parte do grupo Paulo Octávio. São eles:

- “Acorda Brasília” – das 8h às 8h30min – de segunda a sexta-feira;
- “Jornal Local” – das 12h30min às 13h – de segunda a sexta-feira;
- “Jornal Local 2ª edição” – das 19h às 19h40min – de segunda a sábado;
- “Jornal Local Noite” – das 1h às 1h15min – de segunda a sexta-feira;
- “Debate Capital” – das 14h30min às 15h nos sábados.

A TV Bandeirante (canal 4) vem em seguida, com quatro telejornais locais, produzidos pela equipe de jornalismo da emissora. Um deles, o “Brasília Urgente”, é considerado programa independente porque a emissora vende o espaço na grade de programação e a produtora responsável arca com os custos, ficando com liberdade e autonomia para vender comerciais e cotas para anunciantes no horário. Os quatro programas são:

- “Direto de Brasília” – das 7h30min às 8h – de segunda a sexta-feira;
- “Band Cidade 1ª edição” – das 12h30min às 12h45min – de segunda-feira a sábado;

- “Brasília Urgente” – das 13h às 14h – de segunda a sexta-feira; produzido pela produtora FAC TV.

- “Band Cidade 2ª edição” – das 19h às 19h20min – de segunda-feira a sábado;

A TV Record (canal 8) possui dois telejornais locais produzidos pela equipe de jornalismo da emissora em Brasília. O “Fala Brasília”, exibido das 13h20min às 14h, de segunda a sexta-feira e o “Informe DF”, veiculado das 18h30min às 19h05min, de segunda-feira a sábado.

O SBT (canal 12) fica em último lugar na participação regional, pois tem apenas um único telejornal local, o “Cidade Viva”, que é terceirizado, ou seja, produzido por outra empresa, a AP produções sob a direção do jornalista Álvaro Pereira, mas com cotas de publicidade vendidas pela emissora SBT. O telejornal “Cidade Viva” vai ao ar das 12h30min às 13h, de segunda a sexta-feira.

O objeto deste estudo, o DFTV 1ª edição - ou apenas DFTV, como é chamado - é o telejornal local com os mais altos índices de audiência entre os demais telejornais locais.

De acordo com os registros do departamento de programação da Rede Globo Brasília, o telejornal DFTV só ficou em segundo lugar no Ibope no ano de 1977. Por 3 meses consecutivos, o programa “Brasília Urgente”, na época apresentado na TV Brasília, comandado por Álvaro Costa, Celso de Marco, Ralf Siqueira, Márcia Ferreira e Cavalcanti, conseguiu o maior índice ficando como líder no horário. O programa Brasília Urgente foi um marco da produção regional. Centenas de artistas, cantores, desempregados, consumidores descontentes e parentes à procura de desaparecidos formavam filas gigantescas na porta da TV Brasília para participar do programa de auditório, gravado ao vivo, que iniciava na hora do almoço e terminava no fim da tarde ou quando acabava a fila de participantes. O programa “Brasília Urgente” possibilitava que o público falasse, reclamasse, pedisse e participasse de debates. Na época, a direção de jornalismo da Rede Globo fez algumas mudanças no telejornal, como a inclusão de matérias policiais e de apelo comunitário, e o DFTV voltou a ser o primeiro telejornal da cidade no Ibope. De 1977 até hoje, nunca mais perdeu a liderança no horário.

Para ilustrar, de acordo com dados de abril a setembro de 2004 do Ibope <sup>91</sup>, o telejornal se manteve como o primeiro em audiência se comparado com outros telejornais locais do mesmo horário.

- REDE GLOBO/ DFTV 1ª edição (horário 12h15min às 12h55min):  
24 pontos – Média Audiência Domiciliar/Ibope  
43 *share* <sup>92</sup>  
204.408 – Total de telespectadores que assistem.
- SBT / Cidade Viva (horário 12h30min às 13h):  
5 pontos – Média Audiência Domiciliar/Ibope  
14 *share*  
42.900 – Total de telespectadores que assistem.
- TV BRASÍLIA – Rede 21/ Jornal Local (horário 12h30min às 13h):  
2 pontos – Média Audiência Domiciliar/Ibope  
5 *share*  
17.917 – Total de telespectadores que assistem.

Verifica-se que os índices se mantêm inalterados durante o ano. As maiores diferenças foram de três pontos, para cima ou para baixo. Consideram-se os dados do Ibope importantes instrumentos comparativos em concordância com Mauro Porto em seu estudo sobre recepção.

Não pretendo sugerir que os índices de audiência medidos por institutos de opinião pública como o Ibope sejam a única ou mesmo a melhor forma de identificar a popularidade de gêneros culturais. A popularidade de programas de televisão não se limita aos seus índices de audiência, já que este tipo de dado não nos diz nada sobre como audiências socialmente situadas recebem e interpretam o conteúdo de diversos elementos da programação. Ainda sim, os dados de audiência constituem uma indicação importante de centralidade dos diferentes gêneros televisivos na cultura brasileira (PORTO, 2003, p. 104 - 124) <sup>93</sup>.

---

<sup>91</sup> O Ibope divulga a tabela com os índices a cada seis meses. O documento é fornecido para empresas de comunicação, publicidade, relações públicas e marketing, que contratam os serviços do Instituto Brasileiro de Pesquisas e Estatísticas. As informações são de domínio público. Para as emissoras de TV, os dados ajudam no planejamento de programação, financeiro e comercial.

<sup>92</sup> *Share* significa o número de televisores ligados naquele horário. Para descrever o uso do índice, basta explicá-lo assim: no horário divulgado, em média 74% dos domicílios estavam com seus aparelhos de TV ligados na TV Globo. *Share* é usado em pesquisas como medida de aferição do conhecimento da marca da instituição que um determinado público tem na memória, em dado momento (RABAÇA e BARBOSA, 2001, op. cit., p. 671).

<sup>93</sup> PORTO, Mauro. *Telenovelas e Controvérsias Políticas: Interpretações da Audiência sobre Terra Nostra*. In: Vera França; Maria Helena Weber; Raquel Paiva; Liv Sovik (Orgs.). *Estudos de Comunicação: Livro do XI Compós*. Porto Alegre: Sulina, 2003. p.104 – 124.

O que contribuiu para a escolha do DFTV como objeto de estudo é a possibilidade de examinar um telejornal com características locais e com ligação direta com a cidade. É importante ressaltar que esse enfoque regionalista tem assumido um destaque e um mérito no mundo em que o padrão é o da globalização. Valorizar as culturas regionais por meio da regionalização da programação visa promover a identificação e a integração comunitária.

## 1.5. Perfil da audiência do telejornal DFTV

O termo audiência, que vem do latim *audientia*, é o ato de escutar, um vetor quantitativo que considera que, quanto mais um produto é mercadológico, mais ele busca audiência. A procura pela mensuração e medição dos dados referentes à comunicação faz-se presente nas empresas de mídia para balizar os contratos comerciais. Portanto, procura-se sempre medir a audiência para direcionar a programação para o que quer assistir a população. A audiência é analisada por pesquisas de amostragem, como as feitas pelo Ibope.

As emissoras dependem diretamente do número de telespectadores que têm. Quanto maior o público de um canal ou de um programa, mais caro a emissora pode cobrar pelos espaços publicitários. Com exceção das TVs públicas, qualquer veículo de comunicação – rádio, jornal, televisão – visa ao lucro.

Quanto maior for a audiência, maior será o preço de venda do espaço publicitário e, conseqüentemente, maiores serão as possibilidades de retroalimentação de investimentos nas qualidade da produção, da programação e da distribuição (BRITTOS e BOLAÑO, 2005, p. 43)<sup>94</sup>.

Um telejornal não é consumido como um jornal impresso, isto é, nos momentos definidos individualmente pelos leitores. Seu consumo é prefixado no espaço a ele determinado dentro da programação. Por isso, o telejornal tem de cativar a audiência nesse único espaço de televisão; caso contrário, perde sua possibilidade de venda. Dessa maneira, a produção do telejornal deve obedecer a critérios de atratividade e interesse diferentes dos utilizados pelo jornal impresso<sup>95</sup>.

Os estudos de audiência na TV começaram em 1950, no mesmo ano em que a TV chegou ao Brasil, com o advento da montagem dos institutos de pesquisa. O Instituto Brasileiro de Pesquisas de Opinião Pública, Ibope, foi o pioneiro na realização de pesquisas no Brasil. O instituto começou a medir a audiência televisiva, por flagrante domiciliar, o que consistia em abordagens feitas de porta em porta por um pesquisador.

---

<sup>94</sup> BRITTOS e BOLAÑO, 2005, op. cit., p. 43.

<sup>95</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. *O Capital da Notícia*. São Paulo: Ática, 1996. p. 52.

Em 1969, o Ibope adotou o “tevémetro”, um aparelho que registrava a audiência em um rolo de papel conectado à TV e coletado toda semana em 220 casas de São Paulo.

No início da década de 70, o Ibope passou a medir a audiência individual por meio de Cadernos <sup>96</sup>, que eram distribuídos e preenchidos em 920 domicílios no Rio de Janeiro e em São Paulo. Em 1989, com uma amostra de 256 domicílios na grande São Paulo, foram instalados os primeiros *peoplemeters* <sup>97</sup>, aparelhos que permitiram, mais tarde, a aferição em tempo real e são usados até hoje.

O *peoplemeter* monitora os hábitos televisivos de uma família com até 4 pessoas. Toda vez que a TV é ligada, o *peoplemeter* emite um bip duplo, intermitente. O barulho só pára se a pessoa digitar seu código pessoal no controle remoto dado pelo Instituto. Dessa forma, cada morador do domicílio se identifica quando liga a televisão. O próprio aparelho, conectado a ela, encarrega-se de coletar os dados, como o canal assistido, as trocas de canais, a duração, etc. Em seguida, os dados são armazenados e, no final do dia, são enviados por linha telefônica automática para a central do Ibope. Depois que chegam à central de processamento no Ibope, os dados são lidos e trabalhados e, em cerca de 30 minutos, o estudo da audiência é disponibilizado para o cliente (no caso, agências de publicidade e propaganda e emissoras de TV). Com esse aparelho, o Ibope consegue saber o que cada morador de uma residência está assistindo naquele momento e por quanto tempo.

Em 1996, o instituto de pesquisa criou o PNT, Painel Nacional de Televisão, com dez praças fornecendo amostras, inclusive Brasília. No total, o PNT reúne 2.614 domicílios, definidos por sorteio.

---

<sup>96</sup> Caderno é uma das mais tradicionais metodologias de medição de audiência e consiste no preenchimento por parte do indivíduo da programação que ele assistiu durante o dia em intervalos de 15 minutos. Os cadernos são recolhidos no domicílio a cada duas semanas e suas informações são armazenadas em banco de dados através de um sistema de leitura ótica com entrega mensal dos dados. Disponível em:

([http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=pesquisa\\_leitura&db=cald&docid=330AEB5AA888144183256EE40054E25C](http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=pesquisa_leitura&db=cald&docid=330AEB5AA888144183256EE40054E25C)). Acesso: 20/08/2005.

<sup>97</sup> *Peoplemeter* é uma metodologia que substitui o tradicional "caderno" como forma de registro do comportamento do telespectador. Por meio dos aparelhos *peoplemeters* instalados nos domicílios, as emissoras e sua programação são automaticamente identificadas e transmitidas ao Ibope pelos sistemas de remessa *Real Time* para SP e *Over Night* para as demais praças (Brasília está incluída aqui). Os aparelhos medem até quatro aparelhos por domicílios e todas as formas de recepção VHF, UHF, Cabo, DTH, VCR. Disponível em:

([http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=pesquisa\\_leitura&db=cald&docid=330AEB5AA888144183256EE40054E25C](http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=pesquisa_leitura&db=cald&docid=330AEB5AA888144183256EE40054E25C)). Acesso: 20/08/2005.

De acordo com a Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa, a ABEP<sup>98</sup>, existem hoje 175 empresas no País que trabalham com pesquisas de audiência ou pesquisas relacionadas à mídia, ao consumo de programas e produtos divulgados na televisão. No Distrito Federal, há 6 empresas: Checon Pesquisas, Íntegra, Opinião Consultoria, RP Labor, SOMA, Serviço de Pesquisa e Opinião de Mercado e Ibope, com sede em São Paulo.

A TV Globo usa como índices de audiência as pesquisas fornecidas pelo Ibope. De acordo com o instituto, o Brasil tem, hoje, 48 milhões de aparelhos de televisão. A TV Globo é a emissora com os maiores índices de audiência e, atualmente, cobre praticamente todo o território nacional, sendo vista por 99,84% dos 5.043 municípios brasileiros. Há 113 emissoras entre geradoras e afiliadas. Em números gerais, a Rede Globo tem os maiores índices de audiência comparando com as outras emissoras nacionais:

- 74% de *share* no horário nobre;
- 56% no matutino;
- 59% no vespertino;
- 69% de *share* de audiência no horário noturno<sup>99</sup>.

Em Brasília, o Ibope usa duas metodologias de coleta de dados: o caderno e o peplemeter. Em 90% dos domicílios já está implantado o sistema peplemeter. Os domicílios escolhidos ficam no máximo por quatro anos na amostra, para garantir a rotatividade que esse tipo de pesquisa necessita. Essa renovação é contínua e todo ano uma parte da amostra é trocada. Os endereços dos domicílios participantes são mantidos sob sigilo, para evitar qualquer espécie de interferência na medição de audiência.

As informações fornecidas para a Rede Globo Brasília sobre o perfil do receptor são de natureza quantitativa: quantidade de telespectadores, localidade (por região administrativa), sexo, grau de instrução, faixa etária, renda familiar, escolaridade, etc. Números e porcentagens formam o resultado da análise e da catalogação dos telespectadores, entregue à emissora. O levantamento feito pelo Ibope serve de parâmetro para a venda de comerciais nos horários do telejornal.

---

<sup>98</sup> Disponível em: (<http://www.abep.org/Default.aspx?usaritem=diretorio&exibir=todos>). Acesso: 20/08/2005.

<sup>99</sup> Dados coletados pelo Ibope para a Rede Globo, 2005.

O telejornal DFTV, objeto deste estudo, tem 43% de *share* entre o horário de 12h15min e 12h55min. É assistido por 204.408 telespectadores no Distrito Federal e em mais 6 cidades do Entorno. Pela tabela do Ibope de 2005, o telejornal DFTV 1ª edição registra um público formado por:

- 47% homens e 53% mulheres.

Faixa etária:

- De 4 a 11 anos – 18%
- De 12 a 17 anos – 15%
- De 18 a 24 anos – 14%
- De 25 a 49 anos – 37%
- Acima de 50 anos – 16%

Classe social:

- 28% classes A e B;
- 38% classe C;
- 34% classes D e E;

Atualmente, as pesquisas de audiência se tornaram uma maneira institucionalizada e consolidada de ajudar as empresas de comunicação e as emissoras de televisão a conhecer características e perfis do seu público para planejar a produção de seus programas. Em relação ao telespectador, as pesquisas popularizaram-se e hoje são reconhecidamente um instrumento válido para aferição de tendências. Assim, o público pode saber qual programa está sendo mais assistido e qual não agrada o gosto popular.

A capilaridade da audiência do telejornal em estudo é muito expressiva. Os dados coletados foram cruzados com as opiniões aferidas pela pesquisa subjetiva realizada a fim de confirmar ou não que o DFTV é um telejornal local com influência no cotidiano da população do Distrito Federal.

## Capítulo 2. Referencial teórico-metodológico:

### 2.1. Estudos culturais e a recepção de televisão

Os estudos culturais da comunicação surgiram no fim da década de 50 como uma revisão dos conceitos e dos pressupostos do materialismo histórico do marxismo, em relação à cultura. Verificou-se o declínio do prestígio do marxismo (ceticismo a todas as teorias totalizantes) e o surgimento de movimentos sociais como o feminismo, as questões de gênero, a ecologia e as minorias. Os estudos culturais britânicos têm entre os seus principais teóricos os autores Raymond Williams, Edward Thompson, Richard Hoggart e Stuart Hall, vinculados ao *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS). A partir da década de 60, os pressupostos teóricos desta corrente foram difundidos para outros países.

Os teóricos dos estudos culturais não acreditam que a superestrutura, a cultura, é um mero reflexo (sem esforço nenhum, sem qualquer efetividade social própria), um espelho, da infra-estrutura, a base. Estudam a base para saber como ela se relaciona com a cultura. Defendem que a cultura é um processo ativo, complexo e de interação mútua de todas as práticas; contornando o problema da determinação econômica. Afirmam que todo produto cultural é sempre modificado por várias mediações que se entrelaçam a toda a prática social.

Hoggart, Williams e Thompson (...) forçaram seus leitores a atentar para a tese de que, concentradas na palavra cultura, existem questões diretamente propostas pelas grandes mudanças históricas que as modificações na indústria, na democracia e nas classes sociais representam de maneira própria e às quais a arte responde também, de forma semelhante (HALL, 2003, p. 133)<sup>100</sup>.

A cultura é entendida como prática social, um processo de conhecimentos e práticas comuns a toda sociedade. Um conjunto de práticas onde são os próprios participantes de uma cultura que dão sentido aos objetos, eventos, etc.<sup>101</sup>. Um local de convergência, onde

---

<sup>100</sup> HALL, 2003, op. cit., p. 133.

<sup>101</sup> ESCOSTEGUY, Ana Carolina. *Notas para um estado da Arte sobre os Estudos Brasileiros de Recepção dos anos 90*. Trabalho apresentado no XII Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, GT de Mídia e Recepção. Recife, 4 – 5/jun., 2003. p. 03. Disponível em: ([http://www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos/carolina\\_escosteguy.pdf](http://www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos/carolina_escosteguy.pdf)). Acesso: 05/01/2006.

todos os fenômenos culturais são dignos de estudo, até os considerados marginalizados. O interesse centra-se, principalmente, na análise de uma forma específica de processo social, relativa à atribuição de sentido à realidade, à evolução de uma cultura, de práticas sociais partilhadas, de uma área comum de significados <sup>102</sup>. A cultura incluiu formas e práticas culturais que organizam a vida cotidiana, incorporando a experiência e os modos de vida (idéias, atitudes, línguas, práticas, instituições, estruturas de poder). É a soma das descrições disponíveis pelas quais as sociedades dão sentido e refletem as suas experiências comuns.

A cultura é um processo que encerra necessariamente os indivíduos em uma “comunidade”. Ela diz respeito ao fato de que todos estão inseridos numa mesma processualidade histórica, como participantes ativos de relações sociais múltiplas, envolvidos em suas transformações. Os teóricos dos estudos culturais chamam a atenção para as condições sociais e institucionais no interior das quais os sentidos são produzidos e recebidos. Investigam a cultura como um domínio no qual a subjetividade <sup>103</sup> é construída e procuram compreendê-la como campo de conflito e negociação no interior das formações sociais dominadas pelo poder e atravessadas por tensões relativas a classe, gênero, raça e sexualidade. Enfatizam a cultura como estrutura, que abrange discursos múltiplos, e propõem um novo debate sobre este conceito. Debruçam-se por estudos sobre a diversidade dentro de cada cultura e sobre a multiplicidade e a complexidade de diferentes culturas.

Têm que analisar certos aspectos da natureza constituída e política da própria representação, das suas complexidades, dos efeitos da linguagem, da textualidade como local de vida e morte. São estes os temas que os estudos culturais podem focar (HALL, 2003, p. 214) <sup>104</sup>.

A análise da cultura procura entender como as inter-relações de todas as práticas e padrões são vividos e experimentados como um todo, em um determinado contexto.

Os estudos culturais iniciaram-se na Inglaterra e disseminaram-se pela Europa, América do Norte e América Latina.

---

<sup>102</sup> WOLF, 2003, op. cit., p. 108.

<sup>103</sup> Para os estudos culturais, a subjetividade está inextricavelmente entrelaçada com as representações midiáticas de todas as espécies. O sujeito é construído não apenas pela diferença sexual, mas também por muitos outros tipos de diferenças, em uma negociação permanente e multivalente entre condições materiais, discursos ideológicos e eixos sociais de estratificação fundados na classe, na raça, no gênero, na idade, na origem geográfica e na orientação sexual (STAM, Robert. *Introdução à Teoria do Cinema*. São Paulo: Papirus, 2003. p. 250).

<sup>104</sup> HALL, 2003, op. cit., p. 214

Os estudos culturais da América Latina surgiram nos anos 70, representam um movimento de profunda transformação do político e um espaço de transformação social. Dois autores importantes merecem destaque: Jesús Martín-Barbero (Espanhol radicado na Colômbia) e Nestor Garcia Canclini (mexicano). Os estudos culturais são voltados para o espaço do mundo cotidiano de pessoas e grupos sociais, lidam com a fragmentação da vida social e individual, buscam captar as contradições, desigualdades e diferenças sociais e pesquisam os condicionantes da relação do sujeito com o mundo moderno, admitindo nessa busca a interdisciplinaridade como caminho <sup>105</sup>. Buscam um novo modo de compreender o social e também um novo modo de compreender a singularidade-indivíduo.

Para Martín-Barbero, não existe uma cultura, existem culturas dominantes e subalternas que se relacionam. Passamos a reconhecer uma cultura híbrida, com ênfase no popular, na contribuição e riqueza da mestiçagem (também para Canclini, não existem objetos puros: culturas autênticas, preservadas de influências estrangeiras, da industrialização e da massificação urbana).

Em toda parte, estão emergindo identidades culturais que não são fixas, mas que estão suspensas, em transição, entre diferentes posições; que retiram seus recursos, ao mesmo tempo, de diferentes tradições culturais; e que são o produto desses complicados cruzamentos e misturas culturais que são cada vez mais comuns no mundo globalizado (...) O mundo pós-moderno global está levando ao colapso de todas as identidades culturais fortes e está produzindo aquela fragmentação de códigos culturais, aquela multiplicidade de estilos, aquela ênfase no efêmero, no flutuante, no impermanente, na diferença e no pluralismo cultural. Hibridismo (HALL, 2003, p. 74 e 88) <sup>106</sup>.

Como aponta Martín-Barbero <sup>107</sup>, o processo de globalização é um movimento de potencialização das diferenças culturais e de exposição constante de cada cultura às outras, o que implica em uma descentralização do poder e em um ‘desraizamento’ que leva a hibridação das culturas. Na América Latina, os meios de comunicação de massa tiveram uma influência peculiar, já que contribuíram e contribuem para a reorganização da cultura. Nos países latino-americanos, as tradições culturais coexistem com a modernidade transmitida pelos meios de comunicação de massa. No Brasil, especialmente, é possível distinguir uma ampla diversidade cultural (culturas tradicionais, étnicas, raciais, modernas, de gênero), ou seja, uma hibridização cultural. Uma cultura repleta de transações, divergências,

---

<sup>105</sup> SOUSA, Mauro Wilton. *Sujeito, O Lado Oculto do Receptor*. São Paulo: Brasiliense, 2002. p. 25.

<sup>106</sup> HALL, op. cit., p. 74 e 88.

<sup>107</sup> MARTÍN-BARBERO, 2003, op. cit., p. 60 – 61.

contrastes e conflitos não resolvidos, e que é vista como em constante construção e reconstrução. O hibridismo <sup>108</sup> é um termo empregado para caracterizar as culturas, cada vez mais, mistas. É a fusão entre diferentes tradições. Hall descreve o hibridismo como uma poderosa fonte criativa, que produz novas formas de cultura, mais apropriadas á modernidade tardia que às velhas identidades do passado.

Não tem qualquer nação que seja composta de apenas um único povo, uma única cultura ou etnia. As nações modernas são, todas, híbridos culturais (HALL, 2003, p. 62) <sup>109</sup>.

Segundo Santaella <sup>110</sup>, há um consenso quase incontestável hoje sobre o caráter híbrido da comunicação, enquanto fenômeno comunicacional que se faz presente e interfere em vários setores da vida privada e social e em várias áreas do conhecimento. Os meios de comunicação, especialmente a televisão, constituem ao mesmo tempo um setor industrial, um universo simbólico que é objeto de consumo maciço, um investimento tecnológico, uma experiência individual diária, uma maneira de informa-se, de entreter-se, um sistema de intervenção cultural e de agregação social, etc.

Sobre o termo “popular” nos estudos culturais, para os britânicos, a cultura popular indicava uma cultura relativamente autônoma da classe trabalhadora, uma cultura que era do povo. Para os teóricos da América Latina, a cultura popular descreve a arte produzida pelo povo e para o povo, no sentido de que o povo produz essa cultura e participa das práticas culturais que articulam suas experiências e aspirações. A cultura popular não é mais considerada uma manifestação cultural pura. Não é vista mais apenas como o folclore, o autêntico, o rural e nem como o dominado, alienado e manipulado que reage à classe dominante. Ela aproxima o cotidiano e conecta a experiência individual com o curso do mundo, luta para ressaltar certos valores e práticas. Em sua representatividade sociocultural, tem a capacidade de materializar e de expressar o modo de viver e pensar das classes subalternas.

---

<sup>108</sup> Hibridismo pode ser entendido também como a ressonância de produto cultural em outras mídias. Um processo criativo do contato entre antigos e novos padrões. É um espaço genuinamente heterogêneo e pluralístico do processo sociocultural, um espaço que nunca se completa.

<sup>109</sup> HALL, 2003, op. cit., p. 62.

<sup>110</sup> SANTAELLA, 2001, op. cit., p. 75 - 76.

O popular na América Latina foi redescoberto, Adquiriu um novo sentido: revalorização das articulações e mediações da sociedade civil, sentido social dos conflitos para além de suas formações e síntese política, reconhecimento de experiências coletivas não enquadradas nas formas partidárias (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 296) <sup>111</sup>.

Popular que nos permite uma compreensão dos diferentes modos de apropriação, dos diferentes usos sociais da comunicação. A comunicação, para os teóricos dos estudos culturais, é produção e troca de significados. É o espaço por onde circulam os sentidos culturais de uma determinada sociedade. De acordo com Santaella <sup>112</sup>, os estudiosos se preocupam com o modo como as mensagens ou textos interagem com as pessoas a fim de produzir significados. Preocupam-se, portanto, com o papel que os textos desempenham em uma cultura. Os meios de comunicação integram as relações sociais e as experiências culturais vivenciadas pelas sociedades contemporâneas. A comunicação é percebida como o cenário cotidiano do reconhecimento social, da constituição e expressão dos imaginários a partir dos quais as pessoas representam seu modo de ser, seus laços sociais, suas identidades, seus discursos que socialmente os expressam e legitimam. “O mundo, como o conhecemos, isto é, o mundo representado, é constituído por processos de comunicação. A comunicação assume o sentido de práticas sociais onde o receptor é considerado produtor de sentidos e o cotidiano, espaço primordial da pesquisa” <sup>113</sup>.

A TV é um sistema cultural mediatizado. A vida social, individual e coletiva se referencia nos conteúdos das redes de televisão. De acordo com Léo Nuñez <sup>114</sup>, a sociedade brasileira, sem se dar conta, passa a ver o mundo através da tela. A TV deixa de ser uma simples mediadora das relações para tornar-se produtora de cultura com força para criar e recriar o cotidiano, definir o que é atual e influenciar a vivência coletiva. O consumo dessa mídia (televisão) deve ser compreendido como um espaço simbólico de interpretações potencialmente diferenciadas.

Dessa maneira, se a TV é um sistema sócio-cultural, a notícia é um produto cultural. Um canal competente que coloca em circulação significados para determinadas formas de olhar o mundo e os sujeitos em sua realidade cotidiana.

---

<sup>111</sup> MARTÍN-BARBERO, 2003, op. cit., p. 296.

<sup>112</sup> SANTAELLA, 2001, op. cit., p. 30.

<sup>113</sup> ESCOSTEGUY, 2003, op. cit., p. 04.

<sup>114</sup> NUÑEZ, Léo. Interatividade na TV: Democracia ou Manipulação? In: HAUSSEN, Doris Fagundes (Org). Mídia, Imagem e Cultura. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000. p. 176.

Las noticias son el eje de conexión entre lo que llamamos hechos de la noticia (el acontecimiento) y las formas narrativas elegidas (seleccionadas, ordenadas y conocidas) que nos posibilitan comprender estos hechos, (representación del acontecimiento). En la televisión, la noticia adquiere otras características, debido a singularidad de un medio como este, capaz de reunir sonido, imagen y texto. En la TV no basta ver y oír. Es necesario que alguien nos diga lo que estamos viendo y oyendo, como debemos ver y por lo tanto actuar en la realidad. Desde el momento en que um hecho o acontecimiento se transforma en noticia, este hecho o acontecimiento se convierte en información para el colectivo y fuente de formación para el individuo (MONTORO, 2001, p. 17) <sup>115</sup>.

Um fato só se torna realidade se tomarmos conhecimento dele. Caso contrário, fica restrito ao universo em que ocorreu. Sendo assim, os meios de comunicação podem interferir na forma como se percebe a realidade. O emissor e o receptor estão intrinsecamente ligados, vinculados e interdependentes. Por isso, é relevante um estudo aprofundado da recepção de um telejornal local, partindo de uma visão cultural.

De acordo com Escosteguy, o termo recepção é usado nas pesquisas de abordagem sócio-cultural que abarcam uma visão ampla e complexa do processo de consumo dos produtos mediáticos onde são consideradas múltiplas relações sociais e culturais. Pesquisa-se a inserção social e cultural das mensagens veiculadas no telejornal no dia-a-dia dos receptores. Partindo da premissa de que a cotidianidade é um espaço de produção de sentidos, são os estudos sobre recepção que vão mediar a vivência entre cultura e cotidiano.

Recepção trata de uma abordagem onde estão envolvidas distintas mediações sociais e culturais que associam a recepção com a vida social, assim os meios de comunicação têm distintas significações para distintas culturas (ESCOSTEGUY, 2003, p. 02) <sup>116</sup>.

Os primeiros estudos sobre recepção partiam da lógica de estratégias e de dominação. A comunicação se dava entre emissores-dominantes e receptores-dominados, sugerindo uma relação básica de poder, sem o menor indício de sedução nem resistência, sem conflitos, nem contradições e muito menos lutas. Como se houvesse uma relação sempre direta, linear, unívoca e necessária de um pólo, o emissor, sobre outro, o receptor. E esse, como sendo um receptor específico, indivíduo, despojado, fraco, micro, decodificador, consumidor de supérfluos, vítima, um ser manipulado <sup>117</sup>. A atividade comunicativa estava toda colocada no lado do emissor, enquanto do lado do receptor a única possibilidade seria a

---

<sup>115</sup> MONTORO, 2001, op. cit., p. 17.

<sup>116</sup> ESCOSTEGUY, 2003, op. cit., p. 02.

<sup>117</sup> SOUSA, 2002, op. cit., p. 14.

de reagir aos estímulos enviados pelo emissor. Esse modelo de comunicação foi chamado de hegemônico. Comunicar era fazer chegar uma informação, um significado pronto, já construído, de um pólo a outro. Nele, a recepção é um ponto de chegada daquilo que já está concluído. O emissor tinha a finalidade de influenciar o receptor através de uma mensagem, sendo a resposta do receptor uma reação baseada na hipótese das intenções por parte do emissor.

Michael Kunczik recorda que as primeiras análises teóricas em torno da comunicação de massa partiam da suposição de que um sistema de comunicação onipotente influi na vontade de receptores indefesos e isolados em seu aspecto social. A massa da sociedade era vista como um grupo de indivíduos isolados e socialmente desunidos. Considerava-se a massa completamente aberta à sugestão.

Acreditava-se poder deduzir direta e linearmente um mesmo efeito de todos os receptores a partir do mesmo conteúdo. Dentro do contexto do modelo simples de estímulo e resposta, acreditava-se que os meios de comunicação de massa eram capazes de sincronizar, padronizar e homogeneizar sociedades inteiras (KUNCZIK, 2002, p. 289) <sup>118</sup>.

A partir dos estudos culturais, o desafio dos estudos de recepção passou a ser, no entendimento e na redefinição da Cultura (que se colocou no centro do cenário político e social), a compreensão de sua natureza comunicativa, isto é, de seu caráter de processo produtor de significações e não de mera circulação de informações, no qual o receptor não é um simples decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem, mas também um produtor de sentidos.

Produzir uma mensagem não é uma atividade tão transparente como parece. A mensagem é uma estrutura complexa de significados que não é tão simples como se pensa. A recepção não é algo aberto, que acontece na outra ponta da cadeia de comunicação. A cadeia comunicativa não opera de forma linear (HALL, 2003, p. 354) <sup>119</sup>.

Não há uma apropriação fechada de valores culturais por parte dos receptores. O sentido é criado no jogo das representações. Para haver uma efetiva troca comunicativa, é necessário que o receptor entenda a mensagem ou o discurso televisivo divulgado, de acordo com suas práticas sociais e dê sentido ao que foi recebido. Se nenhum

---

<sup>118</sup> KUNCZIK, Michael. *Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul: Manual de Comunicação*. São Paulo: USP, 2002. p. 289.

<sup>119</sup> HALL, 2003, op. cit., p. 354.

sentido é apreendido, não pode haver significados e consumo. “Se o sentido não é articulado em prática, ele não tem efeito” <sup>120</sup>.

De acordo com Montoro <sup>121</sup>, a notícia (produto cultural) não guarda para si um sentido definido e realizado. Pelo contrário. No caso das notícias divulgadas na televisão, dada as peculiaridades do meio, há uma negociação de sentido entre diferentes aspectos do ato da recepção e do contexto da emissão.

O público não funciona como ponto de chegada e fechamento de sentido, mas ao contrário, como ponto de partida, de reconhecimento coletivo, já que acaba refazendo o texto em função do contexto, utilizando-o para falar do grupo e de como vivem. O receptor é um produtor ativo de sentido.

O consumo ou a recepção da mensagem televisiva é, assim, também ela mesma um momento do processo de produção no seu sentido mais amplo, embora este último seja predominantemente porque é o ponto de partida para a concretização da mensagem. Produção e recepção da mensagem televisiva não são, portanto, idênticas, mas estão relacionadas: são momentos diferenciados dentro da totalidade formada pelas relações sociais do processo comunicativo com um todo (HALL, 2003, p. 390) <sup>122</sup>.

O público não é passivo nem neutro. “Não se pode continuar reproduzindo a imagem de uma massa amorfa e passiva de telespectadores, pois o público filtra as imagens em função de seus valores, ideologias, lembranças, conhecimentos, cultura” <sup>123</sup>. Logo, a decodificação não é homogênea. Os receptores podem ler de formas diferentes a mesma mensagem. Não existe apenas a reprodução do sentido proposto pelo texto, mas também uma produção a partir de cada leitor, porque ele interage com a mensagem.

O papel do receptor é muito mais expressivo: ele não é objeto, nem sujeito do texto; é co-autor, na medida em que influi, determina, aponta os caminhos do fio condutor no contexto de produção. Toda mensagem é ambígua e o receptor irá construir a sua interpretação.

---

<sup>120</sup> Id. p. 388.

<sup>121</sup> MONTORO, 2001, op. cit., p. 39.

<sup>122</sup> HALL, 2003, op. cit., p. 390.

<sup>123</sup> WOLTON, 1996, op. cit., p. 06.

As mediações ultrapassam a noção de um determinismo entre emissor e receptor, ou sujeito e objeto. Embora esse sujeito teoricamente ainda não esteja configurado, sabe-se que ocupa um espaço contraditório, o da negociação, o da busca de significações e de produção incessantes de sentido na vida cotidiana. O receptor deixa de ser visto como consumidor necessário de supérfluos culturais ou produto massificado apenas porque consome. (...) Ele é um receptor em situações e condições, e por isso mesmo cada vez mais a comunicação busca na cultura as formas de compreendê-lo, empírica e teoricamente. Esse receptor é melhor percebido no mundo da cultura em produção, mais popular, em que a própria comunicação se encontra, daí surgindo novas chances para o encontro do sujeito (SOUSA, 2002, p. 27) <sup>124</sup>.

Para Simone Rocha <sup>125</sup>, o sujeito receptor é um agente social múltiplo e ativo, imerso em uma cultura e participante de outros processos e interações, o que faz com que a recepção não termine no momento em que acaba o contato com as mensagens de um meio de comunicação, mas transcende-o e mistura-se com as práticas cotidianas dos receptores.

A partir dos estudos culturais, entende-se que as audiências são plurais; que a recepção é o lugar em que ocorrem a negociação e a produção de sentido. Passa-se, portanto, a estudar os processos multifacetados de consumo e codificação nos quais as audiências estão envolvidas.

Pensar a comunicação a partir da cultura, pressupõe não centralizar a observação nos meios em si, mas abrir a análise para as mediações. De forma genérica, significa deslocar os processos comunicativos para o denso e ambíguo espaço da experiência dos sujeitos (ESCOSTEGUY, 2003, p. 100) <sup>126</sup>.

O estudo de recepção pode permitir ao pesquisador uma compreensão dos diferentes modos de apropriação cultural, dos diferentes usos sociais da comunicação sobre a TV. As mediações constituem-se no lugar que propicia aos diversos receptores o consumo diferenciado dos bens simbólicos, de forma que produzem e reproduzem os significados sociais. Conforme as mediações, o receptor vê um determinado produto televisivo ou fato social. Três lugares de mediação, entre outros, são possíveis de analisar nesse tipo de estudo:

---

<sup>124</sup> SOUSA, 2002, op. cit., p. 27.

<sup>125</sup> ROCHA, Simone Maria. *Identidade Regional, Produção e Recepção: A "Mineiridade" na Televisão*. Trabalho apresentado no XII Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, GT de Mídia e Recepção. Recife, 4 - 5 jun, 2003. 12p. Disponível em: ([http://www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos/simone\\_rocha.pdf](http://www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos/simone_rocha.pdf)). Acesso: 20/09/2005.

<sup>126</sup> ESCOSTEGUY, Ana Carolina. *Cartografias dos Estudos Culturais – Uma Versão Latino-Americana*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. p. 100.

a cotidianidade familiar <sup>127</sup> (porque é no cotidiano onde ocorre a recepção), a temporalidade social <sup>128</sup> (o tempo da televisão, repetido e fragmentado, acaba por incorporar-se no cotidiano dos receptores) e a competência cultural <sup>129</sup> (é a mediação fundamental que colabora para que os receptores consumam diferentemente os produtos culturais). A partir da bagagem cultural e histórica das experiências pessoais e da interação com os demais, o indivíduo vai estabelecer uma relação de interpretação e compreensão com a mensagem recebida.

Os estudos de recepção querem resgatar o caráter lúdico, a criatividade dos sujeitos, a complexidade da vida cotidiana como espaço de produção de sentido e da relação dos indivíduos com os meios. Nas práticas cotidianas estão as chaves para compreender a recepção. Os diferentes modos de ler as mensagens estão muito ligados às tradições, preocupações e expectativas da vida prática de cada um. Segundo Silas de Paula <sup>130</sup>, o público aproxima-se da mídia através de diferentes características definidas individualmente e socialmente e, por isso, aproxima-se de significados variados. Telespectadores ‘diferentes’ têm a tendência de construir ‘diferentes’ sentidos para a mesma mensagem.

Quanto às informações, numerosíssimas pesquisas demonstraram que os espectadores fazem uma triagem entre milhares de informações recebidas. Sua própria percepção da realidade funciona como um filtro. São as suas opiniões ideológicas que lhes permitem escolher, aceitando mais aquilo que os conforte em suas opiniões e, muitas vezes, rejeitando o que os perturba. É esse processo de integração filtrada de informações que explica a modificação muito lenta de opiniões, cujo contexto cultural desempenha um papel importante (WOLTON, 1996, p. 76 - 77) <sup>131</sup>.

---

<sup>127</sup> Cotidianidade familiar entende-se como o lugar social da família, onde os indivíduos se confrontam como pessoas e onde encontram alguma possibilidade de manifestar suas ansias e frustrações. A família é a unidade básica de audiência e a televisão tende a minimizar as diferenças entre personagens ou jornalistas, linguagem e discurso das pessoas comuns com suas falas coloquiais (MARTÍN-BARBERO, 2003, op. cit., p. 306).

<sup>128</sup> Temporalidade social é um tempo feito não por unidades contáveis, mas sim de fragmentos. É a matriz do tempo organizado pela televisão. A televisão não segue o tempo corrido, mas uma seqüência. Cada programa remete àquele que o antecede e ao que vem em seguida. As horas de lazer dos telespectadores são preenchidas com um movimento de repetição para que ele fique emaranhado nos próximos capítulos e com o seu tempo ocupado. (Ibid, p. 308).

<sup>129</sup> Competência cultural remete a relação comunicação e cultura. Martín-Barbero afirma que a dinâmica cultural da televisão atua pelos seus gêneros. A partir deles, ela ativa a competência cultural e, a seu modo, dá conta das diferenças sociais que a atravessam (Ibid, p. 311). A competência cultural não só se refere à cultura formal, aprendida nas escolas e nos livros. É toda uma identidade, onde se insere também a educação formal, mas vai além, abrangendo a cultura dos bairros, das cidades, das tribos urbanas. São esses lugares de mediação que permitem ao sujeito, agora tomado como parte ativa, fazer usos diferenciados dos produtos com os quais interage (BRITTOS. *Comunicação e Cultura: o Processo da Recepção*. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/brittos-valerio-Comunicacao-cultura.html>). Acesso: 20/08/2004.).

<sup>130</sup> DE PAULA, Silas. *Estudos Culturais e Receptor Ativo*. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas; BENTZ, Ione Maria Ghislene e PINTO, Milton José (Org). *Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos*. Rio de Janeiro: Vozes, 1998. p. 137.

<sup>131</sup> WOLTON, 1996, op. cit., p. 76 - 77.

Na prática, é corriqueiro observar que os jornalistas criam estereótipos do seu público. Como as instituições de comunicação de massa produzem formas simbólicas para telespectadores que não estão presentes no local de produção e transmissão. Isso, geralmente, implica num fluxo de mensagens de mão única, do produtor ao receptor. Berlo<sup>132</sup> explica que todo comunicador leva consigo a imagem do receptor. Mas leva em conta o receptor (na forma como imagina que ele seja) ao produzir a mensagem. Antecipa possíveis respostas do receptor e procura predizê-la antecipadamente. Faz uma projeção do que ele acredita ser os anseios e necessidades dos receptores. Hall também adverte: produtores de televisão costumam usar um discurso “dominante” (conceitos estranhos, termos empregados que a maioria da população não conhece e textos que vão além de sua capacidade de compreensão) e ficam preocupados com a possibilidade de a audiência falhar em captar o sentido por eles pretendido. Esquecem que o sentido é produzido e construído pelo receptor.

A codificação não pode determinar ou garantir, de forma simples, quais os códigos de decodificação empregados. A comunicação seria um círculo perfeitamente equivalente e cada mensagem seria uma instância de ‘comunicação perfeitamente transparente’. Portanto, devemos pensar nas várias articulações em que a codificação/decodificação podem ser combinadas (HALL, 2003, p. 398 - 399)<sup>133</sup>.

O que prevalece na produção de telejornais no Brasil é o senso comum, a imagem que é feita de um público ou de um receptor padrão. Segundo Wolton<sup>134</sup>, isso é uma visão antiquada. No início da televisão, havia o chamado “grande público”. A programação homogênea era feita e distribuída para quem tinha acesso a televisão. Hoje, verifica-se que não há um público, mas vários públicos que a assistem formando uma audiência segmentada e fragmentada.

Qualquer situação de comunicação compreende a produção da mensagem por alguém e a recepção dessa mensagem por alguém. O comunicador/ emissor sempre pretende influenciar as reações de uma determinada pessoa ou grupo de pessoas. Todavia, sua mensagem tanto pode ser recebida pela pessoa a quem se destina como por pessoas a quem não se destinava ou por ambas. O receptor é imprevisível. Ele não se deixa capturar apenas pelas pesquisas de audiência, é difuso, móvel e anônimo. “Nem as instituições nem a mídia costumam averiguar quais os padrões de percepção e compreensão a partir dos quais seus

---

<sup>132</sup> BERLO, 1999, op. cit., p. 120.

<sup>133</sup> HALL, 2003, op. cit., p. 398 - 399.

<sup>134</sup> WOLTON, 1996, op. cit., p. 46 - 47.

públicos se relacionam com os bens culturais; menos ainda, que efeitos geram em sua conduta cotidiana e em sua cultura política. Avaliar a eficácia das tentativas democratizantes requer investigar qualitativamente o consumo cultural”<sup>135</sup>.

---

<sup>135</sup> CANCLINI, 2003, op. cit., p. 140.

## 2.2. Aportes qualitativos dos estudos de recepção de telejornal

A questão da recepção não pode ser trabalhada seguindo unicamente a busca de uma audiência reduzida a um tratamento quantitativo e mercadológico. Os estudos de recepção, naturalmente interdisciplinares, incluem metodologias qualitativas que abordam a questão cultural e a produção de estratégias e práticas de natureza social. Mirian Goldenberg <sup>136</sup> reforça que a integração da pesquisa qualitativa e quantitativa permite que o pesquisador faça um cruzamento de suas conclusões de modo a ter maior confiança que seus dados não são produto de um procedimento específico ou de alguma situação particular.

De acordo com Martin Bauer e George Gaskell, as entrevistas e as pesquisas qualitativas têm a sua versatilidade e seu valor significativo evidenciados porque são amplamente aplicadas como método em muitas disciplinas sociais científicas e na pesquisa social comercial, nas áreas de pesquisa de audiência da mídia, relações públicas, marketing e publicidade.

Na pesquisa social, estamos interessados na maneira como as pessoas espontaneamente se expressam e falam sobre o que é importante para elas e como elas pensam sobre suas ações, as do outro e sobre o objeto (BAUER e GASKELL, 2002, p. 21) <sup>137</sup>.

Nas pesquisas que focalizam como os receptores e as audiências interpretam um mesmo conteúdo, no caso aqui proposto o telejornal DFTV, o uso de metodologias qualitativas vem cobrir uma lacuna ainda inexplorada pelos estudos de recepção. Para Escosteguy <sup>138</sup>, a perspectiva qualitativa, centrada principalmente nas falas dos receptores, é uma opção metodológica que facilita o acesso desses sujeitos no processo de produção de sentido, comprovando a existência de ação no espaço da recepção. Entendemos que os telejornais não são apenas produtos para serem consumidos, eles são também mensagens para serem compreendidas e interpretadas. A análise da apropriação quotidiana dessas mensagens deve se interessar em parte pelas maneiras como elas são entendidas pelas

---

<sup>136</sup> GOLDENBERG, Mirian. *A Arte de Pesquisar: Como fazer pesquisa Qualitativa em Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: Record, 2001. p. 62.

<sup>137</sup> BAUER, Martin e GASKELL, George. *Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som – Um manual prático*. Rio de Janeiro: Vozes, 2002. p. 21.

<sup>138</sup> ESCOSTEGUY, 2003, op. cit.

pessoas que, no seu dia-a-dia, as recebem. A pesquisa qualitativa lida com interpretação da realidade social.

Toma em consideração tanto as condições sócio-históricas em que as mensagens são recebidas pelas pessoas, como as maneiras como essas pessoas entendem as mensagens e as incorporam em suas vidas. O processo de interpretação pode procurar explicar as conexões entre mensagens particulares, que são produzidas em determinadas circunstâncias e construídas de determinada maneira, e as relações sociais dentro das quais as mensagens são recebidas e compreendidas pelas pessoas na vida cotidiana (THOMPSON, 1995, p. 396 e 406)<sup>139</sup>.

A pesquisa qualitativa deve ser usada quando o pesquisador deseja entender o que é importante para um grupo e porque é importante. Revela áreas de consenso nos padrões de respostas, privilegia a interpretação dos dados e ressalta as significações que estão contidas nos atos e nas práticas. Ela também determina quais idéias geram uma forte reação emocional. A tradição metodológica qualitativa favorece ver o mundo através dos olhos dos atores sociais e dos sentidos que eles atribuem aos objetos e às ações sociais que desenvolvem.

Uma das vantagens do método qualitativo apontado por Eva Lakatos<sup>140</sup> é que o trabalho com grupos permite que investigador entre em contato direto e prolongado com o indivíduo e com os grupos humanos, com o ambiente e com a situação que está sendo investigada. Com isso, o pesquisador interpreta, analisa e enfatiza o significado dos dados obtidos com mais clareza e confiabilidade.

A pesquisa qualitativa parte do pressuposto de que há uma relação dinâmica, uma interdependência entre o mundo real, o objeto da pesquisa e a subjetividade do sujeito. O sujeito é considerado como integrante do processo de conhecimento, atribuindo significados àquilo que pesquisa. A importância da pesquisa qualitativa não é contar opiniões ou pessoas, mas ao contrário, explorar o espectro de opiniões, as diferentes representações sobre o assunto em questão.

A pesquisa qualitativa costuma ser seguida de um estudo quantitativo menor no sentido de conhecer as características do grupo.

---

<sup>139</sup> THOMPSON, 1995, op. cit., p. 396 e 406.

<sup>140</sup> LAKATOS, Eva Maria. *Metodologia Científica*. São Paulo: Atlas, 2004. p. 272.

Formulações mais recentes consideram a pesquisa qualitativa como igualmente importante depois do levantamento, para guiar a análise dos dados levantados, ou para fundamentar a interpretação com observações mais detalhadas (BAUER e GASKELL, 2002, p. 26) <sup>141</sup>.

A pesquisa qualitativa é vista como uma maneira de dar poder ou dar voz às pessoas, em vez de tratá-las como objetos, cujo comportamento deve ser quantificado e estatisticamente modelado. Interessa-se em entender como é produzido o sentido do ponto de vista dos receptores. Lakatos <sup>142</sup> enfatiza que a metodologia qualitativa preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano, e fornecer análise mais detalhada sobre as investigações, hábitos, atitudes, tendências de comportamento, etc.

A metodologia qualitativa usada nos estudos de recepção, na medida em que procura analisar a maneira como são recebidas e interpretadas as mensagens, possibilita a reconstrução do sentido que esses receptores dão à mensagem que recebem, torna explícitas as convenções implicitamente usadas na decodificação das mensagens e examina as atitudes que eles tomam diante das mensagens.

Os estudos de recepção com base nos grupos focais têm como universo de pesquisa um grupo que é montado para ouvir, assistir e discutir determinada mensagem (...) Trata-se de uma abordagem qualitativa tradicional muito usada (FACHEL, 2002, p. 117) <sup>143</sup>.

Para Nilda Jacks <sup>144</sup>, o estudo da recepção em nível local é importante porque permite verificar como a identidade cultural criada pela vivência de uma cultura regional se relaciona com os conteúdos emitidos em caráter nacional. O foco no cotidiano regional amplia as possibilidades de compreensão das inúmeras condições de recepção a que estão sujeitas as mensagens, acrescentando às diferenças socioculturais determinadas pelas classes e a questão da inserção do receptor em um contexto histórico geográfico com especificidades próprias.

---

<sup>141</sup> BAUER e GASKELL, 2002, op. cit., p. 26.

<sup>142</sup> LAKATOS, 2004, op. cit., p. 269.

<sup>143</sup> FACHEL, Ondina. *Etnografia de Audiência: uma Discussão Metodológica*. In: SOUZA, 2002, op. cit., p. 117.

<sup>144</sup> JACKS, Nilda. *Pesquisa de Recepção e Cultura Regional*. In: SOUSA, Mauro Wilton. *Sujeito, O Lado Oculto do Receptor*. São Paulo: Brasiliense, 2002. p. 157.

### 2.3. Procedimentos metodológicos utilizados nessa investigação

Para realizar essa pesquisa lançaremos mão de dados quantitativos. A pesquisa quantitativa lida com números, usa modelos estatísticos para explicar os dados, tem padrões metodológicos específicos e pode ser usada para uma infinidade de propósitos. É apropriada para medir tanto opiniões, atitudes e preferências como comportamentos. É usada, preferencialmente, quando se quer determinar o perfil de um grupo de pessoas, baseando-se em características que elas têm em comum (como demográficas, por exemplo). A pesquisa quantitativa cumpre duas funções: descreve as características (idade, sexo, escolaridade, estado civil, renda) e mede as variáveis selecionadas de um grupo social.

Nesse estudo do telejornal DFTV, os dados de audiência vão servir como instrumentos de apoio para somar aos estudos qualitativos de recepção. Utilizaram-se, como dados quantitativos, os índices oferecidos pelo Ibope, pelo DFTV na *internet* e pela Central de Atendimento ao Telespectador – CAT da TV Globo:

- Índices do Ibope e a representatividade do público (por sexo, por faixa etária, por classe social e por região administrativa) que assiste ao jornal ou a outro programa no mesmo horário, fornecidos pela gerência comercial da Rede Globo em Brasília. É importante enfatizar que apesar deste levantamento ser encomendado pela Rede Globo, os números são de domínio público e amplamente divulgados para todas as agências de publicidade.

Pela tabela do Ibope de 2005, o telejornal DFTV registra:

- 204.408 telespectadores;
- 47% homens e 53% mulheres, sendo:
  - 28% classes A e B;
  - 38% classe C;
  - 34% classes D e E;

- Por faixa etária:

De 4 a 11 anos – 18%;

De 12 a 17 anos – 15%;

De 18 a 24 anos – 14%;

De 25 a 49 anos – 37%; e

Acima de 50 anos – 16%.

Os números fornecidos pelo Ibope são importantes para a montagem representativa dos grupos focais nesse estudo. As tabelas fornecidas pelo instituto de pesquisa são elaboradas levando em conta procedimentos, métodos e estatísticas que auxiliam a TV Globo Brasília no direcionamento da produção jornalística. Os números que apontam para o perfil do público são usados pelos profissionais e jornalistas como fonte para a delimitação do público padrão, aquele a quem se dirige, preferencialmente, a mensagem veiculada.

- Como segundo dado, temos um índice que demonstra o interesse de um segmento do público (o que tem acesso a internet) pelo telejornal. A página do DFTV na Internet <sup>145</sup>. O site foi lançado no dia 17 de novembro de 2003 e nele é possível acessar as manchetes, os fatos importantes noticiados no dia, as matérias transcritas, fotos dos apresentadores, vídeos das reportagens (o acesso aos vídeos é exclusivo para assinantes da Globo.com), história do jornal, arquivo de reportagens desde a criação do site, matérias especiais, receitas culinárias, agenda cultural, telefones de serviço para a comunidade e um espaço para que o internauta/usuário entre em contato por fax, telefone, carta ou e-mail com a emissora.

O número de acessos à página é catalogado diariamente. A quantidade de *e-mails* recebidos pela emissora num determinado dia será importante no cruzamento de dados com a pesquisa qualitativa, como fonte de interpretação discursiva para comparações. Em novembro de 2005, registraram-se 71.292 acessos gerais ao *site* (<http://www.globo.com/dftv>), que correspondem a 34% dos telespectadores.

- Média diária de acessos: 2.376;

---

<sup>145</sup> O DFTV na internet é uma forma de jornalismo digital, que “traz consigo a possibilidade da interlocução do produtor da mensagem com o receptor. Ao ler as matérias jornalísticas disponibilizadas em rede, o leitor poderá entrar no circuito da interatividade, ‘falar’ com os editores e mandar e-mails com pautas” (MOUILLAUD, Maurice. *O Jornal: da Forma ao Sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997. p. 254).

- Média diária de programas de vídeos assistidos: 190.

De acordo com o editor/*web* e coordenador da internet em Brasília, Renato Nóbrega, a página do DFTV no *site* (<http://www.globo.com>) é uma ferramenta interativa para que o público participe mais ativamente do jornal. “Nós adaptamos o texto televisivo do jornal comunitário para o texto da internet, com manchetes, títulos e subtítulos. A internet facilita a participação do público, que pode interagir com o DFTV, sem ter que ficar apenas sentado em frente a televisão. Ele acessa a página e pode responder à perguntas, reclamar, criticar, sugerir pauta. O telespectador passa a ter um perfil ativo”. Para Santaella <sup>146</sup>, esse *feedback* é significativo para o monitoramento da opiniões do público e para a adaptação que o emissor faz de sua própria mensagem, através da observação do efeito da mensagem no receptor.

- O último dado de audiência também mostrará o interesse do telespectador, pois é ele quem registra sua opinião. São as ocorrências da CAT Brasília, Central de Atendimento ao Telespectador, que atende pelo telefone: (61) 3316.9333. Essas ocorrências são numeradas e catalogadas. Pode-se participar elogiando uma matéria, pedindo informações, registrando erros percebidos ou reclamando dos jornalistas, da forma e do conteúdo das reportagens apresentadas. O telespectador fica com um código para conferir o andamento do pedido feito à empresa e pode saber, num prazo de 1 mês, que resposta a direção de jornalismo, o editor-chefe do telejornal ou o repórter deu para o questionamento registrado. As sugestões de pauta são encaminhadas para os telefones da produção local.

Em novembro de 2005, a CAT, Central de Atendimento ao Telespectador da Rede Globo em Brasília recebeu 89 ligações referentes ao telejornal DFTV. Segue a tabela abaixo com os assuntos:

- Pedidos de contatos com outros programas da Rede Globo - **35** – 40 %;
- Pedidos de telefones e endereços divulgados - **15** – 17 %;
- Reclamação de matérias (motivos diversos: conteúdo, falta de informação, repórter, erros, etc.) - **13** – 14 %;
- Pedidos para repetir a matéria veiculada no DFTV - **11** – 12 %;
- Elogios - **6** – 7 %;

---

<sup>146</sup> SANTAELLA, 2001, op. cit., p. 54.

Embora vários tipos de análise formal, estatística e objetiva sejam perfeitamente apropriados e até mesmo vitais de forma geral na análise social e na análise de formas simbólicas em particular, esses tipos de análise se constituem, na melhor das hipóteses, num enfoque parcial ao estudo dos fenômenos sociais e das formas simbólicas (THOMPSON, 1995, p. 358)<sup>148</sup>.

É a pesquisa qualitativa, o foco principal desse estudo. Existem vários métodos, com vantagens, limitações e diferentes usos dependendo das situações sociais, dos tipos de informação e dos problemas sociais. A escolha dos instrumentos a serem empregados levou em conta que o método poderia lidar com as interpretações das realidades sociais, a importância do estudo de recepção, os objetivos da pesquisa, discussões sobre o tema com a orientadora e sugestões da banca examinadora do pré-projeto.

O principal interesse dessa pesquisa qualitativa é a tipificação da variedade de representações cotidianas frente ao telejornal. A relação que receptores têm com o telejornal DFTV será observada através de categorias tais como formas de representação da realidade, construção de focos de grade discursiva alicerçados em identidades, hábitos, práticas e experiências sóciomediáticas. O uso da entrevista em profundidade, um procedimento utilizado na investigação social para coleta de dados, com os grupos focais possibilita mapear e compreender o universo discursivo em que circula o telejornal. É um recurso metodológico que busca recolher respostas a partir da experiência subjetiva do grupo entrevistado.

Entrevista em profundidade consiste em apresentar ao grupo focal questões semi-estruturadas, optando por um assunto concreto, deixando a resposta em aberto. Dessa forma, temos uma utilização flexível do programa de entrevista (...) Com esse método, é possível estudar pontos de vista subjetivos em diferentes grupos sociais (FLICK, 2004, p. 90 – 94)<sup>149</sup>.

A entrevista com grupos, por sua natureza interativa, permite tratar de temas complexos que dificilmente poderiam ser investigados adequadamente através de

---

<sup>147</sup> Esses números não são divulgados para o público. As informações foram exclusivamente cedidas para esta pesquisa pela direção de jornalismo da Rede Globo Brasília. Esses dados vão ser aprofundados no cruzamento com o resultado da pesquisa qualitativa.

<sup>148</sup> THOMPSON, 1995, op. cit., p. 358.

<sup>149</sup> FLICK, Uwe. Uma Introdução à Pesquisa Qualitativa. Porto Alegre: Bookman, 2004. p. 90 – 94.

questionários. De acordo com Ware <sup>150</sup>, a entrevista com grupos é um método mediante o qual o investigador se dirige a um grupo para obter determinada informação. Resulta numa técnica valiosa quando se usa a investigação para determinar atitudes predominantes, antes de iniciar o estudo da comunidade.

O emprego da entrevista qualitativa é o ponto de entrada para o cientista social introduzir, então, esquemas interpretativos para compreender as narrativas dos atores em termos mais conceptuais e abstratos, muitas vezes em relação a outras observações. A entrevista qualitativa, pois, fornece os dados básicos para o desenvolvimento e a compreensão detalhada de crenças, atitude, valores e motivações, em relação aos comportamentos das pessoas em contextos sociais específicos (BAUER e GASKELL, 2002, p. 65) <sup>151</sup>.

Os dados são resultados de interpretação e reconstrução pelo pesquisador, em diálogo inteligente e crítico com a realidade. Em função do período da pesquisa, utilizou-se a técnica de entrevista com grupos focais <sup>152</sup>. A característica fundamental dos grupos focais é o uso explícito da interação do grupo para produzir elementos que seriam menos acessíveis sem este tipo de interação.

A entrevista com grupos focais para análise da recepção do telejornal DFTV foi realizada com 3 grupos de 10 pessoas cada em 3 cidades do DF: Brasília, Taguatinga e Santa Maria. A escolha do grupo levou em consideração algumas premissas: a primeira foi a da intencionalidade. O entrevistado teve de ser morador de uma região administrativa e assistir com frequência ao DFTV. A segunda premissa é que o grupo deve ser heterogêneo, formado por pessoas de diferentes idades, classe social, raça, nível de renda, profissão, atividade ocupacional, urbano/rural, religião e sexo. Foi escolhida como recorte principal na divisão dos grupos, a localização, o lugar onde as pessoas moram, vivem e possuem uma rede de relações sociais e culturais.

Compreendemos público como uma soma de setores que pertencem a estratos econômicos e educativos diversos, com hábitos de consumo cultural e disponibilidades diferentes para relacionar-se com os bens oferecidos pelo mercado. “O público constitui uma das grandes incógnitas da televisão desde o seu princípio, portanto, conhecê-lo melhor é um desafio. Sobretudo nas sociedades complexas, em que a oferta

---

<sup>150</sup> WARE, 1960, op. cit., p. 21.

<sup>151</sup> BAUER e GASKELL, 2002, op. cit., p. 65.

<sup>152</sup> Trabalhamos com grupo focal compreendendo-o como: uma técnica de pesquisa baseada em uma discussão cuidadosamente planejada para obter dos participantes percepções sobre uma determinada área de interesse em um ambiente informal propício à livre expressão de opiniões (PORTO, 2002, op. cit., p. 05).

cultural é muito heterogênea, coexistem vários estilos de recepção e compreensão, formados em relação díspares com bens procedentes de tradições cultas, populares e massivas”<sup>153</sup>.

A entrevista em profundidade foi orientada pelas seguintes perguntas encaminhadas ao debate:

- Como você definiria o DFTV como um telejornal local ou comunitário?
- Qual a sua opinião sobre o DFTV?
- Que nota você daria para o telejornal DFTV em relação ao conteúdo geral e sua forma de apresentação?
- Como você considera a opinião dos apresentadores? Qual sua avaliação sobre eles? Identifica-se? Por quê? O que transmitem?
- O DFTV divulga o que acontece na sua cidade? De que forma o DFTV divulga os acontecimentos e problemas de sua cidade?
- Que matéria tem mais frequência no DFTV? Que temas poderiam ser abordados com maior profundidade? Em ordem hierárquica, quais os tipos de matérias você gosta de ver: saúde, política, educação, cultura, utilidade pública, serviço e/ou pedido de ajuda?
- Você já apareceu no DFTV? Já viu alguém da sua família, amigos ou pessoas que você conhece na tela?
- Você já se manifestou com sugestão de pautas, entrevistas no DFTV? Conhece alguém da sua comunidade que já se manifestou?
- Em termos de linguagem do telejornal, o que você aprecia ou detesta?
- Você percebe tendências nas reportagens e entrevistas veiculadas?
- Como seria o telejornal DFTV ideal?

Acoplada a estas questões, utilizamos ainda a técnica da associação livre, sugerida por Bauer e Gaskell<sup>154</sup>, que pode ajudar na formulação das perguntas e no modelo de entrevista. O pesquisador faz perguntas abertas e incentiva o grupo a falar registrando com

---

<sup>153</sup> CANCLINI, 2003, op. cit., p. 150.

<sup>154</sup> BAUER e GASKELL, 2002, op. cit., p. 81.

um gravador o discurso. A partir daí, ele guia o grupo a uma discussão sobre o objeto e, com isso, classifica os dados para tratamento e posterior interpretação.

Dados como frequência, hábitos e comportamentos foram observados. As questões descritas a seguir foram recolhidas por questionário e reformuladas novamente com uma abordagem mais opinativa no início da entrevista em profundidade:

- Com que frequência você assiste o telejornal DFTV?
- Porque assiste?
- Como assiste? Senta-se e assiste? Assiste enquanto realiza outra atividade rotineira? Sozinho, acompanhado, com a família?
- Comenta o que assiste com alguém? Quem? Quando? Durante o jornal ou depois, ao longo do dia?

### 2.3.1. Recorte do telejornal DFTV: novembro de 2005

A pesquisa utilizou como *corpus* representativo 6 dias (ou uma semana) de matérias transmitidas pelo telejornal diário DFTV, do dia 31 de outubro de 2005 (segunda-feira) a 5 de novembro de 2005 (sábado).

A escolha do que mês de novembro foi aleatória. Dezembro e janeiro foram descartados porque são meses considerados atípicos pela característica da rotina de trabalho, pois janeiro é um mês de férias coletivas e as duas últimas semanas de dezembro são consideradas de recesso. O telejornal é produzido por em esquema de plantão, ou seja, com apenas 50% do quadro geral. Essa particularidade afeta a continuidade. A troca, mesmo que provisória, dos apresentadores, repórteres, produtores e editores locais significa uma alteração na linguagem e, principalmente, na receptividade do público, que pode perder a identificação com os interlocutores.

Outro ponto determinante para a exclusão de dezembro e janeiro na pesquisa é que, segundo Luiz Carlos Braga<sup>155</sup>, os dois meses são usados pela emissora para divulgar a retrospectiva - resumo de matérias que foram destaques durante o ano vigente. Para se ter uma idéia, dos 28 minutos destinados diariamente para a transmissão das notícias locais no DFTV 1ª edição (12h10min), 6 minutos ficam separados para uso da Central de Documentação, CEDOC. Comparativamente, esse tempo é maior que toda a transmissão local de esporte. O Globo Esporte com notícias do Distrito Federal tem apenas 4 minutos de duração.

- As seis edições do telejornal diário em questão foram decupadas, relacionadas e catalogadas num primeiro momento;
- Depois, o conteúdo e o discurso do telejornal foram analisados;
- Numa terceira fase, as edições foram acompanhadas, assistidas e discutidas com os membros dos grupos.

---

<sup>155</sup> Luiz Carlos Braga é ex-coordenador dos telejornais locais da Rede Globo em Brasília e atual editor chefe e apresentador do telejornal DFTV 2ª edição.

Conclui-se ser fundamental seguir os passos e os procedimentos: análise de conteúdo e análise de discurso, antes das reuniões com os grupos focais. O resultado pontual e específico de novembro foi essencial para embasar as reuniões com os telespectadores e rebater questões levantadas pelos entrevistados no momento da apresentação das matérias jornalísticas.

### 2.3.2. Grupos Focais

Toda pesquisa com entrevistas com grupos focais é um processo social, uma interação ou um empreendimento cooperativo em que as palavras são o meio principal da troca. Não é apenas um processo de informação de mão única passando de um (o entrevistador) para outros (os entrevistados). É uma troca de idéias e de significados, em que várias realidades e percepções são exploradas e desenvolvidas.

Por isso, é importante que o entrevistador seja um moderador, um facilitador, que estimule as pessoas que compõem os grupos focais a falar e a reagir frente àquilo que diz a mensagem e os outros participantes. Coube ao pesquisador, com a ajuda do moderador, o processo de interpretação do objeto simbólico, a construção ativa do sentido, a explicação e como é percebido o que é explicado. “O sentido é determinado e predeterminado através de um processo contínuo de interpretação”<sup>156</sup>. As matérias do telejornal DFTV assistidas pelos entrevistados podem não ter um significado e uma identidade fixa. Por esse motivo, as suas respostas oferecem significados possíveis. As discussões em grupo possibilitaram o aprofundamento nas questões mais subjetivas e específicas para se analisar o processo de interação com o DFTV e o impacto do telejornal na vida cotidiana dos receptores dos grupos focais.

Em termos metodológicos, os grupos focais são formados com um determinado número de pessoas reunidas num mesmo local. Entrevistas em grupo formam uma sinergia no sentido de uma identidade compartilhada, sem menosprezar os pontos de vistas, as opiniões próprias, enfatizando a espontaneidade. Os participantes acabam levando em consideração os pontos de vista dos outros na formulação de suas respostas. As discussões com grupos focais podem ser precedidas de uma entrevista individual para conhecer cada participante (delinear as características relevantes, como hábitos, atitudes e comportamentos iniciais frente ao objeto de pesquisa, o DFTV). As sessões deverão durar entre 15 a 90 minutos.

Essa técnica é um instrumento de valor por sua capacidade de reproduzir um espaço sociocultural que produz sentido aos participantes, facilitando a transparência de

---

<sup>156</sup> THOMPSON, 1995, op. cit., p. 379.

emoções, cognições e ações. Para Duarte e Barros <sup>157</sup>, os grupos focais são um tipo de pesquisa qualitativa que tem como objetivo perceber os aspectos valorativos e normativos que são referência de um grupo em particular. São, na verdade, uma entrevista coletiva que busca identificar tendências.

O telejornal DFTV é o objeto/tema de interesse comum do cotidiano da audiência e isso, sem dúvida, facilitará o debate e a troca de idéias e experiências entre os participantes. O moderador não privilegiará indivíduos particulares ou posições, e sim encoraja os participantes a falar e a responder aos comentários, buscando um diálogo aberto e criativo.

O grupo deve ser heterogêneo, mas não fundamentalmente formado por pessoas desconhecidas. Na verdade, algum tipo de familiaridade anterior é uma vantagem. Quando pessoas partilham de um meio social comum, tornam-se mais abertas e desinibidas para opinar sobre um produto cultural conhecido por eles e externo ao convívio deles como grupo. Eles não se reúnem para assistir ao telejornal DFTV. O modo, a frequência e a maneira como recebem as informações são individuais e diferenciadas. O momento do trabalho em grupo será para que o grupo exponha o que pensa e quais entraves apontam as mediações que se processam. Essa característica de familiaridade foi determinante na estratégia de escolha e seleção dos participantes pesquisados, com todas as qualidades e pré-requisitos necessários dentro da metodologia de grupos focais.

As mensagens transmitidas pela televisão não são apenas recebidas por pessoas particulares em contexto específicos, mas são também discutidas em comum pelos receptores durante a recepção ou depois dela, e são, por isso, elaboradas discursivamente e partilhadas com um círculo mais amplo de pessoas que podem, ou não, ter vivenciado diretamente o processo de recepção (THOMPSON, 1995, p. 407) <sup>158</sup>.

Pesquisadores apontam alguns problemas para o trabalho com grupos focais. Um deles é o risco dos entrevistados dizerem o que pensam que o entrevistador gostaria de ouvir. São as “falsas falas”, que podem dizer mais sobre o pesquisador e sobre o processo de pesquisa, do que sobre o tema pesquisado. Por isso, fechei uma parceria com a psicóloga Andréa Lara (que atualmente desenvolve o estudo “As Representações de Mulheres na Publicidade Automobilística Brasileira” no Programa de Pós-Graduação em Comunicação

---

<sup>157</sup> DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio (Org). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005. p. 181.

<sup>158</sup> THOMPSON, 1995, op. cit., p. 407.

da Universidade de Brasília). A psicóloga municiou a pesquisador de material teórico sobre o tema, acompanhou a seleção dos 30 entrevistados e participou das reuniões com o grupo focal de Taguatinga como mediadora do processo dialógico que ali se instalou.

Para a excelência dos resultados, o pesquisador manteve um distanciamento e um estranhamento com os grupos. Dois colaboradores selecionados dentro dos grupos de Brasília e de Santa Maria participaram como entrevistados e como mediadores na pesquisa a fim de recolher as opiniões dos receptores. Com a entrevista em profundidade com os grupos focais, os mediadores exploraram as atitudes e opiniões, observaram os processos de consenso e divergência e abordaram assuntos de interesse comum relacionados ao objeto de pesquisa, o telejornal DFTV.

Os passos metodológicos:

- Integraram a amostra desta pesquisa as matérias jornalísticas veiculadas em 6 edições do telejornal DFTV 1ª edição, totalizando 68 reportagens.

- Foram realizados três encontros com os grupos de Brasília e Taguatinga e dois encontros com o grupo de Santa Maria.

- No início das reuniões, cada mediador apresentou os membros do seu grupo e exibiu aos participantes à peça de comunicação alvo da análise, a íntegra do telejornal DFTV 1ª edição.

- Nas reuniões, os mediadores levaram equipamentos necessários para projeção das matérias do DFTV e o armazenamento das respostas. Os materiais utilizados nas reuniões com os grupos focais foram: televisão 29 polegadas tela plana, aparelho leitor de DVD, gravador, caixas de som, microfone sem fio, fitas cassete, pranchetas, crachás, canetas, lápis, borrachas e canetas “pincel”.

- Todas as reuniões com os grupos focais foram gravadas. O gravador foi acionado após a exibição do telejornal. Duarte e Barros <sup>159</sup> reforçam que a gravação possibilita o registro literal e integral. O gravador possui a vantagem de evitar perdas de informação, minimizar distorções, facilitar a condução da entrevista, permitindo que o moderador e o pesquisador façam anotações sobre aspectos não verbalizados. As gravações totalizaram 4 fitas, o que corresponde a 6 horas.

---

<sup>159</sup> DUARTE e BARROS, 2005, op. cit., p. 76.

- As fitas foram degravadas e as falas transcritas. As fitas foram numeradas, registrando a lista dos entrevistados e a cidade pesquisada.

- Os resultados obtidos na pesquisa qualitativa foram cruzados com as análises de conteúdo e de discurso do DFTV e com os dados das pesquisas quantitativas oficiais para obter indicações preliminares, pontos de convergência e possíveis respostas para a análise final.

Por último, o objetivo desse tipo de pesquisa é descobrir como os membros dos grupos focais têm recebido e compreendido as mensagens do DFTV, que significado oferecem as mensagens, que identidade e representações existem nessas mensagens e como elas são utilizadas pelos participantes.

### 2.3.3. Análise de discurso

A análise das entrevistas em profundidade (dados coletados) com grupos focais e da mensagem veiculada durante o período recortado para investigação foi feita à luz da análise de discurso, entendendo-a como prática social na qual o contexto da recepção interfere na compreensão. Rejeita-se a noção realista de que a linguagem é simplesmente um meio neutro de refletir, ou descrever o mundo. Acredita-se na importância central do discurso na construção da vida social.

O discurso do telejornal é um estímulo que provoca uma resposta no telespectador e essa resposta pode ser construída de várias formas e obter diferentes interpretações. Para Michel Foucault, os discursos devem ser tratados como práticas descontínuas, que se cruzam, por vezes, mas também se ignoram e se excluem. “Não podemos transformar o discurso em um jogo de significações prévias, não podemos imaginar que o mundo nos apresenta uma fase legível que teríamos de decifrar apenas”<sup>160</sup>.

A análise de discurso define que todo discurso é uma construção social e não individual. A língua é uma prática e tem como base de pesquisa o discurso: a prática de linguagem na produção de sentidos. De acordo com Rosalind Gill<sup>161</sup>, o conhecimento é socialmente construído, isto é, nossas maneiras de compreender o mundo são determinadas não pela natureza do mundo em si mesmo, mas pelos processos sociais. O receptor insere sua cultura e sua posição no contexto-histórico no discurso. A análise de discurso teoriza a interpretação e a contextualização, que envolve tanto a realidade do autor (no caso o telejornal DFTV) como a realidade do receptor para determinar o sentido.

A mídia produz discursos (heterogêneos e de natureza multifacetada) e é no interior dos discursos sociais, que a mídia busca lugar para significar seus produtos de forma a torná-los familiares aos consumidores. É claro que a mídia desempenha também outras funções, mas todas elas têm discurso o seu objetivo e a sua expressão final. Uma das principais características do discurso midiático é o fato de se apresentar como um discurso acabado e de funcionar aparentemente sem intermitências nem vazios. Ele flui de maneira

---

<sup>160</sup> FOUCAULT, Michel. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Loyola, 1999. p. 52 - 53.

<sup>161</sup> GILL, Rosalind. *Análise de Discurso*. In: BAUER e GASKELL, 2002, op. cit., p. 245.

constante e ininterrupta, encadeia enunciados que se apresentam de forma seriada: uma notícia depois da outra, por ordem. Não é como o discurso espontâneo, que trocamos uns com os outros, com interrupções, esperas, hesitações, silêncios.

No discurso midiático, os silêncios são insuportáveis e intoleráveis, uma vez que assinalam a perda da relação com o público e são, por conseguinte, encarados como risco letal para o próprio funcionamento do seu dispositivo de enunciação. Falar, falar, falar sempre, mesmo que seja para não dizer nada; falar apenas para manter a antena aberta, para não perder o contato com o público, para preencher a programação (MOUILLAUD, 1997, p. 218) <sup>162</sup>.

Montoro reforça que o discurso dos telejornais é um discurso de construção social. Para ela, os discursos jornalísticos são estruturados quando diferentes vozes e textos se manifestam através do discurso direto (do repórter ou apresentador) ou indireto (entrevistados, personagens, autoridades, policiais, entre outros). “O conjunto destes discursos alicerça a unidade notícia como um relato informativo constituído por vozes coletivas e não por relatos de indivíduos isolados, projetando uma determinada representação social da realidade” <sup>163</sup>.

Partindo da característica de que toda linguagem é construtiva, a linguagem do analista de discurso também o é, e que, conseqüentemente, suas análises são meras construções. Logo, a análise de discursos é uma interpretação <sup>164</sup> fundada em uma argumentação detalhada e uma atenção cuidadosa do material que está sendo estudado.

A interpretação implica um movimento novo de pensamento, ela procede por construção criativa de possíveis significados. Este movimento de pensamento é um complemento necessário à análise discursiva (...) oferecer uma interpretação é projetar um significado possível, um dentre muitos significados possíveis que podem divergir ou conflitar com outro (THOMPSON, 1995, p. 375) <sup>165</sup>.

Como um dos objetivos deste estudo é descobrir como os telespectadores recebem e dão sentido às mensagens transmitidas no telejornal local DFTV, a análise dos discursos dos receptores, bem como os significados possíveis, está descrita e incluída no capítulo 5 junto com as falas e com os resultados das reuniões com os membros dos grupos focais.

---

<sup>162</sup> MOUILLAUD, Maurice. *O Jornal: da Forma ao Sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997. p. 218.

<sup>163</sup> MONTORO, 2002, op. cit.

<sup>164</sup> A interpretação transforma e adapta o significado da mensagem recebida, filtrando-a através das atitudes e dos valores do destinatário até mudar, por vezes, radicalmente, o sentido da própria mensagem.

<sup>165</sup> THOMPSON, 1995, op. cit., p. 375.

## Capítulo 3. Análise do telejornal DFTV

“Os estudos culturais da comunicação possibilitam pensarmos um produto cultural de massa como um objeto de pesquisa acadêmica, bem como observá-lo a partir de sua localização na sociedade, como um objeto inserido no cotidiano, um objeto mediático, portador de sentidos, representações, significados” (ZANFORLIN, 2005, p. 25)<sup>166</sup>.

### 3.1. O telejornal DFTV: a emissão

A análise de conteúdo é um instrumento de pesquisa científica de múltiplas aplicações que confere rigor e objetividade ao estudo. Os procedimentos que são utilizados variam em função dos objetivos de pesquisa. Nesse estudo, verifica-se que é relevante fazer uma análise de conteúdo do telejornal DFTV, principalmente, para identificar sua estrutura e unidades de produção, antes da análise da recepção.

Por definição, toda análise de conteúdo passa por uma descrição do conteúdo e de suas características. De acordo com Albert Kientz, a análise de conteúdo visa dar peso e rigor à análise, substituindo o que é apenas impressão verificável por medidas precisas. Considera-se toda e qualquer mensagem uma seqüência de elementos isoláveis, suscetíveis de serem ordenados por categorias e tratados de maneira estatística, entretanto, que essa exigência quantitativa não implica necessariamente, em que se atribuam valores numéricos aos elementos decompostos na mensagem. Uma das aplicações mais férteis da análise de conteúdo é a que a utiliza como instrumento de diagnóstico cultural.

Além de saber se os conteúdos dos medias refletem aqueles a quem se destinam e se estarão traindo apenas as idéias a priori que os redatores e produtores alimentam sobre as expectativas e necessidades do seu público; trata-se também de explorar esse novo meio-ambiente que os media tecnológicos teceram à nossa própria volta (KIENTZ, 1973, p. 64 - 65)<sup>167</sup>.

---

<sup>166</sup> ZANFORLIN, 2005, op. cit., p. 25.

<sup>167</sup> KIENTZ, Albert. *Comunicação de Massa: Análise de Conteúdo*. Rio de Janeiro: Eldora, 1973. p. 64 - 65.

A análise de conteúdo das mensagens veiculadas no telejornal DFTV 1ª edição foi feita para categorizar o âmbito das matérias a que os entrevistados assistiram. A separação por categoria das matérias teve por objetivo também quantificar quantas matérias de cada cidade-satélite compõem o tempo do telejornal e com que frequência elas surgiram na amostragem. Espera-se, com a análise de conteúdo, reduzir a complexidade de uma coleção de reportagens a fim de produzir inferências do tema da reportagem para o contexto diário social dos receptores de maneira objetivada.

Kientz sugere que a análise de conteúdo comece pela decomposição do objeto, dividindo-o em menores unidades de informação. O processo adotado neste estudo foi o seguinte:

18 edições (3 semanas) do telejornal DFTV foram gravadas em 4 fitas VHS. Como a pesquisa foi feita usando a primeira semana do mês de novembro, foram separadas as primeiras semanas de 3 outros meses, escolhidos aleatoriamente (maio/2005, agosto/2005 e outubro/2005) para efeito de comparação. A gravação para a análise de conteúdo totalizou 8 horas.

O material foi degravado. As propagandas e publicidades dos intervalos comerciais foram descartadas e não fazem parte deste estudo (o tema propicia futuras pesquisas e a ampliação do enfoque estudado). Num primeiro momento, as matérias foram divididas em localidade (a cidade de abrangência da reportagem). Essa análise de frequência permite que se efetuem medidas de intensidade e importância do plano piloto e das cidades-satélites no corpo do telejornal. Os quadros trazem os números das 3 semanas pesquisadas:

***Quadro I - matérias produzidas***

**MAIO**

02/05/05 a 07/05/05	Frequência absoluta	Frequência relativa
Plano Piloto	48	76%
Cidades-satélites	15	24%
Total	63	100%

## AGOSTO

01/08/05 a 06/08/05	Frequência absoluta	Frequência relativa
Plano Piloto	35	65%
Cidades-satélites	16	30%
Entorno	3	5%
Total	54	100%

## OUTUBRO

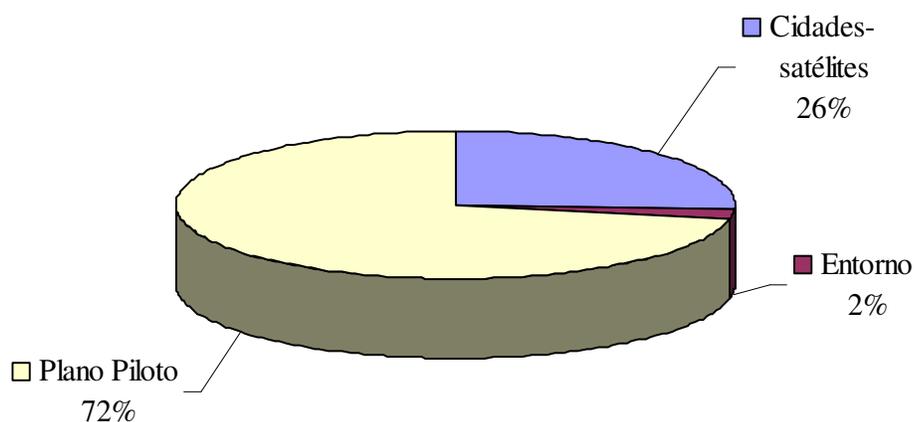
03/10/05 a 08/10/05	Frequência absoluta	Frequência relativa
Plano Piloto	53	74%
Cidades-satélites	18	25%
Entorno	1	1%
Total	72	100%

*Fonte: o autor*

Verifica-se, já nesta fase, que o telejornal DFTV realizou um número reduzido de matérias nas cidades-satélites e no entorno de Brasília. Dos 189 VTs produzidos, 49 foram nas cidades-satélites e 4 no entorno do DF (sendo 3 reportagens de um evento cultural em Cristalina, Goiás. Essas matérias foram consideradas “reportagens especiais”). No Plano Piloto, o número de matérias chegou a 136. O DFTV 1ª edição realizou, nessas 3 semanas, 13 entradas ao vivo por intermédio do *links*. Todas foram em Brasília e, por isso, fazem parte do número de reportagens produzidas no Plano Piloto (Asas Sul e Norte, Lagos Sul e Norte e Sudoeste). As matérias ficam dispostas assim:

## Quadro II – Média das matérias produzidas nas 3 semanas

### Análise de Frequência



Os quadros a seguir mostram a divisão das reportagens por cidades-satélites, discriminando-as:

## Quadro III - Regiões Administrativas representadas

### MAIO

Cidades Satélites onde foram produzidas as matérias Maio	Número de vezes que a cidade apareceu no DFTV 1ª edição
Guará	2
Samambaia	2
Taguatinga	2
Gama	2
Brazlândia	1
Santa Maria	1
Estrutural	1
Núcleo Bandeirante	1
Cruzeiro	1
São Sebastião	1
Sobradinho	1
Total	15

## AGOSTO

Cidades Satélites onde foram produzidas as matérias Agosto	Número de vezes que a cidade apareceu no DFTV 1ª edição
Taguatinga	6*
Ceilândia	3
Gama	2
Brazlândia	1
Recanto das Emas	1
Riacho Fundo 1	1
Santa Maria	1
São Sebastião	1
Total	16

*\* Nesta semana, excepcionalmente, o número de matérias produzidas em Taguatinga foi maior porque a TV Globo promoveu o concurso regional de quadrilhas no ginásio do SESI em Taguatinga Norte, evento publicitário da empresa. Por recomendação do departamento comercial e do setor de programação, a equipe de jornalismo teve de fazer 1 reportagem por dia com informações do evento.*

## OUTUBRO

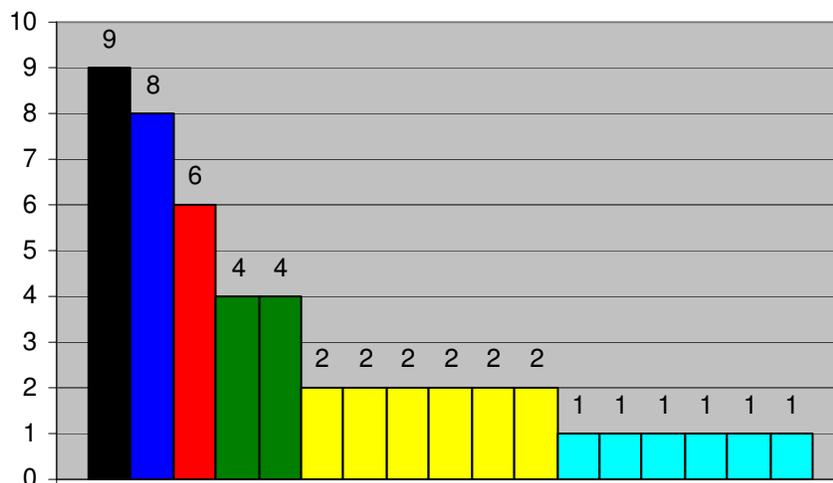
Cidades Satélites onde foram produzidas as matérias em Outubro	Número de vezes que a cidade apareceu no DFTV 1ª edição
Ceilândia	6
Sobradinho	5
Planaltina	4
Vicente Pires	2
Paranoá	1
Total	18

*Fonte: o autor*

Somando as 3 semanas, temos 49 matérias produzidas nas outras cidades, fora do Plano Piloto. Constata-se que o telejornal DFTV 1ª edição não mostrou os acontecimentos de todas as cidades do Distrito Federal nos 18 dias analisados. De todas as regiões administrativas do DF, 17 cidades-satélites foram retratadas pelo telejornal no período

pesquisado e estão dispostas assim: Ceilândia foi a cidade com o maior número de reportagens. Taguatinga ficou em segundo lugar, seguida de Sobradinho.

**Quadro IV – Freqüência das cidades satélites nas 3 semanas**



Total: 49, sendo:

9 – Ceilândia; 8 – Taguatinga; 6 – Sobradinho; 4 – Planaltina e Gama; 2 – Guará, Samambaia, Brazlândia, Santa Maria, São Sebastião e Vicente Pires; 1 – Estrutural, Núcleo Bandeirante, Cruzeiro, Recanto das Emas, Riacho Fundo 1 e Paranoá.

Não foram citadas as seguintes cidades-satélites: Candangolândia, Águas Claras, Riacho Fundo II, Varjão, Itapuã e Sobradinho II.

Numa terceira fase da análise de conteúdo, foi destacado o tempo total do telejornal DFTV 1ª edição. Este tempo de cada reportagem foi caracterizado pelo tempo destinado a cada localidade. As matérias foram degravadas uma por uma e o tempo foi cronometrado. Na pesquisa, apenas o tempo das reportagens, *links* e entrevistas de estúdio fazem parte do estudo. O tempo dos 3 intervalos comerciais ou *breaks* foi especificado, mas não faz parte da análise (Na tabela, recebeu o nome de “tempo intervalos”). Também foram separados da análise os tempos destinados às notas de abertura (com as manchetes); às passagens de bloco (com mini manchetes chamando para as reportagens que vem após o intervalo comercial) e à despedida dos apresentadores (que consiste no seguinte texto. Alexandre Garcia: “O DFTV vai ficando por aqui. Outras informações no DFTV 2ª edição, às dez para sete da noite. Boa tarde”. Fernanda de Bretanha: “Uma boa tarde para você e a gente

se vê amanhã. Tchau”. Essas 3 categorias acima citadas receberam a classificação de “tempo institucional”, pois consiste em anúncios da própria emissora sobre a sua programação, incorporados dentro do telejornal estudado.

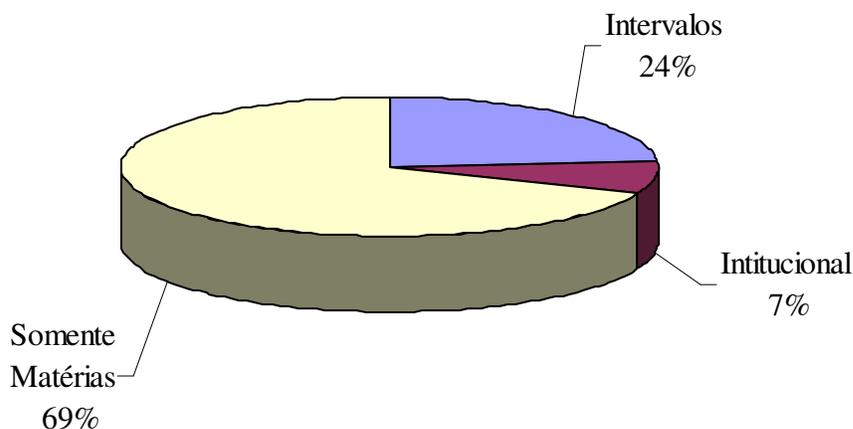
A forma utilizada nos quadros abaixo representa o esquema (Hora: Minuto: Segundo).

**Quadro V – Tabela de Tempo**

**MAIO**

<b>1ª semana de Maio</b>	<b>Tempo Total DFTV</b>	<b>Tempo Intervalos</b>	<b>Tempo Telejornal</b>	<b>Tempo Institucional</b>	<b>Somente Matérias</b>
Segunda -02/05/05	00:30:06	00:07:25	00:22:41	00:02:20	00:20:21
Terça -03/05/05	00:27:47	00:08:30	00:19:17	00:02:15	00:17:02
Quarta -04/05/05	00:30:17	00:06:15	00:24:02	00:02:04	00:21:58
Quinta -05/05/05	00:27:28	00:06:15	00:21:13	00:02:21	00:18:52
Sexta -06/05/05	00:28:36	00:06:15	00:22:21	00:02:02	00:20:19
Sábado -07/05/05	00:26:40	00:06:15	00:20:25	00:01:32	00:18:53
<b>Média da semana</b>	<b>00:28:29</b>	<b>00:06:49</b>	<b>00:21:40</b>	<b>00:02:06</b>	<b>00:19:34</b>

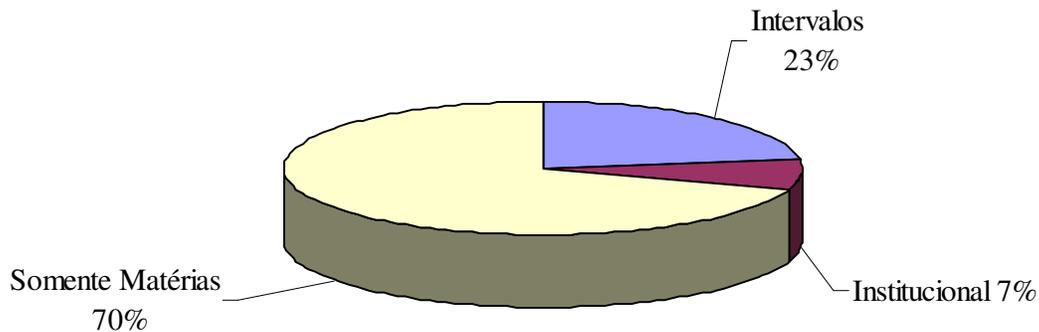
**Média da 1ª semana de Maio**



## AGOSTO

1ª semana de Agosto	Tempo Total DFTV	Tempo Intervalos	Tempo Telejornal	Tempo Institucional	Somente Matérias
Segunda -01/08/05	00:27:39	00:06:15	00:21:24	00:01:50	00:19:34
Terça -02/08/05	00:26:46	00:06:15	00:20:31	00:02:03	00:18:28
Quarta -03/08/05	00:27:12	00:06:15	00:20:57	00:02:10	00:18:47
Quinta -04/08/05	00:27:49	00:06:15	00:21:34	00:01:55	00:19:39
Sexta -05/08/05	00:27:54	00:06:15	00:21:39	00:01:56	00:19:43
Sábado -06/08/05	00:26:13	00:06:15	00:19:58	00:01:36	00:18:22
<b>Média da semana</b>	00:27:16	00:06:15	00:21:01	00:01:55	00:19:05

### Média da 1ª semana de Agosto

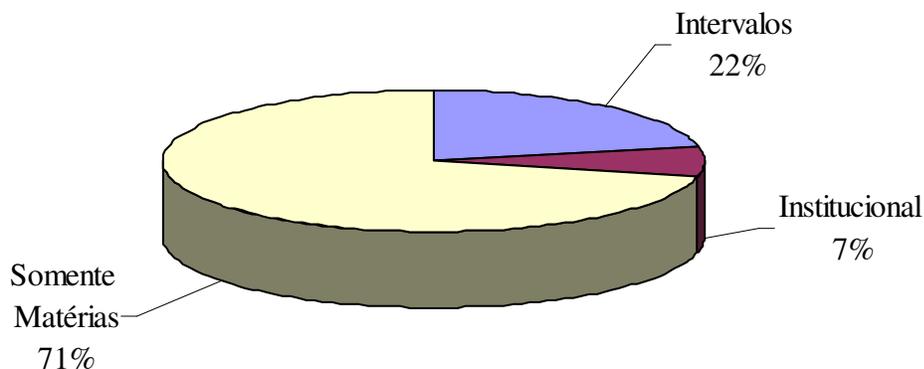


## OUTUBRO\*

1ª semana de Outubro *	Tempo Total DFTV	Tempo Intervalos	Tempo Telejornal	Tempo Institucional	Somente Matérias
Segunda -03/10/05	00:29:59	00:07:33	00:22:26	00:02:16	00:20:10
Terça -04/10/05	00:33:34	00:06:57	00:26:37	00:02:01	00:24:36
Quarta -05/10/05	00:33:01	00:06:15	00:26:46	00:02:03	00:24:43
Quinta -06/10/05	00:32:21	00:07:27	00:24:54	00:02:11	00:22:43
Sexta -07/10/05	00:29:41	00:06:45	00:22:56	00:02:15	00:20:41
Sábado -08/10/05	00:33:48	00:07:15	00:26:33	00:01:58	00:24:35
<b>Média da semana</b>	00:32:04	00:07:02	00:25:02	00:02:07	00:22:55

\* O mês de outubro apresentou alteração no tempo do telejornal DFTV 1ª edição. O registrado na análise de conteúdo foi maior que o tempo dos outros meses devido a mudanças no horário de veiculação. Neste mês, a grade de programação da emissora foi alterada em virtude do programa gratuito de 9 minutos do Referendo Popular contra o comércio de armas de fogo e munição no Brasil, realizado no dia 22 de outubro de 2005. O programa gratuito foi exibido todos os dias da semana pesquisada ao término do telejornal, até o dia 20 de outubro.

### Média da 1ª semana de Outubro



Verifica-se que o telejornal mantém uma divisão equilibrada entre os tempos de reportagem, dos intervalos e do chamado bloco institucional nas 3 semanas pesquisadas. Comprova-se que o formato do telejornal local da Rede Globo segue uma linha editorial relativamente fixa em relação a estrutura produzida, sendo: 70 % de reportagens, 23 % intervalos comerciais e 7 % de notícias institucionais. Constata-se a média de 7 % do tempo destinados às manchetes, às chamadas de intervalo e à despedida; mesmo quando o tempo total do DFTV é maior, como no caso do mês de outubro de 2005.

Na divisão de unidades mais precisas, separando as reportagens divulgadas no telejornal por categorias e analisando a prevalência desses temas nas diferentes cidades, 10 categorias emergiram dos conteúdos das mensagens para a classificação das matérias: política, criminalidade, trânsito, utilidade pública, meteorologia, saúde, educação, esporte, cultura e interesse humano (ou curiosidade):

1) **Política:** reportagens sobre o dia-a-dia da Câmara Legislativa, o trabalho dos Deputados Distritais, Deputados Federais e Senadores do Distrito Federal, a aprovação de projetos de lei, as novas leis, as sessões da CPI da Saúde e da Educação (investigações dos parlamentares de fraudes e denúncias que ocorreram este ano), as ações e medidas tomadas pelo Ministério Público, Tribunal de Contas do DF, entre outros;

2) **Criminalidade:** reportagens sobre assaltos, assassinatos, roubos, brigas de gangue, seqüestros, crimes em geral, prisões, julgamentos de presos, ocorrências registradas nas delegacias, acontecimentos dentro ou envolvendo as prisões do DF (complexo da Papuda para homens e Colméia para as mulheres) e o CAJE (Centro de Acompanhamento Juvenil Especializado), e manifestações públicas contra violência e pela justiça de algum crime específico;

3) **Trânsito:** reportagens sobre transporte público, legislação específica para o setor, acidentes envolvendo veículos, atropelamentos, situação das estradas, campanhas de educação no trânsito, denúncias de problemas como buracos nas pistas, falha na sinalização, ausência de faixas de pedestre, mudanças nas paradas de ônibus, entre outros;

4) **Utilidade pública:** categoria destinada para a divulgação de informações urgentes de diferentes setores públicos ou privados para a população em geral, como: anúncio de corte no fornecimento de água pela CAESB (Companhia de Saneamento Ambiental do Distrito Federal), notícia de queda de energia ou manutenção na rede feita pela CEB (Companhia de Energia de Brasília), acompanhamento de greves nas instituições de atendimento ao público, divulgação de aumentos de preço da cesta básica, da inflação, dos juros, de tarifas telefônicas, entre outros;

5) **Meteorologia:** notícias relativas às condições de temperatura e previsões climáticas;

6) **Saúde:** reportagens sobre doenças, dicas para a população se prevenir, divulgação de campanhas de vacinação, pesquisas e novos medicamentos, mudanças de regras de planos de saúde, denúncias, reclamações e a situação do atendimento nos hospitais públicos;

7) **Educação:** projetos escolares, eventos educacionais, gincanas, campanhas, assuntos de interesses de estudantes e universitários, problemas nas escolas públicas, particulares, faculdades e universidades, a falta de professores, greves, destaques das produções acadêmicas, informações sobre concursos e provas, divulgação de pesquisas do Ministério da Educação, entre outros;

8) **Esporte**: faz-se necessária a inclusão desta categoria para classificar reportagens sobre fatos e acontecimentos ligados à prática esportiva, informação sobre campeonatos de futebol, troca de jogadores e anúncio de eventos de atividades físicas com a participação da comunidade.

9) **Cultura**: agenda cultural, divulgação de todos os eventos relacionados a música, teatro, dança, exposição, lançamentos de livros e revistas, fotografia, artes. Entrevistas em estúdio e *links* ao vivo com músicos, artistas, atrizes e atores;

10) **Interesse Humano** ou curiosidade: essa última categoria define as matérias que trazem acontecimentos inusitados ou criações que merecem destaque. Nesta categoria, classificamos os eventos que são noticiados como de interesse humano: um produtor rural que colheu uma abóbora gigante, uma dona de casa de que faz artesanato de material reciclado, uma garça que resolveu tomar banho na piscina da casa do presidente da república, um namorado apaixonado que fez uma homenagem jogando flores de um helicóptero, aniversário de uma passageira dentro de um ônibus público junto com outros passageiros que usam o mesmo transporte há 2 anos, são alguns exemplos.

A partir daqui, as notícias foram introduzidas em um banco de dados mais amplo (planilha Excel) e organizadas de uma maneira que foi possível registrar as categorias e a incidência dos acontecimentos por cidades-satélites.

Segue tabelas da divisão da 1ª semana de maio:

**Quadro VI – Estrutura DFTV da primeira semana de Maio**

**Segunda-feira – 02/05/05**

<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:40	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:02:05	VT Hospital de Base	Saúde	Plano Piloto
1º bloco	00:00:35	NOTA Crime	Criminalidade	Guará
1º bloco	00:00:18	NOTA Homicídio	Criminalidade	Plano Piloto
1º bloco	00:00:22	Passagem 1	Institucional	
	<b>00:02:37</b>	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:01:17	VT Atropelamento	Trânsito	Samambaia
2º bloco	00:02:17	VT Caminhada contra Crime	Criminalidade	Guará
2º bloco	00:00:21	Passagem 2	Institucional	
	<b>00:02:43</b>	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:03:04	VT Dia do Trabalho	Interesse Humano	Plano Piloto
3º bloco	00:02:16	VT Corrida do Trabalhador	Esporte	Plano Piloto
3º bloco	00:00:42	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
3º bloco	00:02:35	VT Santuário	Interesse Humano	Brazlândia
3º bloco	00:00:25	Passagem 3	Institucional	
	<b>00:02:05</b>	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:02:38	VT Cúpula Árabe	Interesse Humano	Plano Piloto
4º bloco	00:02:34	VT Exposição Fotos	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:00:32	Despedidas	Institucional	

**Terça-feira – 03/05/05**

<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:40	Escalada		
1º bloco	00:02:11	Link Câmara Legislativa	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:02:45	VT Falta Ônibus Escolar	Educação	Santa Maria
1º bloco	00:00:37	VT Acidente	Trânsito	Estrutural
1º bloco	00:00:22	Passagem 1	Institucional	
	<b>00:02:35</b>	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:01:23	VT Problemas no Posto	Saúde	Taguatinga
2º bloco	00:02:11	VT Medicamento	Saúde	Plano Piloto
2º bloco	00:00:21	Passagem 2	Institucional	
	<b>00:03:05</b>	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:01:16	VT Estacionamento	Trânsito	Plano Piloto
3º bloco	00:00:36	VT Plebiscito	Interesse Humano	Plano Piloto
3º bloco	00:01:14	VT Imposto Aposentados	Interesse Humano	Plano Piloto
3º bloco	00:01:19	VT Idosos na Creche	Interesse Humano	Plano Piloto
3º bloco	00:00:21	Passagem 3	Institucional	
	<b>00:02:50</b>	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:01:28	VT Adolescente Morto	Criminalidade	Núcleo Bandeirante
4º bloco	00:00:43	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
4º bloco	00:01:19	VT Exposição	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:00:31	Despedidas	Institucional	

**Quarta-feira – 04/05/05**

<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:40	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:03:43	Link Mudanças na Saúde	Saúde	Plano Piloto
1º bloco	00:01:53	VT Hospital s/condições	Saúde	Cruzeiro
1º bloco	00:00:24	Passagem 1	Institucional	
	<b>00:02:05</b>	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:01:35	VT Câmara Legislativa	Política	Plano Piloto
2º bloco	00:02:37	VT Suplentes	Política	Plano Piloto
2º bloco	00:00:21	Passagem 2	Institucional	
	<b>00:02:05</b>	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:01:46	VT Protesto Alunos	Educação	Gama
3º bloco	00:00:48	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
3º bloco	00:02:25	VT Setor de Indústria	Utilidade Pública	Plano Piloto
3º bloco	00:00:18	Passagem 3	Institucional	
	<b>00:02:05</b>	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:01:49	VT Projeto Tom Brasil	Educação	Plano Piloto
4º bloco	00:02:01	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:01:31	VT Ônibus Amizade	Interesse Humano	Plano Piloto
4º bloco	00:01:50	VT Exposição	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:00:21	Despedidas	Institucional	

**Quinta-feira – 05/05/05**

<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:40	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:02:50	VT Suplentes	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:03:04	VT Visita CPI Saúde	Política	Samambaia
1º bloco	00:00:39	NOTA ICS	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:00:27	Passagem 1	Institucional	
	<b>00:02:05</b>	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:01:41	VT Prisão Quadrilha	Criminalidade	Plano Piloto
2º bloco	00:01:39	VT Prisão Rico	Criminalidade	Plano Piloto
2º bloco	00:00:21	Passagem 2	Institucional	
	<b>00:02:05</b>	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:02:14	VT Hantavirose	Saúde	São Sebastião
3º bloco	00:01:21	VT Fazenda	Interesse Humano	Gama
3º bloco	00:00:22	Passagem 3	Institucional	
	<b>00:02:05</b>	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:02:47	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:00:40	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
4º bloco	00:01:57	Link Cúpula Árabe	Utilidade Pública	Plano Piloto
4º bloco	00:00:31	Despedidas	Institucional	

**Sexta-feira – 06/05/05**

<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:40	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:02:00	VT Câmara Legislativa	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:01:47	<i>Link</i> Câmara	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:00:18	Passagem 1	Institucional	
	<b>00:02:05</b>	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:02:17	VT Gripe	Saúde	Plano Piloto
2º bloco	00:03:00	Estúdio Alergia	Saúde	Plano Piloto
2º bloco	00:00:21	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
2º bloco	00:00:18	Passagem 2	Institucional	
	<b>00:02:05</b>	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:02:28	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:02:34	VT Passaporte	Utilidade Pública	Plano Piloto
3º bloco	00:00:18	Passagem 3	Institucional	
	<b>00:02:05</b>	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:01:54	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:03:58	VT Dia das Mães	Interesse Humano	Plano Piloto
4º bloco	00:00:28	Despedidas	Institucional	

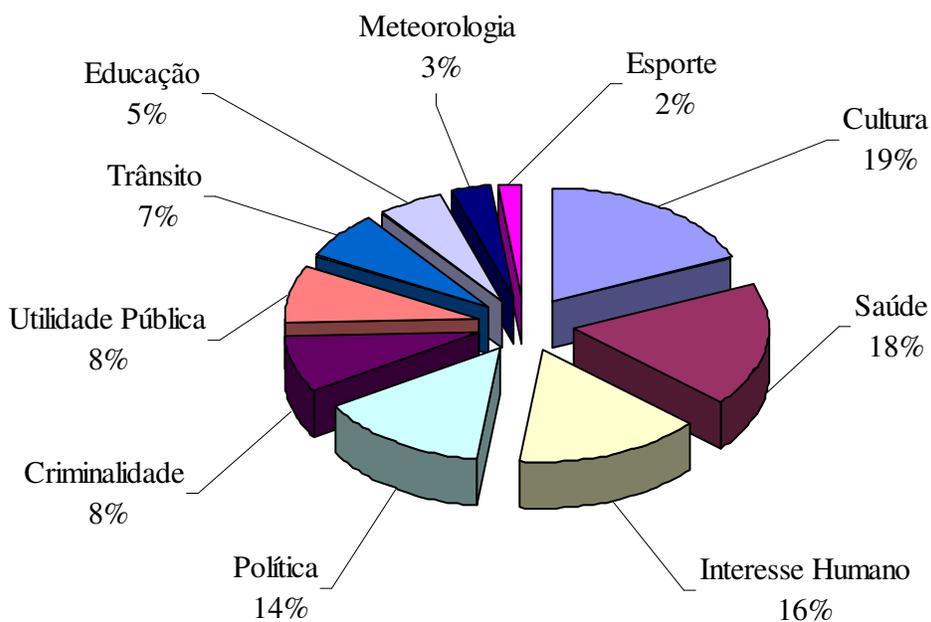
**Sábado – 07/05/05**

<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:30	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:02:45	VT Atropelamento	Trânsito	Sobradinho
1º bloco	00:02:15	<i>Link</i> Detran	Trânsito	Plano Piloto
1º bloco	00:00:22	Passagem 1	Institucional	
	<b>00:02:05</b>	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:01:47	VT Fiscalização	Criminalidade	Plano Piloto
2º bloco	00:00:40	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
2º bloco	00:00:45	NOTA Aumento Celular	Utilidade Pública	Plano Piloto
2º bloco	00:00:17	Passagem 2	Institucional	
	<b>00:02:05</b>	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:02:20	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:01:58	VT Saúde Mental	Saúde	Taguatinga
3º bloco	00:00:18	Passagem 3	Institucional	
	<b>00:02:05</b>	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:01:42	VT Compras Mães	Utilidade Pública	Plano Piloto
4º bloco	00:02:04	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:02:37	Estúdio Música	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:00:05	Despedidas	Institucional	

*Fonte: o autor*

Na divisão por categorias, usou-se apenas o tempo das matérias. O tempo institucional (escalada, passagens de bloco e despedida) e os minutos destinados aos intervalos (*breaks*) ficam fora do quadro comparativo a seguir.

**Quadro VII – Tipologia da 1ª semana de Maio**



**Telejornal DFTV 1ª edição / Maio**

<b>Cultura</b>	00:21:54
<b>Saúde</b>	00:20:44
<b>Interesse Humano</b>	00:18:16
<b>Política</b>	00:16:43
<b>Criminalidade</b>	00:09:45
<b>Utilidade Pública</b>	00:09:23
<b>Trânsito</b>	00:08:10
<b>Educação</b>	00:06:20
<b>Meteorologia</b>	00:03:54
<b>Esporte</b>	00:02:16
<b>Tempo Total</b>	01:57:25

Percebe-se, na primeira semana de maio, uma prevalência da categoria Cultura, totalizando 19 % do tempo total do DFTV. O segundo tema mais freqüente foi Saúde com 18 %, seguido de perto pelas reportagens de Interesse Humano com 16%. Verifica-se

que o telejornal local também abriu espaço para matérias de esporte, num total de 2%. Apresentamos a seguir os dados relativos à 1ª semana de agosto.

**Quadro VIII – Estrutura DFTV da primeira semana de Agosto**

**Segunda-feira – 01/08/05**

<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:30	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:01:22	VT Crime	Criminalidade	Ceilândia
1º bloco	00:02:16	VT Acidente Tororó	Criminalidade	São Sebastião
1º bloco	00:02:22	Link Bombeiros	Utilidade Pública	Plano Piloto
1º bloco	00:00:20	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:02:15	VT CPI Saúde	Política	Plano Piloto
2º bloco	00:02:11	VT Problema Hospital	Saúde	Gama
2º bloco	00:03:06	Estúdio Sec. Saúde	Saúde	Plano Piloto
2º bloco	00:00:22	Passagem 2	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:01:19	VT Equipamento Quebrado	Saúde	Plano Piloto
3º bloco	00:02:30	Estúdio Sec. Saúde	Saúde	Plano Piloto
3º bloco	00:00:18	Passagem 3	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:02:13	VT Festival de Dança	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:00:20	Despedidas	Institucional	

**Terça-feira – 02/08/05**

<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:31	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:03:40	VT Falta de Água	Utilidade Pública	Recanto das Emas
1º bloco	00:01:53	VT Falta Faixa Pedestre	Trânsito	Taguatinga
1º bloco	00:00:19	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:01:45	VT Falta de Professor	Educação	Ceilândia
2º bloco	00:01:11	VT Perguntas	Educação	Plano Piloto
2º bloco	00:03:07	Estúdio Sec. Educação	Educação	Plano Piloto
2º bloco	00:00:23	Passagem 2	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:01:48	VT Câmara Legislativa	Política	Plano Piloto
3º bloco	00:01:50	VT Reuniões Líderes	Política	Plano Piloto
3º bloco	00:00:20	Passagem 3	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:00:21	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
4º bloco	00:02:53	VT Seguro Obrigatório	Trânsito	Plano Piloto
4º bloco	00:00:30	Despedidas	Institucional	

### Quarta-feira – 03/08/05

Bloco	Tempo	Reportagens	Categoria	Localidade
1º bloco	00:00:42	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:02:03	VT Falta de Água	Utilidade Pública	Riacho Fundo
1º bloco	00:03:19	VT Política	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:00:20	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:02:25	VT Falta de Médico	Saúde	Ceilândia
2º bloco	00:01:58	VT Apreensão de Frango	Criminalidade	Taguatinga
2º bloco	00:00:18	Passagem 2	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:01:41	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:00:13	NOTA Bonecos	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:03:18	Estúdio Sax	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:00:20	Passagem 3	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:03:50	VT Especial Cristais	Interesse Humano	Entorno
4º bloco	00:00:30	Despedidas	Institucional	

### Quinta-feira – 04/08/05

Bloco	Tempo	Reportagens	Categoria	Localidade
1º bloco	00:00:27	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:02:08	VT Câmara Legislativa	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:01:22	Link Câmara	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:01:51	VT Partido Político	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:00:19	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:01:51	VT Greve INSS	Utilidade Pública	Plano Piloto
2º bloco	00:01:55	VT Camelôs	Criminalidade	Plano Piloto
2º bloco	00:00:17	Passagem 2	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:02:25	VT Bazar	Interesse Humano	Taguatinga
3º bloco	00:00:18	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
3º bloco	00:01:39	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:00:22	Passagem 3	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:03:36	VT Cachoeira	Interesse Humano	Entorno
4º bloco	00:02:34	VT Quadrilha	Cultura	Taguatinga
4º bloco	00:00:30	Despedidas	Institucional	

**Sexta-feira – 05/08/05**

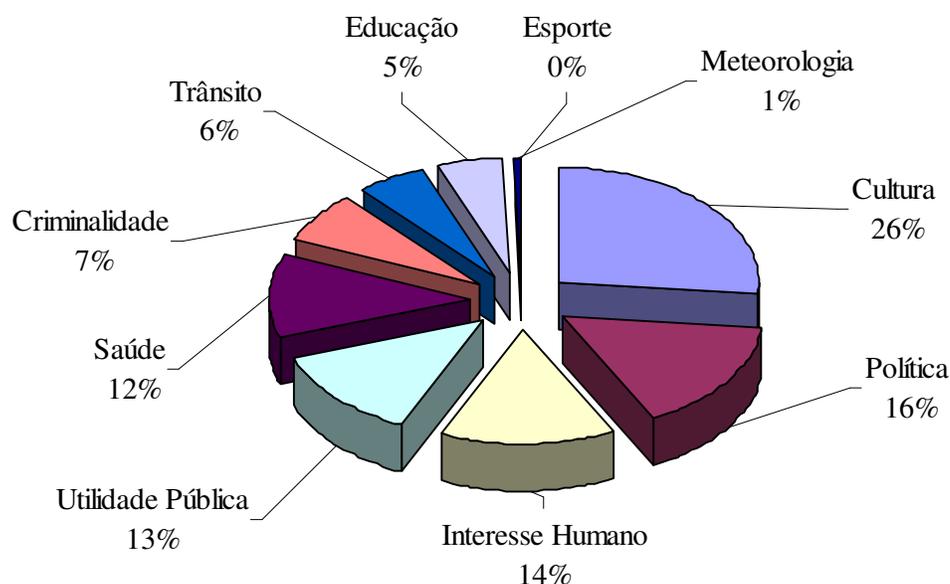
<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:30	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:01:21	VT Câmara Legislativa	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:01:57	VT Falta de Água	Utilidade Pública	Santa Maria
1º bloco	00:00:19	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:01:35	VT Acidente	Trânsito	Plano Piloto
2º bloco	00:02:09	VT CPI Educação	Política	Plano Piloto
2º bloco	00:02:04	VT Berçário Interditado	Saúde	Gama
2º bloco	00:00:16	Passagem 2	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:02:13	VT Conic Ruim	Interesse Humano	Plano Piloto
3º bloco	00:02:19	VT Turismo Rural	Interesse Humano	Entorno
3º bloco	00:02:20	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:00:19	Passagem 3	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:01:56	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:01:49	VT Concurso Quadrilha	Cultura	Taguatinga
4º bloco	00:00:32	Despedidas	Institucional	

**Sábado – 06/08/05**

<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:13	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:03:05	VT Concurso Quadrilha	Cultura	Taguatinga
1º bloco	00:00:18	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:01:53	VT Braille	Interesse Humano	Plano Piloto
2º bloco	00:02:24	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
2º bloco	00:00:17	Passagem 2	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:02:27	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:02:16	Link Teatro	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:00:20	Passagem 3	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:00:40	NOTA Seqüestro	Criminalidade	Brazlândia
4º bloco	00:02:40	Link Música	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:02:57	VT Cegos	Utilidade Pública	Plano Piloto
4º bloco	00:00:28	Despedidas	Institucional	

*Fonte: o autor*

**Quadro IX – Tipologia da 1ª semana de Agosto**



**Telejornal DFTV 1ª edição / Agosto**

<b>Cultura</b>	00:30:35
<b>Política</b>	00:18:03
<b>Interesse Humano</b>	00:16:16
<b>Utilidade Pública</b>	00:14:16
<b>Saúde</b>	00:13:35
<b>Criminalidade</b>	00:08:11
<b>Trânsito</b>	00:06:21
<b>Educação</b>	00:06:03
<b>Meteorologia</b>	00:00:39
<b>Esporte</b>	0
<b>Tempo Total</b>	01:54:33

Em agosto, a categoria dominante constatada no telejornal também foi a Cultura, com 26 %. Mas com uma prevalência ainda maior se comparada ao mês pesquisado anteriormente. Em segundo lugar, ficaram as reportagens políticas que somaram 18 minutos e 3 segundos, o que representou 16% do tempo do DFTV. Interesse Humano ocupou a terceira colocação com 14 % do total.

Segue, agora, as tabelas da divisão da 1ª semana de outubro, o terceiro mês que compõe a análise de conteúdo:

***Quadro X – Estrutura DFTV da primeira semana de Outubro***

**Segunda-feira – 03/10/05**

<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:40	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:02:03	VT Transporte	Trânsito	Plano Piloto
1º bloco	00:02:11	VT IPTU Condomínios	Utilidade Pública	Vicente Pires
1º bloco	00:00:23	NOTA Apreensão	Criminalidade	Ceilândia
1º bloco	00:00:22	Passagem 2	Institucional	
	00:02:43	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:00:19	NOTA Barreiras Eletrônicas	Trânsito	Plano Piloto
2º bloco	00:02:16	VT Cajé	Criminalidade	Plano Piloto
2º bloco	00:04:06	Estúdio Diretora Cajé	Criminalidade	Plano Piloto
2º bloco	00:01:43	VT Câmara Legislativa	Política	Plano Piloto
2º bloco	00:00:22	Passagem 2	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:02:31	VT Licença Maternidade	Saúde	Plano Piloto
3º bloco	00:01:31	VT Lixo Hospitalar	Saúde	Ceilândia
3º bloco	00:00:21	Passagem 3	Institucional	
	00:02:45	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:00:30	NOTA Vestibular	Utilidade Pública	Plano Piloto
4º bloco	00:00:22	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
4º bloco	00:02:15	VT Incêndio Botânico	Utilidade Pública	Plano Piloto
4º bloco	00:00:31	Despedidas	Institucional	

### Terça-feira – 04/10/05

Bloco	Tempo	Reportagens	Categoria	Localidade
1º bloco	00:00:30	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:03:24	VT Propina	Criminalidade	Planaltina
1º bloco	00:02:07	VT Protesto Vans	Trânsito	Sobradinho
1º bloco	00:00:16	NOTA Prisão	Criminalidade	Paranoá
1º bloco	00:00:30	NOTA IPTU Condomínio	Utilidade Pública	Vicente Pires
1º bloco	00:00:21	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:02:27	VT Água Contaminada	Utilidade Pública	Sobradinho
2º bloco	00:04:09	Estúdio Médico	Saúde	Plano Piloto
2º bloco	00:00:30	NOTA Leite Materno	Saúde	Plano Piloto
2º bloco	00:00:24	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
2º bloco	00:00:21	Passagem 2	Institucional	
	00:02:47	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:01:51	VT Concurso Público	Educação	Plano Piloto
3º bloco	00:03:08	Estúdio Câmara	Política	Plano Piloto
3º bloco	00:02:07	VT Artesanato	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:00:18	Passagem 3	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:00:25	NOTA Exposição	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:01:01	VT Exposição	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:02:17	Estúdio Música	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:00:31	Despedidas	Institucional	

### Quarta-feira – 05/10/05

Bloco	Tempo	Reportagens	Categoria	Localidade
1º bloco	00:00:30	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:03:10	VT Propina	Criminalidade	Planaltina
1º bloco	00:01:25	VT Câmara Legislativa	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:00:19	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:01:20	VT Lixo Hospitalar	Saúde	Ceilândia
2º bloco	00:04:06	Estúdio Belacap	Utilidade Pública	Plano Piloto
2º bloco	00:01:54	VT Greve INSS	Utilidade Pública	Plano Piloto
2º bloco	00:00:21	Passagem 2	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:01:10	VT Remédio em Casa	Saúde	Ceilândia
3º bloco	00:00:47	NOTA Roriz	Política	Plano Piloto
3º bloco	00:00:54	NOTA Indenização Médica	Saúde	Plano Piloto
3º bloco	00:00:21	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
3º bloco	00:00:22	Passagem 3	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:01:30	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:03:24	Link Música	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:04:09	Estúdio Saúde	Saúde	Plano Piloto
4º bloco	00:00:31	Despedidas	Institucional	4º bloco

### Quinta-feira – 06/10/05

Bloco	Tempo	Reportagens	Categoria	Localidade
1º bloco	00:00:40	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:01:57	VT Câmara Legislativa	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:02:41	Link Câmara	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:01:33	VT CPI Saúde	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:00:21	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:02:24	VT Lixo Hospitalar	Saúde	Ceilândia
2º bloco	00:04:05	Estúdio Meio Ambiente	Utilidade Pública	Plano Piloto
2º bloco	00:00:46	VT Lixo	Saúde	Plano Piloto
2º bloco	00:00:20	Passagem 2	Institucional	
	00:02:33	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:01:31	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:03:16	Estúdio Música	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:00:38	VT Prêmio TV	Interesse Humano	Plano Piloto
3º bloco	00:00:19	Passagem 3	Institucional	
	00:02:49	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:00:19	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
4º bloco	00:03:33	VT Propina	Criminalidade	Planaltina
4º bloco	00:00:31	Despedidas	Institucional	

### Sexta-feira – 07/10/05

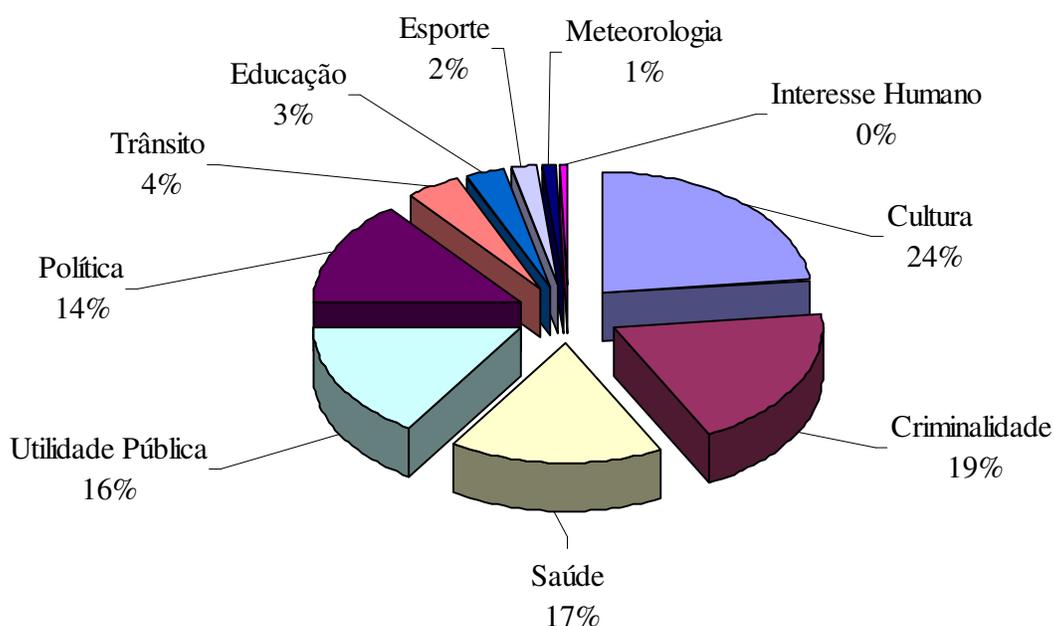
Bloco	Tempo	Reportagens	Categoria	Localidade
1º bloco	00:00:40	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:04:26	VT Propina	Criminalidade	Planaltina
1º bloco	00:01:22	VT Pit Bull	Criminalidade	Plano Piloto
1º bloco	00:00:26	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:02:27	VT Escola s/Condições	Educação	Sobradinho
2º bloco	00:04:19	Estúdio Deputados	Política	Plano Piloto
2º bloco	00:01:08	VT Falta Vans Condomínio	Trânsito	Sobradinho
2º bloco	00:00:19	Passagem 2	Institucional	
	00:02:35	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:01:27	VT CPI	Política	Plano Piloto
3º bloco	00:02:03	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:00:20	Passagem 3	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:01:15	VT Lixo Hospitalar	Saúde	Ceilândia
4º bloco	00:02:14	Link Instrumentos Musicais	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:00:30	Despedidas	Institucional	

Sábado – 08/10/05

Bloco	Tempo	Reportagens	Categoria	Localidade
1º bloco	00:00:24	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:01:40	VT Assalto	Criminalidade	Plano Piloto
1º bloco	00:01:16	NOTA Crime	Criminalidade	Plano Piloto
1º bloco	00:00:29	NOTA Apreensão Drogas	Criminalidade	Entorno
1º bloco	00:00:26	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:02:18	VT Água Contaminada	Saúde	Sobradinho
2º bloco	00:02:48	VT Prédio com Problemas	Utilidade Pública	Plano Piloto
2º bloco	00:00:19	Passagem 2	Institucional	
	00:02:35	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:02:42	VT Educação Física	Esporte	Plano Piloto
3º bloco	00:00:13	NOTA Glaucoma	Saúde	Plano Piloto
3º bloco	00:02:41	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:03:12	Estúdio Música	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:00:20	Passagem 3	Institucional	
	00:02:35	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:00:43	NOTA Vestibular	Utilidade Pública	Plano Piloto
4º bloco	00:00:15	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
4º bloco	00:03:09	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:03:09	Link Teatro	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:00:29	Despedidas	Institucional	Plano Piloto

Fonte: o autor

Quadro XI – Tipologia da 1ª semana de Outubro



### Telejornal DFTV 1ª edição / Outubro

<b>Cultura</b>	00:31:59
<b>Criminalidade</b>	00:26:21
<b>Saúde</b>	00:23:10
<b>Utilidade Pública</b>	00:21:29
<b>Política</b>	00:19:33
<b>Trânsito</b>	00:05:37
<b>Educação</b>	00:04:18
<b>Esporte</b>	00:02:42
<b>Meteorologia</b>	00:01:41
<b>Interesse Humano</b>	00:00:38
<b>Tempo Total</b>	02:17:28

Com mais este resultado, conclui-se, portanto, que o tema Cultura é o mais explorado no corpo do telejornal DFTV. Foi o que somou o maior número de minutos nos 3 meses da amostra. Em outubro, Cultura representou 24 % do tempo total. A categoria Criminalidade ocupou o segundo lugar, diferentemente dos meses de maio e agosto, quando o tema ficou em quinto e sexto lugar, respectivamente. Analisando o que pode ter influenciado essa mudança, constata-se que os repórteres do DFTV acompanharam, na primeira semana do mês, uma denúncia envolvendo policiais e empresários num esquema de pagamento de propina. De acordo com a editora-executiva, Fernanda de Bretanha, a investigação da equipe de jornalismo foi considerada um furo de reportagem. As informações apuradas pelo repórter Rafael Mônaco e pelo produtor Leonardo Garcia foram exclusivas do DFTV 1ª edição e divulgadas com destaque, 1 dia antes dos jornais impressos da cidade e 2 dias antes dos telejornais das outras emissoras. Por isso, o tema foi repetido ao longo da semana.

Concluindo a análise da semana de outubro, o tema Saúde teve 17 % do tempo, ficando em terceiro lugar na tabela.

Com as divisões feitas acima, foi possível confeccionar uma relação com as categorias subdivididas por cidades-satélites. O objetivo foi visualizar com nitidez quais são os assuntos mais comuns nas localidades distantes do plano piloto e verificar se existe um equilíbrio temático.

Nas três semanas pesquisadas foram produzidas 49 reportagens nas cidades-satélites (como mostra o quadro VIII), sendo 9 na Ceilândia; 8 em Taguatinga; 6 em Sobradinho; 4 em Planaltina e no Gama; 2 no Guará, em Samambaia, em Brazlândia, em

Santa Maria, em São Sebastião e em Vicente Pires; e 1 matéria na Estrutural, no Núcleo Bandeirante, no Cruzeiro, no Recanto das Emas, no Riacho Fundo 1 e no Paranoá.

### - CEILÂNDIA

<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>
00:01:22	VT Crime	Criminalidade
00:01:45	VT Falta de Professor	Educação
00:02:25	VT Falta de Médico	Saúde
00:00:23	NOTA Apreensão	Criminalidade
00:01:31	VT Lixo Hospitalar	Saúde
00:01:20	VT Lixo Hospitalar	Saúde
00:01:10	VT Remédio em Casa	Saúde
00:02:24	VT Lixo Hospitalar	Saúde
00:01:15	VT Lixo Hospitalar	Saúde
<b>Total</b>		
00:13:35	9 matérias	

Uma observação faz-se necessária. Nas semanas pesquisadas, a usina de lixo do Distrito Federal que fica na Ceilândia foi interditada, gerando inúmeros problemas para a população, como falta de recolhimento de lixo hospitalar, acúmulo de resíduos tóxicos próximos à área residencial, entre outros. O acompanhamento das visitas técnicas, do conserto do incinerador, das medidas emergenciais e do fechamento da usina levou a um número grande de reportagens na cidade com o tema Saúde.

### - TAGUATINGA

<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>
00:01:23	VT Problema no Posto	Saúde
00:01:58	VT Saúde Mental	Saúde
00:01:53	VT Falta Faixa Pedestre	Trânsito
00:01:58	VT Apreensão de Frango	Criminalidade
00:02:25	VT Bazar	Interesse Humano
00:02:34	VT Concurso Quadrilha	Cultura
00:01:49	VT Concurso Quadrilha	Cultura
00:03:05	VT Concurso Quadrilha	Cultura
<b>Total</b>		
00:17:05	8 matérias	

Como já foram citadas na análise do mês de agosto, as matérias de Cultura feitas em Taguatinga são promoções de eventos da própria emissora. Reportagens que denunciam problemas, como posto de saúde sem condições, hospital que atende doentes

mentais precisa de reforma, falta de faixa de pedestre e apreensão de frango estragado, constituem a metade dos VTs produzidos em Taguatinga.

#### - SOBRADINHO

<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>
00:02:45	VT Atropelamento	Trânsito
00:02:07	VT Protesto Vans	Trânsito
00:02:27	VT Água Contaminada	Utilidade Pública
00:02:27	VT Escola s/Condições	Educação
00:01:08	VT Falta Vans Condomínios	Trânsito
00:02:18	VT Água Contaminada	Saúde
<b>Total</b>		
00:13:12	6 matérias	

Em Sobradinho, as 6 reportagens produzidas mostram o cotidiano da cidade. A primeira matéria do quadro é factual. Um motociclista é atropelado e morre. A segunda mostrou o protesto de motoristas de vans que trafegam na cidade sem autorização da Secretaria de Transporte e abriu espaço para as reclamações desses trabalhadores. Nas 2 matérias sobre água contaminada, o DFTV ouviu as queixas dos moradores que consumiram água misturada com benzeno e informou os resultados das análises da água e de sangue de alguns moradores do bairro Lago Oeste. A reportagem sobre a falta de infra-estrutura da escola é fruto de denúncia e pedido da comunidade da região. O telejornal mostrou a precária estrutura da escola: problemas de infiltração, paredes rachadas e vidros quebrados; ouviu pais, alunos e a direção da escola. A matéria sobre falta de transporte nos condomínios também é produzida em decorrência de pedido de ajuda da comunidade. Nas falas dos entrevistados, os moradores deixam claro que já procuraram às autoridades anteriormente para pedir uma solução e o problema não tinha sido resolvido.

#### - PLANALTINA

<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>
00:03:24	VT Propina	Criminalidade
00:03:10	VT Propina	Criminalidade
00:03:33	VT Propina	Criminalidade
00:04:26	VT Propina	Criminalidade
<b>Total</b>		
00:14:33	4 matérias	

Planaltina só foi representada no telejornal DFTV no mês de outubro pelas matérias especiais sobre esquema de propina. O DFTV mostrou imagens com câmera oculta um grupo de policiais militares recebendo dinheiro de motoristas de vans de Planaltina que não tem permissão para fazer transporte de passageiros. Em troca, os policiais liberavam o trabalho ilegal. A primeira matéria traz as imagens exclusivas. A segunda mostra os desdobramentos da denúncia: afastamento dos policiais envolvidos e abertura de inquérito policial. Na terceira reportagem da série, o DFTV ouviu mais moradores que confirmaram que os policiais pediam dinheiro para não multar os motoristas e que o pagamento de propina vinha sendo feito há mais de 2 anos. A última matéria cobra do coronel, autoridade máxima da corporação militar, resultado de sindicância interna que apura a má conduta dos policiais envolvidos. As 4 reportagens compõem a categoria Criminalidade, de acordo com a classificação oferecida pelo discurso jornalístico.

#### - GAMA

<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>
00:01:46	VT Protesto Alunos	Educação
00:01:21	VT Fazenda	Interesse Humano
00:02:11	VT Problema Hospital	Saúde
00:02:04	VT Berçário Interditado	Saúde
<b>Total</b>		
00:07:22	4 matérias	

A reportagem Fazenda, de interesse humano, mostrou um espaço da cidade dedicado ao lazer e ao turismo. Descreveu as características do lugar e informou endereço, telefone e como as pessoas podem chegar até lá. As outras 3 matérias foram motivadas por denúncias e constituem um espaço para que a população reclame e peça melhorias para Educação e Saúde.

#### - GUARÁ

<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>
00:00:35	NOTA Crime	Criminalidade
00:02:17	VT Caminhada contra Crime	Criminalidade
<b>Total</b>		
00:02:52	2 matérias	

### - SAMAMBAIA

<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>
00:01:17	VT Atropelamento	Trânsito
00:03:04	VT Visita CPI Saúde	Política
<b>Total</b>		
00:04:21 2 matérias		

### - BRAZLÂNDIA

<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>
00:02:35	VT Santuário	Interesse Humano
00:00:40	NOTA Seqüestro	Criminalidade
<b>Total</b>		
00:03:15 2 matérias		

### - SANTA MARIA

<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>
00:02:45	VT Falta Ônibus Escolar	Educação
00:01:57	VT Falta de Água	Utilidade Pública
<b>Total</b>		
00:04:42 2 matérias		

### - SÃO SEBASTIÃO

<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>
00:02:14	VT Hantavirose	Saúde
00:02:16	VT Acidente Tororó	Criminalidade
<b>Total</b>		
00:04:30 2 matérias		

### - VICENTE PIRES

<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>
00:02:11	VT IPTU Condomínios	Utilidade Pública
00:00:30	NOTA IPTU Condomínio	Utilidade Pública
<b>Total</b>		
00:02:41 2 matérias		

Nas seis cidades-satélites que obtiveram 2 matérias representadas no telejornal, percebe-se a incidência das categorias Criminalidade e Utilidade Pública. O tempo médio variou entre 00:02:41 e 00:04:42.

**- ESTRUTURAL**

00:00:37	VT Acidente	Trânsito
----------	-------------	----------

**- NÚCLEO BANDEIRANTE**

00:01:28	VT Adolescente Morto	Criminalidade
----------	----------------------	---------------

**- CRUZEIRO**

00:01:53	VT Hospital s/condições	Saúde
----------	-------------------------	-------

**- RECANTO DAS EMAS**

00:03:40	VT Falta de Água	Utilidade Pública
----------	------------------	-------------------

**- RIACHO FUNDO 1**

00:02:03	VT Falta de Água	Utilidade Pública
----------	------------------	-------------------

**- PARANOÁ**

00:00:16	NOTA Prisão	Criminalidade
----------	-------------	---------------

Verifica-se com as últimas 6 reportagens das cidades-satélites, que fizeram parte do corpo do DFTV com apenas uma única reportagem, uma recorrência de matérias factuais, como acidente de trânsito, homicídio de um jovem e prisão de um assassino procurado. As outras 3 matérias têm temas relacionados à reclamações da população, no sentido de pedir providências aos problemas enfrentados na localidade.

Como resultado preliminar da análise de conteúdo, ficou comprovado que:

1) O número de reportagens produzidas nas cidades-satélites e entorno é menor que a quantidade de matérias do plano piloto. Brasília ocupou 72 % do espaço do telejornal, enquanto as satélites ficaram com 26 % e as cidades do entorno com apenas 2 %.

2) 17 cidades-satélites foram representadas no DFTV 1ª edição nas 3 semanas pesquisadas. Seis cidades-satélites não foram sequer citadas em notas e reportagens.

3) A estrutura do telejornal se mantém inalterada, independentemente do dia ou do mês pesquisado. O DFTV tem 4 blocos, intercalados por 3 *breaks* (intervalos destinados a publicidade e as propagandas). O telejornal segue um padrão fixo: abre com a Escalada (chamada das principais matérias do dia); tem 2 ou 3 VTs importantes mais uma nota por bloco; chama os comerciais com as passagens de bloco (mini manchetes); tem intervalos com o tempo médio de 00:02:05; utiliza-se, em média, um *link* e um estúdio por dia; e termina a edição com as despedidas dos apresentadores. A divisão neste estudo observou que: 70 % de reportagens, 23 % intervalos comerciais e 7 % de notícias institucionais.

4) As categorias mais frequentes encontradas na análise de conteúdo nos 3 meses foram na ordem: Cultura, Saúde, Política, Interesse Humano, Utilidade pública, Criminalidade, Trânsito, Educação, Meteorologia e Esporte. Os resultados compõem este novo quadro:

**Quadro XII – Média dos temas na estrutura do DFTV**

	Cultura	Saúde	Política	IH*	UP*	Crim.*	Trânsito	Educação	Met.*	Esporte
<b>Maio</b>	19%	18%	14%	16%	8%	8%	7%	5%	3%	2%
<b>Agosto</b>	26%	12%	16%	14%	13%	7%	6%	5%	1%	
<b>Outubro</b>	24%	17%	14%		16%	19%	4%	3%	1%	2%
<b>Média</b>	23%	16%	15%	15%	12%	11%	6%	4%	2%	2%

\*IH = Interesse Humano; \*UP = Utilidade Pública; \*Crim. = Criminalidade; \*Met. = Meteorologia.

5) Cada cidade-satélite apresentou uma categoria dominante diferente. Mas ficou claro que o tema Cultura, predominante no telejornal, não foi abordado nas satélites. Nessas cidades, as reportagens duras (*hard news*) tiveram maior representatividade no universo estudado. A maioria ressalta problemas das comunidades como violência, roubos, assassinatos, ausência de infra-estrutura urbana, dificuldade na prestação de serviços públicos nas áreas de saúde e de educação.

Em um primeiro momento, esse estudo comprovou que o telejornal local não realiza um número equânime de matérias no plano piloto e nas cidades-satélites, representado pela quantidade inferior de matérias produzidas na “periferia” de Brasília.

### 3.2. Análise de conteúdo das mensagens em Novembro/2005

Os dados extraídos com a técnica da análise de conteúdo permitiram sistematizar o conteúdo das mensagens da semana pesquisada do telejornal, a 1ª do mês de novembro de 2005. A análise de conteúdo possibilitou a descrição ordenada e objetiva do telejornal DFTV, especificamente, da semana escolhida como base do estudo de recepção.

O trabalho seguiu as mesmas etapas. Consistiu na decupação do telejornal; armazenagem dos dados e separação por categoria, localidade e tempo; mensuração da frequência das cidades-satélites; e recorrência dos temas. Partiu-se para uma pré-análise, seguida da exploração do material e, por fim, interpretação dos resultados, com base no referencial teórico adotado.

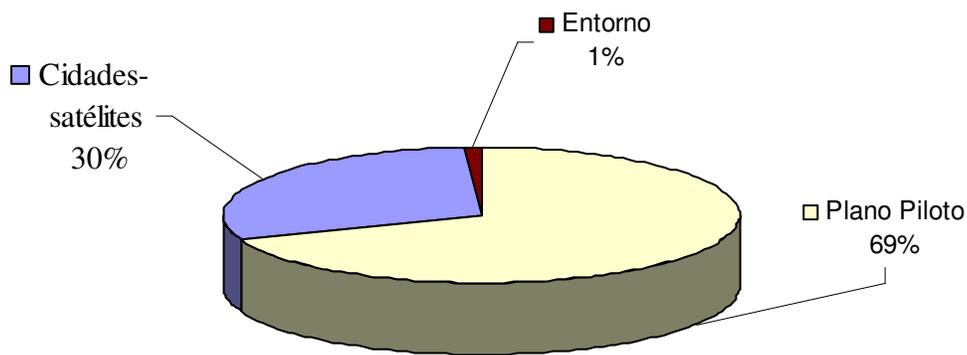
O primeiro quadro de novembro traz as matérias divididas por localidade (a cidade de abrangência da reportagem).

**Quadro XIII - matérias produzidas**

#### NOVEMBRO

31/10/05 a 05/11/05	Frequência absoluta	Frequência relativa
Plano Piloto	47	69%
Cidades-satélites	20	30%
Entorno	1	1%
Total	68	100%

*Fonte: o autor*



Temos quase 70 % de reportagens feitas no centro de Brasília, poucas matérias nas satélites e menos ainda no entorno. Portanto, os resultados obtidos em novembro estão compatíveis com os resultados obtidos anteriormente. Lembrando que a média encontrada nos 3 meses pesquisados foi: 72% reportagens no plano piloto, 26% nas satélites e 2 % no entorno.

Um elemento se destacou em novembro. O número de *links* igualou a quantidade de entradas ao vivo dos 3 meses pesquisados. Enquanto o DFTV 1ª edição realizou 12 *links* nas primeiras semanas de maio, agosto e outubro, somente em novembro soma-se 12 *links* em apenas 6 dias. A maioria (5 deles) no feriado do dia de finados (quarta-feira, dia 02/11/2005) direto do cemitério Campo da Esperança no plano piloto, com a função e o objetivo central de dar informações para a população de utilidade pública sobre trânsito, movimentação, pontos de apoio e segurança aos visitantes.

Por cidades-satélites, obteve-se a seguinte divisão:

***Quadro XIV – Regiões Administrativas representadas na 1ª semana de Novembro***

Cidades Satélites onde foram produzidas as matérias	Número de vezes que a cidade apareceu no DFTV 1º edição
Sobradinho	5
Guará	4
Taguatinga	3
Vicente Pires	2
Samambaia	2
Planaltina	2
Ceilândia	1
Gama	1
Total:	20

*Fonte: o autor*

Em comparação com a média apurada nos outros 3 meses, em novembro, Sobradinho e Taguatinga reapareceram ocupando um dos 3 primeiros lugares no *ranking*. No

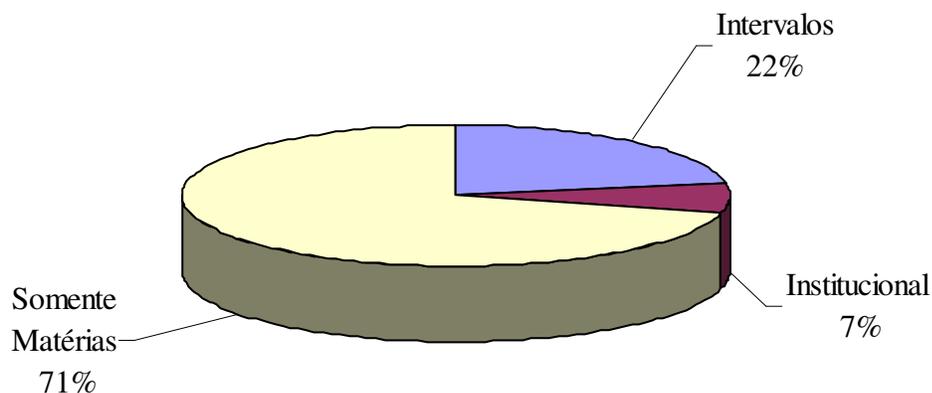
total, apenas 8 cidades-satélites foram representadas. 15 não foram sequer citadas ou visitadas pelas equipes de reportagem. O que pode demonstrar que os repórteres e os cinegrafistas trabalharam num perímetro restrito, se pensarmos em relação à abrangência, ao alcance e a distância.

Sobre o tempo do DFTV, revelam-se a seguir as subdivisões:

*Quadro XV – Tabela de Tempo Novembro*

<b>1ª semana de Novembro</b>	<b>Tempo Total DFTV</b>	<b>Tempo Intervalos</b>	<b>Tempo Telejornal</b>	<b>Tempo Institucional</b>	<b>Somente Matérias</b>
Segunda -31/10/05	00:29:07	00:06:15	00:22:52	00:02:06	00:20:46
Terça -01/11/05	00:30:13	00:06:45	00:23:28	00:02:10	00:21:18
Quarta -02/11/05	00:29:27	00:07:06	00:22:21	00:01:55	00:20:26
Quinta -03/11/05	00:29:14	00:06:41	00:22:33	00:02:08	00:20:25
Sexta -04/11/05	00:29:11	00:06:15	00:22:56	00:02:19	00:20:37
Sábado -05/11/05	00:30:01	00:06:15	00:23:46	00:01:53	00:21:53
<b>Média da semana</b>	<b>00:29:32</b>	<b>00:06:33</b>	<b>00:22:59</b>	<b>00:02:05</b>	<b>00:20:54</b>

**Média 1ª semana de Novembro**



Constata-se que os resultados são semelhantes aos encontrados na análise de conteúdo dos outros meses, que compõe o corpo desta pesquisa. Percebe-se novamente que o formato do telejornal local da Rede Globo segue uma linha editorial relativamente fixa em relação à estrutura produzida, sendo: 71 % de reportagens, 22 % intervalos comerciais e 7 % de notícias institucionais, mudando 1 ponto percentual para cima ou para baixo.

Com mais detalhamento, apresenta-se o telejornal separado por bloco, tempo de cada matéria, título da reportagem, categoria definida pela pesquisadora e localidade.

***Quadro XVI – Estrutura DFTV na primeira semana de Novembro***

**Segunda-feira – 31/10/05**

<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:40	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:02:01	VT Escola do Parque	Educação	Plano Piloto
1º bloco	00:02:15	VT Feira dos Importados	Utilidade Pública	Guará
1º bloco	00:00:18	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:02:00	VT Condomínio	Utilidade Pública	Vicente Pires
2º bloco	00:00:19	NOTA IPTU Condomínio	Utilidade Pública	Vicente Pires
2º bloco	00:01:38	VT Operação Primavera	Utilidade Pública	Samambaia
2º bloco	00:00:21	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
2º bloco	00:00:19	Passagem 2	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:02:15	Link INSS	Utilidade Pública	Plano Piloto
3º bloco	00:01:36	VT Cemitérios	Utilidade Pública	Plano Piloto
3º bloco	00:00:21	Passagem 3	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:02:39	VT Adoção Escola	Educação	Samambaia
4º bloco	00:01:25	VT Casamento Coletivo	Interesse Humano	Planaltina
4º bloco	00:04:17	Estúdio Ziraldo	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:00:28	Despedidas	Institucional	

**Terça-feira – 01/11/05**

<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:40	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:02:09	VT Feira dos Importados	Utilidade Pública	Guará
1º bloco	00:01:34	VT Estuprador	Criminalidade	Plano Piloto
1º bloco	00:00:18	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:02:39	Link Cemitério	Utilidade Pública	Plano Piloto
2º bloco	00:02:38	VT Cemitério Cães	Interesse Humano	Plano Piloto
2º bloco	00:01:19	VT Incinerador	Saúde	Ceilândia
2º bloco	00:00:19	NOTA Benzeno	Saúde	Sobradinho
2º bloco	00:00:22	Passagem 2	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:02:02	VT Demora INSS	Utilidade Pública	Taguatinga
3º bloco	00:01:21	VT Acidente	Trânsito	Entorno
3º bloco	00:00:19	Passagem 3	Institucional	
	00:02:35	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:02:39	Link Cemitério	Utilidade Pública	Plano Piloto
4º bloco	00:00:20	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
4º bloco	00:04:18	Estúdio Martinho da Vila	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:00:31	Despedidas	Institucional	

**Quarta-feira – 02/11/05**

<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:29	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:01:51	Link Cemitério	Trânsito	Plano Piloto
1º bloco	00:01:51	VT Campo da Esperança	Utilidade Pública	Plano Piloto
1º bloco	00:01:21	VT Cemitério Taguatinga	Utilidade Pública	Taguatinga
1º bloco	00:02:30	Link Cemitério	Utilidade Pública	Plano Piloto
1º bloco	00:00:20	Passagem 1	Institucional	
	00:02:40	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:02:33	Link Expoxenti	Cultura	Plano Piloto
2º bloco	00:02:25	VT Benzeno	Saúde	Sobradinho
2º bloco	00:00:19	Passagem 2	Institucional	
	00:02:21	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:00:10	NOTA Água Mineral	Interesse Humano	Plano Piloto
3º bloco	00:01:23	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:02:31	Link Expoxenti	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:00:20	Passagem 3	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:01:57	VT Xuxa	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:00:49	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
4º bloco	00:01:05	Link Cemitério	Utilidade Pública	Plano Piloto
4º bloco	00:00:27	Despedidas	Institucional	

**Quinta-feira – 03/11/05**

<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:40	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:01:56	VT Bush	Interesse Humano	Plano Piloto
1º bloco	00:01:10	VT CPI	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:00:25	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:01:16	VT Taxímetro	Trânsito	Plano Piloto
2º bloco	00:00:25	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
2º bloco	00:04:17	Estúdio Livro	Cultura	Plano Piloto
2º bloco	00:00:18	Passagem 2	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:02:09	VT Tapetes	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:01:59	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:02:17	Link Foto	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:00:24	Passagem 3	Institucional	
	00:02:31	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:02:25	VT Meu Cão	Interesse Humano	Sobradinho
4º bloco	00:02:31	VT Xuxucão	Interesse Humano	Taguatinga
4º bloco	00:00:21	Despedidas	Institucional	

**Sexta-feira – 04/11/05**

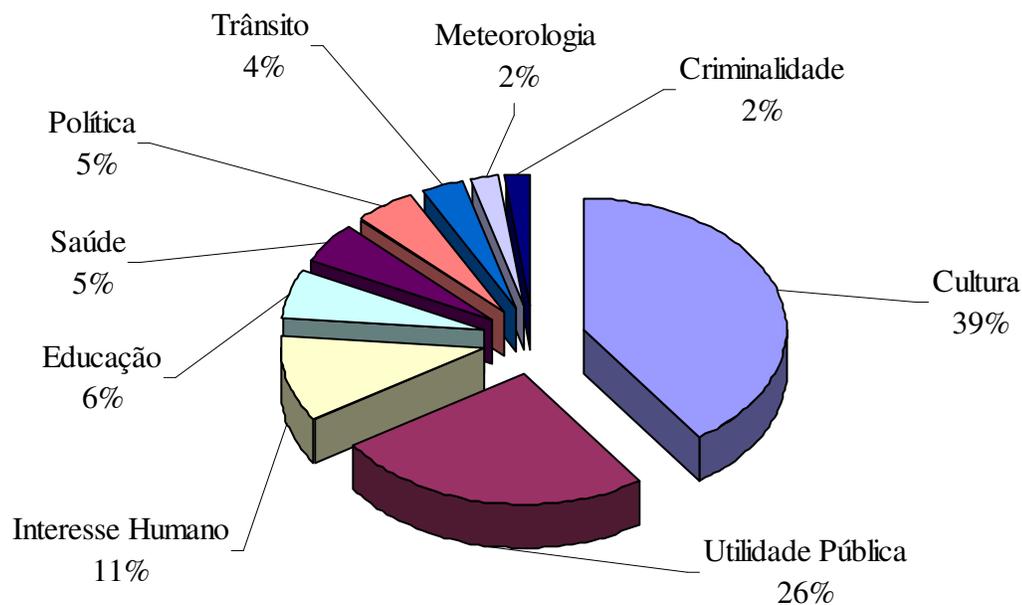
<b>Bloco</b>	<b>Tempo</b>	<b>Reportagens</b>	<b>Categoria</b>	<b>Localidade</b>
1º bloco	00:00:40	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:01:29	Link Câmara Legislativa	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:01:06	VT CPI Educação	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:02:24	VT Computador Câmara	Política	Plano Piloto
1º bloco	00:00:25	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:02:55	VT Escola Quebrada	Educação	Gama
2º bloco	00:01:27	VT Surto de Dengue	Saúde	Guará
2º bloco	00:00:24	Passagem 2	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:01:14	VT Piquitudes	Interesse Humano	Sobradinho
3º bloco	00:01:53	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:01:46	VT Xuxa	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:00:18	Passagem 3	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	
4º bloco	00:00:49	VT Zôo	Criminalidade	Guará
4º bloco	00:00:29	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
4º bloco	00:01:45	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:03:20	Estúdio Teatro	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:00:32	Despedidas		

Sábado – 05/11/05

Bloco	Tempo	Reportagens	Categoria	Localidade
1º bloco	00:00:30	Escalada	Institucional	
1º bloco	00:02:20	VT Bush	Utilidade Pública	Plano Piloto
1º bloco	00:02:36	VT Festival	Utilidade Pública	Plano Piloto
1º bloco	00:00:19	Passagem 1	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 1</b>	<b>Intervalo</b>	
2º bloco	00:00:33	NOTA Telefone Social	Utilidade Pública	Plano Piloto
2º bloco	00:00:19	VT Tempo	Meteorologia	Plano Piloto
2º bloco	00:00:24	NOTA Cesta Básica	Utilidade Pública	Plano Piloto
2º bloco	00:00:56	VT Cachorro	Interesse Humano	Planaltina
2º bloco	00:00:45	NOTA Benzeno	Saúde	Sobradinho
2º bloco	00:00:19	Passagem 2	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 2</b>	<b>Intervalo</b>	
3º bloco	00:03:16	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:02:27	Link Forró Lunar	Cultura	Plano Piloto
3º bloco	00:00:16	Passagem 3	Institucional	
	00:02:05	<b>Break 3</b>	<b>Intervalo</b>	Guará
4º bloco	00:02:48	VT Xuxa	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:02:46	VT Agenda Cultural	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:02:43	Link Alceu Valença	Cultura	Plano Piloto
4º bloco	00:00:29	Despedidas	Institucional	

Fonte: o autor

Quadro XVII – Tipologia da 1ª semana de Novembro



## Telejornal DFTV 1ª edição / Novembro

<b>Cultura</b>	00:50:25
<b>Utilidade Pública</b>	00:32:12
<b>Interesse Humano</b>	00:13:15
<b>Educação</b>	00:07:35
<b>Saúde</b>	00:06:15
<b>Política</b>	00:06:09
<b>Trânsito</b>	00:04:28
<b>Meteorologia</b>	00:02:43
<b>Criminalidade</b>	00:02:23
<b>Esporte</b>	0
<b>Tempo Total</b>	02:05:25

O tema Cultura foi, pela quarta vez neste estudo, o que mais obteve espaço na estrutura do telejornal DFTV. Superou todos os outros índices e chegou ao patamar de 39% do tempo. Utilidade Pública ocupou o segundo lugar, com 26%. Criminalidade não foi um tema muito abordado nesta semana específica de novembro. Ficou com o menor tempo. Verifica-se, mais uma vez, a ausência de matérias de esporte, o que pode significar a consolidação do espaço do “Globo Esporte” (telejornal exibido logo após o DFTV 1ª edição, com a duração de 4 minutos) e a separação de editoriais em jornalismo local e esporte local. As chefias e os repórteres de cada área trabalham separadamente. Essa realidade reflete a carência de assuntos esportivos ao longo da transmissão local.

Como última análise, parte-se para a verificação de prevalências das categorias por satélites:

### - SOBRADINHO

<b>Tempo</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Categoria</b>
00:00:19	NOTA Benzeno	Saúde
00:02:25	VT Benzeno	Saúde
00:02:25	VT Meu Cão	Interesse Humano
00:01:14	VT Piquitudes	Interesse Humano
00:00:45	NOTA Benzeno	Saúde
<b>Total</b>		
00:07:08	5 matérias	

## - GUARÁ

<b>Tempo</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Categoria</b>
00:02:15	VT Feira dos Importados	Utilidade Pública
00:02:09	VT Feira dos Importados	Utilidade Pública
00:01:27	VT Surto de Dengue	Saúde
00:00:49	VT Zôo	Criminalidade

### **Total**

00:06:40 4 matérias
---------------------

## - TAGUATINGA

<b>Tempo</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Categoria</b>
00:02:02	VT Demora INSS	Utilidade Pública
00:01:21	VT Cemitério Taguatinga	Utilidade Pública
00:02:31	VT Xuxucão	Interesse Humano

### **Total**

00:05:54 3 matérias
---------------------

## - VICENTE PIRES

<b>Tempo</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Categoria</b>
00:02:00	VT Condomínio	Utilidade Pública
00:00:19	NOTA IPTU Condomínio	Utilidade Pública

### **Total**

00:02:19 2 matérias
---------------------

## - SAMAMBAIA

<b>Tempo</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Categoria</b>
00:01:38	VT Operação Primavera	Utilidade Pública
00:02:39	VT Adoção Escola	Educação

### **Total**

00:04:17 2 matérias
---------------------

## - PLANALTINA

<b>Tempo</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Categoria</b>
00:01:25	VT Casamento Coletivo	Interesse Humano
00:00:56	VT Cachorro	Interesse Humano

### **Total**

00:02:21 2 matérias
---------------------

### - CEILÂNDIA

<b>Tempo</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Categoria</b>
00:01:19	VT Incinerador	Saúde

### - GAMA

<b>Tempo</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Categoria</b>
00:02:55	VT Escola Quebrada	Educação

A primeira semana de novembro, separada para a apresentação aos grupos focais, mostra que nas reportagens produzidas satélites prevaleceram dois temas: Utilidade Pública e Interesse Humano. Dessa forma, verificar-se-á nas entrevistas se o receptor percebeu essa diferença de abordagem, ou se ele sente que o telejornal DFTV exclui as cidades-satélites e registra fatos ruins com mais probabilidade do que o faz com os acontecimentos úteis e positivos.

Os gráficos serviram para auxiliar a preparação do material entregue aos mediadores e a psicóloga, responsáveis pela aplicação da pesquisa. Todos os dados da análise de conteúdo foram cruzados com as falas dos receptores e estão apresentados no capítulo 5.

### 3.3. Análise de discurso das mensagens em Novembro/2005

Como ressalta Montoro<sup>168</sup>, los telediarios son espacios de construcción de significados marcados por un tipo específico de discurso.

O discurso jornalístico na televisão tem características próprias do meio e trata a informação de maneira diferenciada. A televisão comunica suas mensagens por meio oral e visual, imagem e som. Vera Íris Paternostro observa que a TV funciona a partir da relação texto/imagem. “Quando o telespectador liga a televisão para assistir ao telejornal ele quer saber as notícias, tomar conhecimento dos fatos através da imagem dos fatos. Quando existe uma imagem forte de um acontecimento, ela leva vantagens sobre a palavra. Ela é suficiente para transmitir, ao mesmo tempo, informação e emoção”. A informação é repassada de forma objetiva e direta para não exigir do telespectador outras habilidades ou capacidades de leitura, além de ser capaz de ver e entender a linguagem. Por isso, a linguagem dos telejornais é clara, precisa e coloquial<sup>169</sup>. A seleção dos elementos discursivos tem a proposta de apresentar ao telespectador os fatos do dia-a-dia, com imediatismo e visibilidade. Propõe-se a processar informação em escala industrial e para um entendimento imediato. O telejornal constantemente usa uma linguagem chamada de “consumo rápido e fácil digestão”.

A televisão é limitada quanto à profundidade das mensagens que emite. Ela, que por um lado se impõe através do imediatismo e da dimensão que proporciona à notícia, por outro ainda deixa a desejar quanto à retenção e à análise mais densa da informação. A programação da TV, de ritmo contundente (até próprio de sua característica como meio de comunicação de massa), acaba voltada à transmissão de informações de maneira breve e ao entretenimento (PATERNOSTRO, 1994, p. 35)<sup>170</sup>.

As imagens em movimento transmitem muitos efeitos. O texto dá apoio e serve de suporte às imagens. O ritmo é acelerado e nervoso. Usam-se frases curtas, na ordem

---

<sup>168</sup> MONTORO, 2001, op. cit., p. 79.

<sup>169</sup> Entendendo a linguagem coloquial, como a que compreende as expressões correntes na modalidade falada, na conversa familiar, entre amigos. A linguagem coloquial é espontânea e reflete a realidade comunitária, regional e imediata. É mais acessível para as pessoas de pouca escolaridade e, mesmo para as que estudaram ou lidam constantemente com a linguagem formal, permite mais rápida fruição e maior expressividade. A linguagem formal é própria da escrita, imposta pelo sistema escolar. (LAGE, Nilson. *Linguagem Jornalística*. São Paulo: Ática, 1990. p. 36 - 37).

<sup>170</sup> PATERNOSTRO, 1994, op. cit., p. 35.

direta; As mudanças repentinas de assuntos são frequentes para segurar a audiência. As manchetes e os textos são rápidos e fragmentados, que tendem a superficialidade.

O principal traço distintivo do discurso televisivo é o ritmo frenético e incessante da sucessão de fragmentos encadeados. Por esse motivo, a programação televisiva funciona, para muitas pessoas, como um marcador de tempo, um relógio, que serve para definir horários para compromissos profissionais e sociais: depois do telejornal, antes do telejornal (REZENDE, 2000, p. 32) <sup>171</sup>.

O discurso jornalístico na televisão busca clareza do texto e da imagem, agilidade, exatidão da informação e imparcialidade. Toda informação deve ser precisa, cada imagem ou cada palavra escolhida criteriosamente, sob pena de distorcer fatos e confundir o telespectador. A instantaneidade da informação e a exigüidade de tempo são os principais inimigos da televisão.

Os discursos do telejornal DFTV 1ª edição usam uma linguagem repleta de representações do cotidiano da cidade. A busca dessa identificação consiste, principalmente, na necessidade de se encontrar um nível comum de entendimento para a mensagem que se vai transmitir. O entendimento dos discursos (linguagem jornalística) passa necessariamente pela interpretação feita pelo receptor do produto apresentado. Quanto mais próxima a linguagem do telejornal estiver da realidade do receptor, mais fácil será a apropriação do sentido. Quanto mais as palavras (ou o texto global) forem familiares ao telespectador, maior será o grau de comunicação.

A palavra no jornalismo de televisão tem de ser a mais precisa, a mais clara possível. Dispõe-se de apenas uma chance para passar a mensagem para o receptor de modo que ele entenda sem dificuldades. Ao contrário do leitor de jornal, que pode reler uma matéria quantas vezes quiser até traduzir inequivocamente o seu conteúdo, o telespectador não pode fazer com que o telejornal retroceda para rever e decodificar uma notícia mal compreendida. Se a mensagem não for detectada e decifrada naquele momento, o esforço do comunicador será em vão (Idem, p. 82 - 83) <sup>172</sup>.

Uma mensagem com um texto simples tem a capacidade de atingir um maior público receptor heterogêneo (classes sociais, instrução e idades diferentes). Lembrando que o produtor da mensagem - os jornalistas, os repórteres e os apresentadores - não tem o poder de dar um significado fechado às notícias. O discurso jornalístico é atravessado pelas tensões que ocorrem entre o emissor e o receptor. A decodificação é um

---

<sup>171</sup> REZENDE, 2000, op. cit., p. 32.

<sup>172</sup> Id. p. 82 - 83.

processo ativo, onde os receptores reconhecem e se apropriam dos elementos que interagem com o cotidiano deles, podendo mostrar leituras diferentes. É a partir deste momento, que o discurso (com suas múltiplas formas) é reconstruído no âmbito da recepção.

Verifica-se na semana estudada (de 31/10/2005 a 05/11/2005), que a maioria das cabeças <sup>173</sup> das matérias do telejornal DFTV segue as normas do texto jornalístico para televisão. Os textos de abertura, que chamam a matéria, são lidos de forma rápida. São compostos de, no máximo, 2 frases. Percebe-se, comparativamente, um ritmo narrativo, um *timing* uniforme. A intenção é prender o telespectador já no início da matéria. Exemplos:

*“Mudanças no Parque da Cidade. A escola que atende crianças e adolescentes pobres vai virar vestiário”.* <sup>174</sup>

*“A Novacap começa a limpeza das bocas de lobo para evitar alagamentos. A defesa civil ensina a população a ajudar”.* <sup>175</sup>

*“Grande movimento nos cemitérios nesse fim de semana. A administradora dos cemitérios assegura que haverá segurança e apoio para o dia dos finados”.* <sup>176</sup>

*“Segurados do INSS reclamam da demora nas filas, da falta de atendimento e do descaso de funcionários”.* <sup>177</sup>

*“A única escola do núcleo rural ponte alta, no Gama, está abandonada. Os alunos convivem com sujeira, bichos e falta de segurança”.* <sup>178</sup>

---

<sup>173</sup> Cabeça é o nome usado nas redações para o texto lido pelo apresentador antes da veiculação da matéria feita na rua pelo repórter. Traz as informações básicas e é a abertura da reportagem. Pode trazer muitas informações ou apenas aguçar a curiosidade do telespectador, indicando um ponto importante na reportagem que merece destaque. Normalmente, é o *lead* (termo em inglês que significa comando, encabeçar). É abertura de texto jornalístico, na qual se apresenta sucintamente o assunto ou se destaca o fato essencial, o clímax da história. Resumo inicial, constituído pelos elementos fundamentais do relato a ser desenvolvido no corpo da reportagem. Na construção do *lead*, o redator deve responder às questões básicas da informação: o quê, quem, quando, onde, como e por quê? (RABAÇA e BARBOSA, 2001, op. cit., p. 426).

<sup>174</sup> VT Escola do Parque/ Categoria: educação/ Plano Piloto. Segunda-feira, dia 31/10/2005.

<sup>175</sup> VT Operação Primavera/ Categoria: utilidade pública/ Samambaia. Segunda-feira, dia 31/10/2005.

<sup>176</sup> VT Cemitérios/ Categoria: utilidade pública/ Plano Piloto. Segunda-feira, dia 31/10/2005.

<sup>177</sup> VT Demora INSS/ Categoria: utilidade pública/ Taguatinga. Terça-feira, dia 01/11/2005.

*“A cadelinha Priquitudes aqui do DF é o segundo canino mais feio do Brasil. Ela ficou em segundo lugar no concurso Meu Cão é um Cão, no programa ‘Mais Você’, de Ana Maria Braga”.*<sup>179</sup>

As informações adicionais e necessárias para o completo entendimento do assunto são lidas pelos apresentadores apenas no fim das reportagens. Um recurso usado para não prejudicar ou atropelar o ritmo. É a chamada nota-pé, que encerra o tema.

*“Mudanças no Parque da Cidade. A escola que atende crianças e adolescentes pobres vai virar vestiário”. Nota-pé: “A Secretaria de Educação informou que já está prevista no orçamento a construção de uma nova escola para os meninos e meninas de rua. O local deve ser escolhido até o fim do ano”.*

*“A Novacap começa a limpeza das bocas de lobo para evitar alagamentos. A defesa civil ensina a população a ajudar”. Nota-pé: “A Operação Primavera é realizada pelas Administrações Regionais com o apoio da Defesa Civil. Para solicitar algum serviço, como poda de árvore, basta ligar para o número 156”.*

*“Grande movimento nos cemitérios nesse fim de semana. A administradora dos cemitérios assegura que haverá segurança e apoio para o dia dos finados”. Nota-pé: “Na quarta-feira, Dia de Finados, vai ter missa nos cemitérios do Plano Piloto, Taguatinga, Ceilândia, Gama, Planaltina e Brazlândia, de hora em hora. Das 8 da manhã às cinco da tarde. A entrada nos estacionamentos internos só vai ser permitida para carros com idosos e deficientes, com a carteirinha. Nos seis cemitérios do DF, vão ser instalados banheiros químicos”.*

---

<sup>178</sup> VT Escola Quebrada/ Categoria: educação/ Gama. Sexta-feira, dia 04/11/2005.

<sup>179</sup> VT Priquitudes/ Categoria: interesse humano/ Sobradinho. Sexta-feira, dia 04/11/2005.

*“Segurados do INSS reclamam da demora nas filas, da falta de atendimento e do descaso de funcionários”. Nota-pé: “O INSS orienta o segurado a só procurar a agência depois de ligar para o Prev-Fone, onde é possível tirar todas as dúvidas sobre os documentos que precisam ser levados. O Prev-Fone é o 0 800 780 91 e funciona das sete da manhã a uma da manhã”.*

*“A única escola do núcleo rural ponte alta, no Gama, está abandonada. Os alunos convivem com sujeira, bichos e falta de segurança”. Nota-pé: “A gerente de engenharia e arquitetura da Secretaria de Educação, Ivani Pamplona, informou que o projeto de reforma da escola está pronto. Mas as obras só vão começar no ano que vem”.*

*“A cadelinha Priquitudes aqui do DF é o segundo canino mais feio do Brasil. Ela ficou em segundo lugar no concurso Meu Cão é um Cão, no programa ‘Mais Você’, de Ana Maria Braga”. Nota-pé: (risos) “Ela é realmente feia. Parece uma mistura de pequinês com hiena (risos). A eleição foi essa manhã em São Paulo. O vencedor do concurso foi um cachorrinho com nome de ET. O dono dele recebeu 5 mil reais. Priquitudes, que viajou pela primeira vez de avião, estava assustada. O dono disse que valeu o passeio”.*

A nota de encerramento da reportagem, acima descrita, mostra que é no texto da nota-pé, que os apresentadores Alexandre Garcia e Fernanda de Brito costumam incluir comentários e críticas às informações. Usam esse espaço do telejornal para emitir opiniões, fugindo um pouco das regras rígidas do modelo adotado pelo telejornalismo brasileiro e, particularmente, pelo telejornalismo da Rede Globo. Há o interesse em destacar que o discurso dos apresentadores do telejornal DFTV é informativo, mas também opinativo carregado de explicações e juízos pessoais. O que contraria uma das normas do Manual de Telejornalismo da Rede Globo, publicado em 1984 e disponível *online* para todos os produtores, repórteres e editores da emissora, que descreve como essencial o princípio da impessoalidade e isenção do jornalista. Um discurso opinativo tanto pode aproximar a empatia e o contato com o telespectador, como conduzir a uma sensação de unilateralidade da comunicação, no sentido emissor-receptor.

Já no texto dos repórteres do DFTV, no período pesquisado, as opiniões e os juízos de valor não apareceram de maneira explícita. Na maioria das matérias, eles se restringiram a contar o que foi dito. Exemplos:

**Repórter (Off):** “A Secretaria de Fiscalização detectou 40 locais de circulação que estavam ocupados com invasões. Uma delas foi a área da rádio da feira, que terá que ficar num espaço bem menor do que o atual. O subsecretário de Fiscalização, José da Luz Araújo, **disse que** durante toda essa semana, os fiscais vão conferir se as áreas públicas foram realmente liberadas”. **Sonora do subsecretário:** “Eu espero que não volte a ocorrer um problema de confronto. Esse não é o desejo do governo e acredito que também não é o dos feirantes. É importante que exista um entendimento e um comprometimento”.<sup>180</sup>

**Repórter (Off):** “Próximo das chamadas Sete Curvas, uma carreta que transportava bebidas de Alexânia para Brasília bateu na lateral de um carro que saía da estrada de terra para entrar na rodovia. O motorista do caminhão **diz que** tentou frear”. **Sonora do motorista:** “Ele entrou muito próximo e com a pista molhada eu não consegui parar. Tudo aconteceu em poucos segundos. Nós entramos juntos!”.<sup>181</sup>

**Repórter (Off):** “O vice-presidente da Casa, deputado Chico Floresta, **disse que** em maio deu início ao processo de licitação para modernizar a rede e implantar um sistema de segurança. Dois dos três editais chegaram a ser publicados em julho, mas o Tribunal de Contas do DF apontou problemas. **Segundo ele,** a Câmara refez os editais e enviou novamente ao Tribunal de Contas”. **Sonora do deputado:** “A mesa diretora considera que a opção poderia ser a Codeplan. Mas temos um consenso de que primeiro vamos esgotar o caminho da licitação”.<sup>182</sup>

---

<sup>180</sup> VT Feira dos Importados/ Categoria: utilidade pública/ Guará. Segunda-feira, dia 31/10/2005.

<sup>181</sup> VT Acidente/ Categoria: trânsito/ Entorno. Terça-feira, dia 01/11/2005.

<sup>182</sup> VT Computador Câmara/ Categoria: política/ Plano Piloto. Sexta-feira, dia 04/11/2005.

Percebe-se, nesses casos, o uso do discurso jornalístico relatado. Apesar disso, não descartamos a possibilidade de uma inferência opinativa na composição da reportagem, diluída no texto dentro do estilo de cada repórter.

Verifica-se no telejornal DFTV, em maior número, referências espaciais que só podem ser entendidas pela comunidade local e pelos moradores da região. Mauro Wolf destaca que um dos critérios para a escolha da notícia é a proximidade: “as notícias são culturalmente próximas, se se referem a acontecimentos que entram na esfera normal de experiência dos jornalistas e do público, os que implicam uma esfera partilhada de linguagem e pressupostos culturais comuns. A proximidade geográfica refere-se simplesmente à regra prática da prioridade das notícias internas e que estão à disposição, em relação às notícias externas, de acordo com sua proximidade em relação ao público”<sup>183</sup>. Como no exemplo abaixo:

**Repórter (Off):** “*O vigilante Leandro Oliveira Carvalho, 27 anos, foi preso nessa segunda-feira depois de ter sido reconhecido por duas mulheres. Leandro mora no Riacho Fundo I, mas procurava as vítimas à noite, na passagem subterrânea que fica entre a 104 e a 204 Sul*”.<sup>184</sup>

Percebe-se que o repórter não explicou se a quadra fica em Brasília ou outra cidade; se fica perto do centro ou em quadras periféricas. Deixa subentendido. Parte do pressuposto que todas as pessoas que assistem ao telejornal DFTV sabem que os endereços do plano piloto são divididos em Sul e Norte, quadras 100, 200, 300, 400, 500, 600, 700 e 900, de 1 a 16. Para Canclini<sup>185</sup>, estas reafirmações do território urbano é uma tentativa de se manter o sentido da cidade como expressão da sociedade local e buscar uma nova integração.

No trecho a seguir, também não é fornecido o nome da cidade para onde foram levadas as vítimas do acidente ocorrido na saída para Goiânia, fora dos limites do Distrito Federal. O repórter cita apenas o nome do hospital. Mas como no DF, o único Hospital de Base que existe está localizado no plano piloto, a informação não é apresentada para os telespectadores do DFTV.

---

<sup>183</sup> WOLF, 2003, op. cit., p. 203.

<sup>184</sup> VT Estuprador/ Categoria: criminalidade/ Plano Piloto. Terça-feira, dia 01/11/2005.

<sup>185</sup> CANCLINI, 1999, op. cit., p. 107.

**Repórter (Off):** “As duas crianças que estavam no carro foram levadas de helicóptero para o **Hospital de Base**. Vanessa Melquíades Quaresma Dias, de 6 anos, e Adriana Melquíades Braga, de 4 anos, tiveram traumatismo craniano e vão passar por cirurgia”.<sup>186</sup>

No outro discurso, percebemos que o repórter apenas menciona o nome do bairro, alvo da contaminação da água por benzeno, sem explicar a localização exata do fato. Durante a semana de novembro pesquisada, foram veiculadas 3 reportagens sobre o assunto, mas nenhuma explicou que o bairro Lago Oeste fica na região administrativa de Sobradinho.

**Repórter (Off):** “Os exames foram feitos por três laboratórios, a pedido da Secretaria de Meio Ambiente. O boletim divulgado nessa terça-feira diz que os resultados reforçam a avaliação técnica de que a contaminação no **Lago Oeste** é pontual, momentânea e tende a se exaurir”.<sup>187</sup>

É claro que os discursos televisivos não constituem um sistema fechado. São formados por um conjunto de significados, sustentados por valores nacionais e locais. Mesmo assim, Martín-Barbero observa que o bairro surge como o grande mediador entre o universo privado da casa e o mundo público da cidade, um espaço que se estrutura com base em certos tipos específicos de sociabilidade e, em última instância, de comunicação. “Lugar de reconhecimento, o bairro nos coloca na pista da especificidade de produção simbólica dos setores populares na cidade” (MÁRTIN-BARBERO, 2003, p. 286)<sup>188</sup>.

Logo, acredita-se que o uso do espaço público local se faz de uma maneira muita enraizada no telejornal local DFTV. O discurso jornalístico analisado nesse estudo “TV em Tela” evidenciou uma tendência a aproximar as distâncias como forma de envolvimento e pertencimento ao grupo de receptores.

---

<sup>186</sup> VT Acidente/ Categoria: trânsito/ Entorno. Terça-feira, dia 01/11/2005.

<sup>187</sup> VT Benzeno/ Categoria: saúde/ Sobradinho. Quarta-feira, dia 02/11/2005.

<sup>188</sup> MÁRTIN-BARBERO, 2003, op. cit., p. 286.

## Capítulo 4. Estudos de Recepção.

Os estudos de recepção no Brasil se intensificaram no meio da década de 90 e seguem a tradição de pesquisa latino-americana que se desenvolve a partir dos estudos culturais. Estudiosos brasileiros de recepção, como Ana Carolina Escosteguy, Nilda Jacks, Ondina Fachel Leal, entre outros, ampliam na produção acadêmica, especialmente no campo da comunicação, as reflexões e as investigações práticas de recepção midiática. O grupo de trabalho “Mídia e Recepção”<sup>189</sup> da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS, criado em 1995, é fruto do crescente interesse por esses estudos qualitativos e pelos debates sobre as práticas e o consumo culturais vivenciados na integridade do cotidiano.

Esta pesquisa também segue o enfoque da recepção televisiva e da abordagem interpretativa, a partir dos estudos culturais. Como introduz Martín-Barbero, acredita-se que o estudo de recepção não é uma corrente que observa o que fazem os meios com as pessoas, e sim, o que fazem as pessoas com elas mesmas e o que fazem com o meio, sua leitura<sup>190</sup>. O estudo de recepção resgata a iniciativa e a criatividade dos sujeitos; analisa o cotidiano para entender como acontece o consumo e a apropriação dos produtos, inclusive os simbólicos.

Para analisar a recepção do telejornal DFTV junto aos moradores do Distrito Federal, optou-se por reunir 3 grupos focais em 3 cidades e aplicar um entrevista em profundidade com 10 pessoas (jovens e adultos) em cada grupo, a fim de identificar as produções de sentido, as opiniões sobre o alvo da pesquisa, as formas de decodificação e interação e as experiências vivenciadas por estes grupos de receptores. Luciana de Sá Lazarini reforça que a recepção é entendida como uma atividade e não como algo passivo, um processo de negociação dos sentidos, um espaço de interação não só com as mensagens, mas com outros atores sociais. Opera-se, desta maneira, um deslocamento teórico-metodológico no qual as representações audiovisuais articulam-se com as mediações e as apropriações daquelas representações, uma vez que os campos da produção e da recepção se relacionam,

---

<sup>189</sup> Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/>. Acesso: 04/01/2006.

<sup>190</sup> MARTÍN-BARBERO, 1991, op. cit., p. 55.

com autonomia relativa. Sendo a recepção este lugar de produção e negociação dos significados, os receptores interpretados em seus contextos, deixam de ser considerados meros decodificadores dos significados que o emissor depositou na mensagem. Eles negociam os significados, podem dar novas interpretações e articulam tudo isso com sua vida cotidiana porque a experiência do receptor é um elemento significativo para a compreensão das apropriações das representações audiovisuais.

As interpretações daqueles que têm uma história de vida e um cotidiano articulados às problemáticas representadas contribuem para evidenciar como estes sujeitos reconhecem a maneira pela qual sua realidade é construída e remodelada a partir da forma como é representada e possibilitam à pesquisadora transcender os limites de sua experiência e leitura pessoal (LAZARINI, 2004, p. 69) <sup>191</sup>.

Considera-se que as pessoas não “lêem” o mesmo telejornal da mesma forma. O sentido não está determinado exclusivamente no momento da produção dos bens simbólicos, mas compreende também o processo de recepção, com as interferências das práticas cotidianas. Cada um lê de acordo com os seus valores e ideologias. Não existe uma leitura preferencial, um significado único e correto, carregado de ideologias pré-construídas. Tampouco as interpretações dos receptores coincidem inteiramente com o sentido proposto pelo emissor. Os estudiosos culturais acreditam na pluralidade cultural e usam o termo polissemia para descrever os múltiplos significados disponíveis em qualquer mensagem veiculada pela televisão. Os receptores constroem e reconstróem os significados a partir de suas práticas sociais e culturais.

A recepção é um processo ativo e potencialmente crítico, em que as pessoas estão constantemente envolvidas, num esforço para compreender e dar sentido às mensagens que recebem, para avaliá-las, relacionar-se com elas e partilhá-las com outros. Um ato de produção de sentido.

A idéia de que os receptores são espectadores passivos, esponjas inertes que simplesmente absorvem o material jogado sobre eles, é um mito enganador que não condiz com o caráter real de apropriação, como um processo contínuo de interpretação e incorporação (THOMPSON, 1995, p. 409) <sup>192</sup>.

---

<sup>191</sup> LAZARINI, Luciana de Sá. *Anjos e Deuses Suburbanos - Um Estudo de Recepção dos Filmes Cidade de Deus e Como Nascem os Anjos*. Brasília, 2004, 153 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Unb. p. 69.

<sup>192</sup> THOMPSON, 1995, op. cit., p. 409.

As diversas decodificações possíveis de um determinado texto estão sempre relacionadas à experiência das audiências. A cultura e a posição no sistema social do receptor são importantes para que a mensagem seja recebida e entendida e influenciam os modos pelos quais o receptor interpreta as informações. A recepção dos produtos midiáticos é atravessada pelos padrões culturais que formam a identidade, que acaba por configurar sua leitura/apropriação. A comunicação depende muito mais da capacidade de apropriação, isto é, da ativação da competência cultural das comunidades do que da quantidade de informações. As mensagens são recebidas por pessoas que estão situadas dentro de circunstâncias sócio-históricas específicas e que empregam seus recursos disponíveis a fim de compreendê-las.

Se compreendidos os aspectos sociais sobre a pluralidade da vida social, ao mesmo tempo, que sua fragmentação cultural, pode-se entender a recepção televisiva como componente da busca de pertencimento a um comum social, igualmente plural, fragmentado e conflitivo. Nessa perspectiva ampliam-se as condições de se entender como, mais do que uma relação indivíduo – TV, está em jogo um modo de se compreender a sociedade e de visualizá-la naquilo que ela representa como mediação da vida contemporânea (SOUSA, 2004, p. 6 -15) <sup>193</sup>.

Os telespectadores extraem, julgam e avaliam as mensagens transmitidas pela televisão, negociam ativamente os significados ao decodificar o texto e incorporam as mensagens na sua vida cotidiana. Cashmore completa: “assistir TV aumenta a amplitude de nossa experiência e nos expõe a imagens que nos ajudam a formar impressões sobre o mundo. A televisão é uma fonte de novidade, mudança, excitação e prazer infinitos” <sup>194</sup>. No Brasil, os meios de comunicação contribuem para a reorganização da cultura. A televisão, especialmente, representa o modo de ser, os laços sociais, as identidades, os discursos da sociedade. Torna-se o cenário cotidiano.

A perspectiva neste caso é observar o consumo cultural: as diversas formas como os membros de cada grupo se apropriam e dão significados às mensagens heterogêneas disponíveis no telejornal.

---

<sup>193</sup> SOUSA, Mauro Wilton. *Recepção Televisiva: Mediações Contextuais*. Revista USP, São Paulo, n.º. 61, p. 6 – 15, mai/2004.

<sup>194</sup> CASHMORE, 1998, op. cit., p. 13.

O modo como decodifica a mensagem é determinado em parte por suas atitudes para consigo mesmo, para com a fonte e para com o conteúdo da mensagem (...) Se o receptor não conhecer o código, não entenderá a mensagem. Se nada sabe sobre o conteúdo da mensagem, provavelmente também não poderá entendê-la. Se não compreender a natureza do processo de comunicação em si, são grandes as perspectivas de que entenda mal as mensagens, tire conclusões incorretas sobre os objetivos ou intenções da fonte, falhe na consecução do que pode ser do seu próprio interesse (BERLO, 1999, p. 52 - 53)<sup>195</sup>.

Portanto, para entender como o receptor decodifica uma mensagem é preciso considerar que cada um constrói um significado possível, um dentre muitos significados; dá uma interpretação ao que está representado e usa das experiências e do contexto cotidiano para entender e avaliar as informações. Se as experiências individuais são diversificadas, acredita-se que a recepção é diferenciada e resulta de uma interação constante entre os telespectadores e as informações mostradas na televisão. Mesmo assistindo as mesmas mensagens, não existe uma interpretação obrigatória, uma leitura simples e unívoca. A reação do público diante de uma notícia vai depender do grau de informação deste público.

As mediações dos receptores são diferentes e a recepção é pessoal e única. Contudo, não descartamos que alguns grupos com características próximas podem sim ter mediações semelhantes e compartilhar representações simbólicas parecidas.

Neste estudo, analisou-se o processo de produção das informações e o conteúdo do telejornal (transmitido igualmente para todos os receptores) para seguir na busca da compreensão dos mecanismos de interação, aceitação e pertencimento dos entrevistados frente às representações audiovisuais apresentadas: as reportagens do DFTV 1ª edição.

---

<sup>195</sup> BERLO, David Kenneth. *O Processo de Comunicação: Introdução à Teoria e à Prática*. São Paulo: Martins Fontes, 1999. p. 52 - 53.

## 4.1. Lugares de recepção e perfil dos grupos participantes

As três cidades escolhidas foram: Brasília, Taguatinga e Santa Maria. Para isso, considerou-se fundamental descrever algumas características das cidades analisadas como parte da diferenciação da audiência do telejornal. Os dados são da última Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios, a PDAD, da CODEPLAN <sup>196</sup>, referentes a 2004.

De acordo com a CODEPLAN, a PDAD teve como objetivo coletar informações socioeconômicas da população urbana residente no Distrito Federal nos aspectos referentes ao perfil, dinâmica populacional, características do domicílio, trabalho e rendimento, entre outros. Os dados são indicadores de qualidade de vida. Foram pesquisados 20 mil domicílios distribuídos nas 26 regiões administrativas, sorteados por meio do cadastro de consumidores de energia elétrica fornecido pela Companhia Energética de Brasília – CEB. A pesquisa de campo foi feita por 50 pesquisadores durante três meses.

### - População e emprego:

Brasília – 198.906 habitantes, com 7,1% desempregados,  
Taguatinga – 223.452 habitantes, com 16,7% desempregados,  
Santa Maria – 89.721 habitantes, com 25,7% desempregados;

### - Distribuição de renda domiciliar:

Brasília – R\$ 5.026,00 por mês,  
Taguatinga – R\$ 2.493,00 por mês,  
Santa Maria – R\$ 962,00 por mês;

### - Renda *per capita*:

Brasília – R\$ 1.770,00,  
Taguatinga – R\$ 661,00,  
Santa Maria – R\$ 244,00;

---

<sup>196</sup> A Companhia do Desenvolvimento do Planalto Central - CODEPLAN foi criada em 1964, pela Lei nº. 4545, de 10.12.64. É uma empresa pública, que integra a Administração Indireta do Governo do Distrito Federal, com vínculo à Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação. A pesquisa, PDAP, é o primeiro levantamento periódico sobre a realidade socioeconômica da população urbana residente nas regiões administrativas do Distrito Federal. Disponível em: (<http://www.codeplan.df.gov.br/>). Acesso: 10/08/2005.

- Percentual de chefes de família migrantes (com 5 anos ou menos no DF):

Brasília – 13,8%,

Taguatinga – 6,9%,

Santa Maria – 3,2%;

- Idade média dos chefes de família:

Brasília – 45 anos,

Taguatinga – 48,3 anos,

Santa Maria – 43,4 anos;

- Idade média da população:

Brasília – 34,1 anos,

Taguatinga – 31,2 anos,

Santa Maria – 26,9 anos;

- Caracterização dos domicílios urbanos, segundo a infra-estrutura:

Brasília – 70.948 domicílios, sendo:

99,9% dos domicílios com abastecimento de água,

100% com coleta de lixo,

99,2% têm asfalto na porta de casa,

98,9% têm iluminação pública;

Taguatinga – 59.271 domicílios, sendo:

84,4% dos domicílios com abastecimento de água,

95,5% com coleta de lixo,

88,6% têm asfalto na porta de casa,

96,6% têm iluminação pública;

Santa Maria – 22.720 domicílios, sendo:

99% dos domicílios com abastecimento de água,

99,5% com coleta de lixo,

94,5% têm asfalto na porta de casa,

95,8% têm iluminação pública;

- Caracterização dos domicílios urbanos, segundo a posse de bens e serviços:

Brasília – 67,7% das casas têm microcomputador,  
59,8% têm internet,  
92,8% têm telefone celular;

Taguatinga – 40,1% das casas têm microcomputador,  
25,6% têm internet,  
84,3% têm telefone celular;

Santa Maria – 6,8% das casas têm microcomputador,  
2,0% têm internet,  
50% têm telefone celular.

Para a qualidade, a eficácia e a validade deste estudo de recepção, fez-se necessária a escolha de grupo focais com características fundamentais: grupos heterogêneos, formados por homens e mulheres de todas as idades, raça, religião, profissão e classe social.

Em dezembro de 2004, a pesquisadora estabeleceu contato com membros do Rotary Club<sup>197</sup> nas 3 cidades escolhidas para compor a pesquisa. A associação serviu como difusora do convite da pesquisa aos moradores da região. Os membros do Rotary foram os multiplicadores da intenção da pesquisa junto a comunidade. A divulgação desse estudo na rede do Rotary Club possibilitou uma boa propagação da pesquisa. Moradores de diferentes quadras residenciais, obedecendo os critérios de heterogeneidade da amostra, dentro das características exigidas, procuraram o contato dos mediadores da pesquisa. Os parâmetros definidos na metodologia foram: intencionalidade e localização (os entrevistados devem ser morador da região administrativa e assistirem com frequência o telejornal DFTV).

Os interessados foram convidados a compôr os grupos. Cada entrevistado se comprometeu a expor opiniões particulares sobre como percebem o telejornal DFTV. A única exigência dos participantes foi a exclusão, na impressão final da pesquisa, do nome completo

---

<sup>197</sup> O Rotary Club é uma associação de clubes dedicada à prestação de serviços a comunidade, com 30 mil e 600 grupos espalhados em 165 países e no Brasil. O Brasil encontra-se em terceiro lugar em número de clubes e quinto em número de sócios. É um clube social, sem vínculos religiosos, formado por representantes da comunidade. Uma organização não-governamental, sem filiação partidária e sem fins lucrativos. O Rotary Club é uma rede de contatos que reúne profissionais de diferentes ramos que se ajudam uns aos outros. Os sócios se reúnem semanalmente para ouvir palestras e discutir temas variados de interesse coletivo.

e do local de trabalho, para que a privacidade fosse mantida. O acordo foi fechado e os entrevistados foram descritos apenas pelo primeiro nome, idade e profissão.

Houve o cuidado de incluir também jovens até 18 anos em cada grupo focal como representantes de uma faixa significativa de receptores do DFTV (15% dos telespectadores são jovens de 12 a 18 anos, segundo dados do Ibope).

O estudo foi realizado com um número limitado de pessoas: 10 pessoas em cada grupo. Os entrevistados foram reunidos em Brasília (plano piloto), Taguatinga e Santa Maria. O trabalho se pautou pela busca da fluidez da comunicação, por uma maior interação e, conseqüentemente, por um aproveitamento amplo, válido e qualitativo das respostas obtidas.

Os contatos foram feitos ao longo do ano de 2005. Em outubro de 2005, os selecionados foram avisados por telefone do início das entrevistas e comunicados que a pesquisa estava centrada nas edições do telejornal DFTV da primeira semana de novembro. Desta forma, os entrevistados puderam se antecipar e prestar mais atenção nas matérias divulgadas nesta semana escolhida.

Na primeira etapa, o grupo de Brasília se reuniu no dia 12 de novembro de 2005 (sábado), o grupo de Taguatinga no dia 13 de novembro de 2005 (domingo) e grupo de Santa Maria no dia 19 de novembro de 2005 (sábado). Foi feito um levantamento das características gerais dos participantes com a aplicação do questionário já mencionado. Não houve qualquer tipo de remuneração para os entrevistados da pesquisa. O primeiro encontro durou quase 30 minutos. Apenas a apresentação do grupo e dos mediadores e uma explicação geral sobre o telejornal DFTV 1ª edição. A finalidade desse tratamento é situar os participantes em um quadro com o mínimo de dados que lhes possibilitem a movimentação no tema, ainda que não tenham experiência nesta área.

Com os candidatos selecionados e identificados, foi possível compor cada grupo focal. As informações estão descritas a seguir, junto com as características das cidades-alvo da pesquisa.

#### 4.1.1. Brasília

Brasília <sup>198</sup>, a capital do País, foi planejada e inaugurada em 21 de abril de 1960, pelo presidente da república Juscelino Kubitschek. Aqui, fica a sede dos três poderes da República: Executivo, Legislativo e Judiciário, sendo a sede da administração do Governo Federal. É no plano piloto que fica também a sede do governo do DF e a sede da Câmara Legislativa, com 24 deputados distritais.

Brasília é formada pela Asa Norte, Asa Sul, Lagos Sul e norte, Park Way, Sudoeste, Setor Militar Urbano, Eixo Monumental, Esplanada dos Ministérios, Setor de Embaixadas Sul e Norte, Vila Planalto e Granja do Torto. Tem 472 quilômetros quadrados e ocupa 8,1% da área total do Distrito Federal. A área do plano piloto é delimitada a leste pela orla do Lago Paranoá, a oeste pelas cidades de Águas Claras e Vicente Pires, ao sul pelas cidades Varjão e Paranoá e ao norte pela Água Mineral.

O plano piloto tem, hoje, toda a infra-estrutura pronta: escolas, hospitais, transporte público, pavimentação, saneamento básico, coleta de lixo, iluminação pública e fornecimento de água. A urbanização foi planejada: ruas, quadras, calçadas, passarelas subterrâneas, áreas verdes, jardins, fontes, praças e parques. Em 1987, Brasília foi declarada pela UNESCO como patrimônio histórico e cultural da humanidade e se tornou o único monumento arquitetônico com menos de cem anos a receber este título. No centro, estão concentrados os principais prédios culturais e turísticos, como: Centro de Convenções, Memorial JK, Museu do Índio, Catedral, Torre de TV, Teatro Nacional, entre outros.

A população é de 198 mil habitantes. É importante destacar que parte significativa dos moradores é originária de diversos estados e municípios brasileiros, possuindo culturas, costumes, educação e hábitos diferenciados.

Dos 10 participantes escolhidos para compor o grupo do Plano Piloto, 3 nasceram em outros estados. Ricardo no Rio de Janeiro, Renato em São Paulo e Neusa no Piauí.

---

<sup>198</sup> História de Brasília. Disponível em: <http://www.brasilia.df.gov.br/>. Acesso: 20/11/2005.

**Tabela 1 – Características do grupo participante**

<b>Brasília Participantes</b>	<b>Idade</b>	<b>Onde mora</b>	<b>Escolaridade</b>	<b>Profissão</b>
Camila	18	Asa Norte	Ensino Médio	Estudante
Juliana	20	Asa Norte	Superior Incompleto	Universitária - Estagiária
Adriana	28	Asa Sul	Pós Graduação	Assessora de Imprensa
Patrícia	29	Park Way	Superior Completo	Administradora
Adriana N.	30	Asa Sul	Superior Completo	Pedagoga
Ricardo	31	Lago Sul	Pós Graduação	Representante Comercial
Renato	31	Lago Sul	Mestrado	Gerente de Informática
André	32	Asa Sul	Pós Graduação	Advogado
Paulo	34	Park Way	Superior Completo	Administrador de Empresa
Neusa	56	Asa Sul	Superior Completo	Aposentada

**Tabela 2 – Hábitos em relação do telejornal DFTV**

<b>Brasília Participantes</b>	<b>Nº de TVs em casa</b>	<b>Assiste o DFTV?</b>	<b>Com que frequência?</b>	<b>Onde assiste?</b>
Camila	2 - sala e quarto	Sim	Todos os dias	casa
Juliana	2 - sala e quarto	Sim	2 ou 3 vezes p/semana	casa
Adriana	5 - sala, quartos e cozinha	Sim	4 ou 5 vezes p/semana	casa e trabalho
Patrícia	5 - sala, quartos e cozinha	Sim	2 ou 3 vezes p/semana	casa
Adriana N.	2 - sala e quarto	Sim	4 ou 5 vezes p/semana	casa
Ricardo	2 - sala e quarto	Sim	4 ou 5 vezes p/semana	casa e rua
Renato	2 - sala e quarto	Sim	Todos os dias	casa
André	2 - sala e quarto	Sim	2 ou 3 vezes p/semana	casa
Paulo	4 - sala e quartos	Sim	1 dia na semana	rua
Neusa	4 - sala, quartos e cozinha	Sim	4 ou 5 vezes p/semana	casa

**Tabela 3 – Renda familiar do grupo participante**

<b>Brasília Participantes</b>	<b>Renda Mensal</b>	<b>Sustenta quantas pessoas?</b>
Camila	Não trabalha, apenas estuda	
Juliana	entre R\$ 1.000,00 e 2.000,00	1 pessoa
Adriana	entre R\$ 1.000,00 e 2.000,00	1 pessoa
Patrícia	entre R\$ 2.000,00 e 4.000,00	1 pessoa
Adriana N.	acima de R\$ 4.000,00	1 pessoa
Ricardo	entre R\$ 2.000,00 e 4.000,00	2 pessoas
Renato	acima de R\$ 4.000,00	1 pessoa
André	acima de R\$ 4.000,00	2 pessoas
Paulo	acima de R\$ 4.000,00	5 pessoas
Neusa	entre R\$ 2.000,00 e 4.000,00	4 pessoas

*Fonte: o autor*

André, que já participou do grupo de leitores do Correio Braziliense, se ofereceu para ser o mediador. Ele se mostrou no dia de inscrição uma pessoa bastante articulada e interessada na pesquisa. Demonstrou ter características que facilitam a comunicação. André expõe a opinião com clareza, sem timidez, cita exemplos, gosta de falar o que pensa e busca a crítica dos colegas.

A pesquisadora explicou ao mediador aspectos da metodologia da pesquisa com grupos focais, fez um resumo do telejornal DFTV e entregou uma lista com as perguntas que deveriam ser feitas, na ordem, aos outros membros do grupo. As recomendações foram: André tinha de ler as perguntas e passar o microfone. Deveria sentar-se numa cadeira posicionada no meio do grupo e evitar ser o primeiro a responder, para não intimidar os outros entrevistados. Caso o assunto comentado fugisse do tema proposto ou da pergunta feita, o mediador deveria pedir o microfone e retomar o diálogo.

No primeiro encontro do grupo do plano piloto, os membros assistiram 3 edições do telejornal DFTV 1ª edição (segunda-feira, terça-feira e quarta-feira). Somente, depois da veiculação das reportagens, o gravador foi ligado.

Para que o grupo se conhecesse, cada um se apresentou e explicou como assiste o DFTV. As primeiras respostas foram curtas. Percebe-se certo nervosismo dos entrevistados.

**Camila, 18 anos**– “Eu assisto o DFTV quando eu estou em casa, praticamente todos os dias, porque é horário de almoço e está todo mundo em casa. Eu vou e assisto para ver as notícias do dia sobre a cidade”.

**Juliana, 20 anos**– “Não assisto todo dia, assisto uma ou duas vezes por semana porque eu chego do almoço, de vez em quando, tarde do trabalho, né! Vou almoçar. Assisto em casa, enquanto almoço”.

**Adriana, 28 anos** – “Eu assisto o DF, quase todos os dias, principalmente lá no meu trabalho, que eu trabalho até 1 hora. E quando não, assisto em casa também. Assisto para me manter informada, assim como todos os jornais locais da Globo”.

**Patrícia, 29 anos** – “Assisto também na hora do almoço, almoçando, família reunida, amigos em casa. E a gente assiste para saber o que está acontecendo na nossa comunidade. Saber o que está rolando”.

**Adriana N., 30 anos** – “Sempre eu assisto meio dia, que normalmente eu estou em casa almoçando. Assisto porque acho interessante saber o que está acontecendo na nossa cidade porque por mais que a gente olhe um jornal, ou entre na internet nunca você fica sabendo de um show em cima da hora, de um teatro, de uma coisa”.

**Ricardo, 31 anos** – “Eu assisto o DFTV todos os dias. Tem sempre uma televisão ligada na hora do almoço”.

**Renato, 31 anos** – “Eu assisto o jornal se, eventualmente, durante o almoço tiver uma televisão no restaurante, mas eu gosto muito de assistir na hora do almoço. Em casa, é sempre que chego. Em casa assisto o jornal. A não ser que chegue depois”.

**André, 32 anos** – “Eu assisto o DFTV duas vezes por semana, coincidentemente no dia que a faxineira vai na minha casa porque, neste dia, eu almoço em casa (**risos**). Geralmente, eu assisto na hora do almoço para ter uma noção do que está acontecendo”.

**Paulo, 34 anos** – “Eu assisto o DFTV, normalmente, no horário do almoço, quando eu estou almoçando na rua, quando no restaurante tem a televisão, na praça de alimentação tem a televisão e eu fico vendo as notícias. É o único momento que eu tenho assim para estar me atualizando”.

**Neusa, 56 anos** – “Sou aposentada há 1 ano. Agora, eu assisto o DFTV normalmente ao meio dia ou meio dia e quinze, é o horário que ele começa. E eu estou geralmente na cozinha preparando as refeições (**risos**).

A partir da segunda pergunta, o grupo mostrou-se mais seguro com o tema. O mediador relatou que os participantes confirmaram que o telejornal faz parte do cotidiano. Há semelhanças nos motivos que os levam a assistir freqüentemente o telejornal. Nesta interação, o grupo se soltou. Percebe-se que as respostas seguintes foram maiores, com debates e discussões.

A pesquisadora alertou ao mediador André que, se algum tema fosse bastante discutido e gerasse um interesse maior, ele poderia abordar o assunto, usando a método da associação livre (pede-se para os entrevistados comentarem sobre um tópico específico e as opiniões são gravadas).

Verifica-se nas respostas que o tema predominante do primeiro encontro foi a parte cultural do telejornal. Coincidentemente ou não, o último DFTV 1ª edição que eles assistiram foi o de quarta-feira. O telejornal do dia 02/11/2005 teve uma agenda cultura, um link de exposição, um link com música nordestina e ainda uma reportagem sobre o show da Xuxa. A quantidade de matérias classificadas como culturais pode ter sido o acionador que influenciou na preponderância da questão (vamos analisar com mais profundidade as respostas no capítulo 5).

A última reunião gravada com o grupo de Brasília começou de maneira diferente para obter atenção maior dos participantes. As primeiras perguntas abordaram temas leves e gerais, opiniões pessoais sobre os apresentadores, repórteres e sobre o telejornal. O objetivo foi criar um clima de descontração, desinibir os entrevistados para que eles falassem mais. Como o grupo já se conhecia, esta familiaridade gerou uma interação. Pelas respostas, os entrevistados mostraram-se à vontade com a pesquisa, com o telejornal DFTV e com as perguntas finais (as mais elaboradas).

#### 4.1.2. Taguatinga

A cidade de Taguatinga<sup>199</sup> foi a primeira oficialmente criada com o propósito de por fim aos aglomerados humanos denominados "invasões" que estavam sendo formados na área urbana de Brasília. Foi implantada em 05 de junho de 1958, em terras do município de Luziânia - Goiás, na Fazenda Taguatinga, a oeste de Brasília. Inicialmente foi chamada de "Vila Sarah Kubitschek", logo depois "Santa Cruz de Taguatinga" e por último, escolhido o nome "Taguatinga".

O então presidente da época, Juscelino Kubitschek, já tinha planejado a construção de outra cidade por causa da superlotação da Cidade Livre (Núcleo Bandeirante). Mas esse projeto era para 10 anos depois da inauguração de capital. Com a construção de Brasília e com a expectativa de futuros postos de trabalho, milhares de pessoas viajaram pra região. Sem ter onde ficar, acamparam na beira da estrada.

Taguatinga surgiu, emergencialmente, numa área pequena (referente hoje as quadras QNA, QNB e QNC) com 4 mil lotes com casas edificadas em madeira para atender pouco mais de 6 mil invasores.

Hoje, são 223 mil habitantes, 59.271 domicílios numa área total de 121 quilômetros quadrados. Taguatinga faz divisa ao norte com as regiões administrativas de Brasília e Brazlândia, ao sul com a do Riacho Fundo, a leste com as do Guará e Núcleo Bandeirante e a oeste com as de Ceilândia e Samambaia. Fica a 21 quilômetros de distância do Plano Piloto.

No dia da inscrição, um assunto foi bastante discutido. Três participantes escreveram no questionário que moram em Brasília, e não em Taguatinga, cidade onde os 3 têm residência fixa. A pesquisadora avisou que os grupos focais deveriam ser compostos exclusivamente por habitantes da cidade-satélite. Neste momento, os entrevistados explicaram que existe certo preconceito por parte dos próprios moradores de afirmar que moram em Taguatinga. Os questionários foram corrigidos e ficou acordado que o assunto seria explorado nas reuniões.

---

<sup>199</sup> História de Taguatinga. Disponível em: <http://www.taguatinga.df.gov.br/>. Acesso: 20/11/2005.

Este grupo teve a participação de um décimo primeiro integrante. A mediadora do grupo foi uma psicóloga convidada, Andréa Lara <sup>200</sup>, que atualmente desenvolve o estudo “As Representações de Mulheres na Publicidade Automobilística Brasileira” no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. Ela conduziu as entrevistas, sem expor sua opinião.

**Tabela 1 – Características do grupo participante**

<b>Taguatinga Participantes</b>	<b>Idade</b>	<b>Onde mora</b>	<b>Escolaridade</b>	<b>Profissão</b>
Wesley	17	Tag. Sul	Ensino Médio	Comerciário
Fernanda	26	Tag. Norte	Pós-Graduação	Funcionária Pública
Andréa	27	Pistão	Superior Incompleto	Auxiliar Administrativo
Elias	27	Tag. Norte	Pós-Graduação	Contador
Cristiane	30	Tag. Sul	Superior Completo	Advogada
Michel	30	Tag. Sul	Superior Incompleto	Desempregado
Vinicius	30	Tag. Sul	Médio Completo	Autônomo
Dalmo	33	Tag. Sul	Médio Completo	Cozinheiro
Greiciane	37	Tag. Norte	Superior Completo	Professora
Pedro	40	Tag. Sul	Médio Completo	Autônomo

**Tabela 2 – Hábitos em relação do telejornal DFTV**

<b>Taguatinga Participantes</b>	<b>Nº de TVs em casa</b>	<b>Assiste o DFTV?</b>	<b>Com que frequência?</b>
Wesley	2 - sala e quarto	Sim	1 dia na semana
Fernanda	4 - sala, quartos e cozinha	Sim	4 ou 5 vezes p/semana
Andréa	3 - sala e quartos	Sim	2 ou 3 vezes p/semana
Elias	3 - sala e quartos	Sim	Todos os dias
Cristiane	3 - sala e quartos	Sim	1 dia na semana
Michel	1 - sala	Sim	1 dia na semana
Vinicius	2 - sala e quarto	Sim	2 ou 3 vezes p/semana
Dalmo	1 - sala	Sim	2 ou 3 vezes p/semana
Greiciane	2 - sala e quarto	Sim	2 ou 3 vezes p/semana
Pedro	2 - sala e quarto	Sim	2 ou 3 vezes p/semana

<sup>200</sup> A psicóloga Andréa Lara foi uma colabora muito importante para o início das reuniões com os grupos focais. Ela forneceu material teórico sobre entrevistas com grupos focais, que embasou a preparação da lista de perguntas, da ordem correta e da maneira de expor os assuntos pertinentes, no sentido de buscar uma interação e coesão maior dos participantes. As dicas foram seguidas no desenvolvimento do trabalho.

**Tabela 3 – Renda familiar do grupo participante**

<b>Participantes</b>	<b>Renda Mensal</b>	<b>Sustenta quantas pessoas?</b>
Wesley	até R\$ 500,00	1 pessoa
Fernanda	entre R\$ 1.000,00 e 2.000,00	1 pessoa
Andréa	acima de R\$ 4.000,00	4 pessoas
Elias	acima de R\$ 4.000,00	3 pessoas
Cristiane	acima de R\$ 4.000,00	3 pessoas
Michel	entre R\$ 1.000,00 e 2.000,00	2 pessoas
Vinicius	entre R\$ 2.000,00 e 4.000,00	4 pessoas
Dalmo	entre R\$ 1.000,00 e 2.000,00	2 pessoas
Greiciane	entre R\$ 2.000,00 e 4.000,00	2 pessoas
Pedro	entre R\$ 1.000,00 e 2.000,00	3 pessoas

*Fonte: o autor*

No primeiro encontro, a psicóloga entregou a cada um dos 10 participantes, o material das reuniões: crachás, pranchetas, lápis, canetas e borrachas. Como abertura, o grupo foi convidado a explicar o modo como assistem o DFTV, a frequência e porque assistem. Os entrevistados de Taguatinga também se mostraram acanhados com o início dos trabalhos. Houve uma demora para que o primeiro resolvesse responder à pergunta e puxar o grupo.

**Wesley** – “Eu assisto o DFTV, uma vez por semana, por coincidência. Às vezes, está passando e eu assisto”.

**Fernanda** – “Eu não tenho frequência para assistir o DFTV porque no horário que passa eu estou no trabalho. Quando eu assisto, quando eu estou em casa durante a semana ou no final de semana, eu assisto procurando alguma reportagem que fala sobre a minha cidade, principalmente sobre a questão política que é a que mais me interessa”.

**Andréa** – “Eu assisto o DFTV quase que diariamente porque nesse horário estou sempre em casa. Vou almoçar. Sempre assisto e ligo exclusivamente para assistir o DFTV”.

**Cristiane** – “Eu assisto meio que por falta de opção de noticiários locais. É uma opção que a gente tem para saber o que está acontecendo na cidade”.

**Michel** – “Às vezes, eu estou almoçando, tem algum local que tá passando. Às vezes, tem alguma matéria que me chama atenção, eu dou uma olhadinha, mas pra pegar e assisti; costume de assistir o jornal todo, eu não tenho”.

**Elias** – “Eu assisto o DFTV primeira edição no meu trabalho. Como eu não tenho como assistir, eu sempre vejo o jornal via internet. Eu costumo sempre buscar os dias anteriores, em que eu não tive como ver, em casa, enfim, pela televisão. È pelo motivo realmente de estar sabendo o que acontece na cidade. Eu tenho a curiosidade, eu gosto muito de um jornal, seja ele escrito, ou televisão ou rádio. Eu vejo mesmo porque eu gosto. Entro na internet, busco o que está disponível em vídeo, leio o que não está disponível em vídeo, sempre nos dias anteriores”.

**Vinicius** – “Eu assisto geralmente na hora do almoço. Um 2 e 3 vezes por semana”.

**Dalmo** – “Eu assisto quase todos os dias, de 2 a 4 vezes por semana. Mais no final de semana para saber dos eventos culturais que o DFTV publica. Tipo assim. Ele dá oportunidade para a gente conhecer as coisas que estão passando na cidade. Culturalmente, eu acho muito bom essas matérias. As outras também são muito interessantes”.

**Greiciane** – “Assisto de 2 a 3 vezes por semana porque é o horário que eu saio para trabalhar. Mas sempre que tenho oportunidade eu assisto porque eu gosto de estar interada nas notícias que acontecem na cidade”.

**Pedro** – “Eu assisto o DFTV quando estou almoçando. Eu sirvo meu prato e ligo a TV. Quando estou na rua, assisto só o jornal que passa de noite”.

A psicóloga, então, sugeriu que o grupo assistisse as três edições do telejornal DFTV 1ª edição (segunda-feira, terça-feira e quarta-feira), enquanto lanchavam. A medida deixou os entrevistados mais à vontade. Durante a exibição do telejornal, muitos conversaram sobre as reportagens e escreveram trechos importantes na prancheta para serem discutidos no final.

A importância do telejornal e sua função educadora e construtora de uma sociedade foram os assuntos que prevaleceram nas discussões. De acordo com a mediadora, as reportagens sobre política, criminalidade ou com aspectos negativos de todas as cidades foram as que chamaram mais atenção.

Diferentemente do grupo do plano piloto, o tema cultura não foi abordado com entusiasmo. Para que o grupo não ficasse de fora da análise sobre a parte cultural divulgada no telejornal, a psicóloga avisou que o tema foi debatido nos outros 2 grupos e pediu a opinião dos receptores de Taguatinga. O assunto foi o último da primeira reunião e, mesmo assim, não levantou tanto interesse. As respostas foram concisas.

O segundo encontro gravado se mostrou mais produtivo. Ressalta-se aqui, novamente, que a familiaridade do grupo ajudou a dar mais liberdade e confiança para os participantes. Os 10 entrevistados assistiram as últimas três edições do telejornal DFTV 1ª edição (quinta-feira, sexta-feira e sábado) conversando e anotando pontos importantes. Sem saber a ordem das perguntas, o próprio grupo sugeriu falar sobre os apresentadores e repórteres. Durante a exibição do telejornal, os comentários dos entrevistados de Taguatinga giraram em torno de características pessoais e profissionais dos jornalistas: jeito, estilo, imparcialidade e isenção ao divulgar as notícias. A psicóloga aproveitou o assunto, que faz parte dos objetivos do estudo, e sugeriu que o grupo manifestasse sua opinião.

Desta forma, as respostas se tornaram completas e carregadas de impressões subjetivas. O tema foi empolgante e ajudou a dar ritmo às entrevistas. No questionamento da definição do telejornal DFTV, se ele é local ou comunitário, os 10 participantes tiveram a mesma opinião. Descreveram o telejornal como local e explicaram os motivos. Nenhum considerou o DFTV como telejornal comunitário, preocupado e pautado pelos anseios da comunidade. Percebe-se um distanciamento do público receptor de Taguatinga com as matérias veiculadas no telejornal diário da TV Globo. O grupo voltou a manifestar que a emissora manipula e interfere nas notícias e que os apresentadores e repórteres são opinativos e parciais.

O grupo de Taguatinga ultrapassou o tempo estipulado para o encontro e continuou conversando no fim dos trabalhos, mesmo com o microfone desligado.

### 4.1.3. Santa Maria

A cidade de Santa Maria<sup>201</sup> foi criada em 10 de fevereiro de 1993 e ocupa uma área de 216 quilômetros quadrados. Está rodeada por dois rios principais: o Ribeirão Alagado e o Santa Maria, que dá nome à cidade. Foi uma cidade planejada pela Secretaria de Habitação para suprir a necessidade de moradia de baixa renda no DF, cada vez mais crescente.

Pra lá, foram transferidos moradores que ocupavam os primeiros lugares da lista de espera do programa de assentamento da Secretaria de Habitação e invasões de ocupações irregulares no Gama. Os moradores receberam apenas lotes semi-urbanizados, ou seja, sem casa construída, com apenas o terreno limpo de marcado.

A cidade é composta de 71 quadras residências, 6 mistas e 25 comerciais. Tem, atualmente, uma população de cerca de 90 mil habitantes em 22.720 domicílios. Mas Santa Maria ainda é uma cidade com possibilidade de crescer. Tem áreas livres, que futuramente serão usadas para criação de novas quadras, possibilitando um total de 170.000 habitantes. A cidade não tem hospital próprio; o número de escolas é insuficiente; e a urbanização e a infra-estrutura não estão completas, caracterizando-se por uma forte dependência externa.

Situa-se entre a DF-290 a oeste e a BR-040 a leste, tendo como localidades mais próximas o Gama e a Vila DVO no Distrito Federal e o Novo Gama, Pedregal, Jardim Ingá e Céu Azul no estado de Goiás (cidades que fazem parte do entorno do DF). Localiza-se a 28 quilômetros do plano piloto de Brasília.

Dos 10 participantes escolhidos, foram incluídos 2 moradores do Gama (cidade-satélite próxima) porque eles trabalham em Santa Maria e vivem a rotina da cidade. Antônio é cobrador de ônibus coletivo que faz a rota Santa Maria/Plano Piloto. Adelma, esposa de Antônio, é ambulante no terminal de ônibus de Santa Maria. Apenas 3 entrevistados nasceram em outras cidades: Antônio e Adelma, no interior de Goiás, e Edival (pioneiro em Brasília), no Ceará.

---

<sup>201</sup> História de Santa Maria. Disponível em: <http://www.santamaria.df.gov.br/>. Acesso: 20/11/2005.

Pelo fato de Santa Maria ser uma cidade nova no DF (tem apenas 12 anos), os entrevistados informaram foram morar na cidade-satélite não por opção, mas sim por necessidade. Os adultos receberam lote, dado pelo governo ou financiado através de cooperativas habitacionais.

**Tabela 1 – Características do grupo participante**

<b>Santa Maria Participantes</b>	<b>Idade</b>	<b>Onde mora</b>	<b>Escolaridade</b>	<b>Profissão</b>
Andréa	16	Quadra 209	Médio Incompleto	Estudante
Wanderson	17	Quadra 309	Médio Incompleto	Auditor/ Comerciarío
Daiane	17	Quadra 302	Médio Incompleto	Estudante
Suême	17	Quadra 308	Médio Incompleto	Estudante
Andréia O.	18	Quadra 304	Ensino Médio	Desempregada
Bruno	19	Quadra 303	Superior Incompleto	Universitário - Estagiário
Tânia	33	Quadra 407	Ensino Médio	Auxiliar de Enfermagem
Adelma	33	Gama	Fundamental Completo	Autônoma
Antônio	40	Gama	Ensino Médio	Cobrador
Edival	56	Quadra 304	Fundamental Incompleto	Funcionário Público

**Tabela 2 – Hábitos em relação do telejornal DFTV**

<b>Santa Maria Participantes</b>	<b>Nº de TVs em casa</b>	<b>Assiste o DFTV?</b>	<b>Com que frequência?</b>	<b>Onde assiste?</b>
Andréa	2 - sala e quarto	Não		
Wanderson	2 - sala e quarto	Sim	4 ou 5 vezes p/semana	casa
Daiane	2 - sala e quarto	Sim	1 dia na semana	casa
Suême	2 - salas	Sim	4 ou 5 vezes p/semana	casa
Andréia O.	2 - sala e quarto	Sim	2 ou 3 vezes p/semana	casa e rua
Bruno	3 - sala e quartos	Sim	2 ou 3 vezes p/semana	rua e trabalho
Tânia	1 - quarto	Sim	2 ou 3 vezes p/semana	casa
Adelma	2 - sala e quarto	Sim	2 ou 3 vezes p/semana	casa
Antônio	2 - sala e quarto	Sim	1 dia na semana	casa
Edival	1 - sala	Sim	2 ou 3 vezes p/semana	casa e trabalho

**Tabela 3 – Renda familiar do grupo participante**

<b>Participantes</b>	<b>Renda Mensal</b>	<b>Sustenta quantas pessoas?</b>
Andréa	Não trabalha, apenas estuda	
Wanderson	até R\$ 500,00	1 pessoa
Daiane	1 salário mínimo <sup>202</sup>	1 pessoa
Suême	Não trabalha, apenas estuda	
Andréia O.	desempregada	
Bruno	entre R\$ 500,00 e 1.000,00	1 pessoa
Tânia	entre R\$ 500,00 e 1.000,00	1 pessoa
Adelma	desempregada	
Antônio	entre R\$ 500,00 e 1.000,00	3 pessoas
Edival	acima de R\$ 4.000,00	2 pessoas

*Fonte: o autor*

Na inscrição, 18 pessoas se ofereceram para participar e preencheram o questionário. Neste dia, a pesquisadora explicou os objetivos da entrevista, fez um resumo do telejornal DFTV 1ª edição da TV Globo e motivou os participantes a expor opiniões e queixas, sem restrições. O primeiro limitador apresentado pelos membros foi a quantidade de reuniões. 6 pessoas prontamente desistiram, alegando falta de tempo.

Nos grupos do plano piloto e Taguatinga, a pesquisa consistiu em 3 encontros:

1º encontro - Inscrição, objetivos da pesquisa, recorte das características, recolhimento dos dados pessoais: telefones de contato e escolha dos 10 integrantes;

2º encontro - Reunião gravada com 10 entrevistados. Veiculação de 3 edições do telejornal DFTV;

3º encontro – Reunião gravada com os mesmos 10 entrevistados. Veiculação das últimas 3 edições do telejornal DFTV.

Os moradores de Santa Maria relataram que não poderiam se reunir durante a semana, à noite, pelos seguintes motivos: estudo, trabalho, falta de transporte para se deslocar até o local das reuniões, insegurança de transitar pela cidade depois das 20h00,

---

<sup>202</sup> Salário Mínimo: R\$350,00. Valor em 01/03/2006.

necessidade de dormir cedo para pegar ônibus coletivo de madrugada e por não ter com quem deixar os filhos.

Para que a pesquisa fosse realizada na cidade, um acordo foi fechado. O moderador realizou uma única reunião em Santa Maria, no domingo de manhã, das 8h30min às 13h00min. Neste encontro, as regras utilizadas no Plano Piloto e em Taguatinga foram mantidas para uniformizar as normas, manter a equidade entre as cidades pesquisadas, dar as mesmas motivações, o mesmo tempo e apresentar o mesmo material aos moradores desta cidade-satélite, sem prejuízo na comparação e na análise com as outras cidades. Nas primeiras 2 horas e meia, os entrevistados assistiram 3 edições do DFTV e gravaram as primeiras perguntas da lista. O mediador fez um intervalo de 25 minutos para lanche. Depois, os membros voltaram aos mesmos lugares e seguiram a ordem da pesquisa.

Duas pessoas se propuseram a participar como mediadores. Edival, o mais velho do grupo, é servidor público aposentado e trabalha como motorista. Relatou que assiste muitos telejornais, lê jornal impresso diariamente e adora conversar: habilidade, segundo ele, adquirida ao longo dos anos pela sua profissão. Tânia, auxiliar de enfermagem, informou que organiza muitas reuniões no hospital e tem facilidade em motivar grupos.

A pesquisadora explicou aos dois mediadores itens importantes da pesquisa com grupos focais, fez um resumo do telejornal DFTV e entregou a lista com as perguntas que deveriam ser feitas, na ordem, aos outros membros do grupo, com as mesmas recomendações. Edival foi mediador na primeira etapa e Tânia concluiu a pesquisa como mediadora parte final.

O encontro começou com a apresentação das edições de segunda-feira, terça-feira e quarta-feira do telejornal DFTV 1ª edição. Depois, o microfone foi ligado e cada membro se apresentou. Logo na primeira resposta, os mediadores relataram que houve um desconforto geral. A entrevistada mais nova, Andréia, declarou que não assiste o DFTV, fato que a deixaria de fora da pesquisa. Os mediadores resolveram seguir com a gravação e aceitar a participação da jovem (a estratégia foi considerada pela pesquisadora uma importante contribuição, visto que no decorrer dos trabalhos, pela fala dela, percebe-se o motivo da aversão ao telejornal local da Rede Globo. As respostas enriqueceram a pesquisa e trouxeram novas ramificações à análise).

**Andréa** – “Eu acho que sou a única que não assiste o DFTV, aqui (**silêncio**) Eu assisto, desculpe a honestidade, o jornal da concorrência (**risos**) porque eu não acho o mais completo. O outro jornal é mais completo, enfim, mais interessante, por isso, eu assisto ele”.

**Wanderson** – “Eu assisto o DFTV pelo fato de que o colégio o qual eu estudava, eu aprendi lá a assistir o DFTV. Ele procurava muito o debate, fazia muito debate entre a escola e os alunos e era sempre as mesmas coisas. O DFTV mostrava as mesmas coisas: corrupção, algumas coisas de Brasília, os problemas de Santa Maria. E sempre tinha isso nos nossos debates. Eu aprendi a assistir o DFTV. Não por querer: tipo eu quero me informar”.

**Daiane** – “Bom, eu assisto o jornal DFTV para ficar ciente de todas as reportagens, tanto as más quanto as boas notícias, para saber da programação da cidade”.

**Suême** – “Eu assisto para ficar informada para não ficar boiando aí sem saber o que se passa na cidade”.

**Andréia O** – “Eu assisto o jornal porque é o jornal local que procura dar mais informações sobre a cidade, é o que abrange mais. É o que passa a melhor informação”.

**Bruno** – “Eu assisto porque no estabelecimento que eu almoço, sempre tem uma TV ligada e sempre está passando. Na hora que eu almoço tá passando o jornal, então, não tem como não assistir. Até bom para se informar sobre o que acontece”.

**Tânia** – “Eu assisto o DFTV porque, faço das minhas palavras as dos amigos, pra ficar bem informada sobre concurso, sobre as boas notícias, as más e a cobrança que o DFTV faz quando há alguma reclamação, enfim: tudo”.

**Edival** – “Eu assisto o DFTV porque a gente quer tomar conhecimento dos fatos que acontecem na nossa capital. Eu acho que faz parte do nosso dia-a-dia, como nós brasilienses precisamos saber o que se passa em Brasília todo dia. As boas e as más notícias”.

**Adelma** – “Eu assisto, de vez em quando, o DFTV para tá a par da notícia”.

**Antônio** – “Eu estudo o DFTV para estar mais informado sobre o que se passa na cidade, né! E outros eventos que possam ocorrer no fim de semana. Eu assisto mais no final de semana”.

Durante a gravação, o tema Cultura para os entrevistados de Santa Maria também chamou a atenção e foi o assunto comentado também no intervalo. De acordo com o mediador Edival, os jovens citaram nomes de cantores, artistas e exemplos de shows musicais que só acontecem no plano piloto.

Como a pesquisa na cidade foi mais longa, na segunda etapa, houve conversa paralela durante a veiculação do telejornal DFTV. O mediador afirmou que alguns participantes ficaram dispersos, mas a maioria permaneceu atenta às reportagens. Como nos outros grupos, a seqüência de perguntas foi seguida na ordem. E não foi relatado nenhum problema em relação às questões.

Mas na pergunta sobre a característica do telejornal, se o DFTV é local ou comunitário, o mediador informou que o grupo achou o assunto muito difícil. Houve uma resistência e poucos responderam. A pesquisadora já tinha alertado para este possível entrave e sugeriu ao mediador que deixasse o microfone solto para que os interessados respondessem se achassem válido. Dos 10 participantes, 5 fizeram questão de falar. Classificaram o telejornal como local e reclamaram que o DFTV deveria ouvir mais a comunidade, o povo. O assunto será analisado no capítulo a seguir.

## Capítulo 5. As vozes dos receptores

“Ao comentar aquilo a que assistiram, os espectadores emitem juízos sobre a televisão. Na verdade, é assim que eles dela se apropriam e que ela se torna objeto democrático, no sentido em que é, permanentemente, objeto de debates. Aqueles que acreditam imperturbavelmente em espectadores passivos e sem reações, nem interesses, ‘zapeando’ aleatoriamente de um canal para outro, deviam escutar mais as conversas (...) Ficariam perplexos com a diversidade de juízos emitidos” (WOLTON, 1996, p. 54)<sup>203</sup>.

Qual é o perfil do telejornal traçado por esses receptores? Como os membros dos 3 grupos focais – Brasília, Taguatinga e Santa Maria – definiram o DFTV da TV Globo? Neste capítulo, mostrar-se-á os significados possíveis apontados pelos entrevistados. Esclarecemos que a análise dos discursos desses receptores específicos não procura identificar processos e conclusões universais, e sim circunstanciais, construídos a partir de recursos interpretativos particulares dentro do contexto específico.

As formas como os 30 participantes receberam e interpretaram as mensagens dos meios de comunicação de massa passaram necessariamente por um processo de mediação. Seguindo o pensamento dos estudiosos culturais, considera-se a TV como um meio que permite a produção de significados e o receptor como um decodificador ativo das mensagens. Acredita-se que cada telespectador faz uma leitura particular do discurso do telejornal de acordo com suas experiências sociais e culturais. Guzzoni completa que a interpretação dessas mensagens, pelo receptor, também será individualizada e a percepção dos fatos ocorridos, das circunstâncias, também terá significados diferenciados, dependendo do meio em que vive este receptor, a forma como vive, da cultura e da quantidade/qualidade de informações que tem armazenado durante todos os anos de sua existência. Dessa leitura mediada dependerá o significado que a informação implicará na ação e reação do receptor.

---

<sup>203</sup> WOLTON, 1996, op. cit., p. 54.

Já sabemos que a televisão, como toda e qualquer linguagem, nos traz uma representação do real e não a realidade. E esta visão do “real” será decodificada dependendo do ponto de vista do observador, do conhecimento do mundo que ele tem, de sua condição intelectual e, em se tratando de televisão, há que se considerar ainda o critério utilizado para a captação das imagens. É uma representação do duplo. O real é sempre algo inatingível, mas que se torna mais próximo pela mediação do signo (GUZZONI, 2001, p. 59)<sup>204</sup>.

Partimos do princípio que o discurso jornalístico na TV só adquire significação definitiva quando é consumido e reelaborado pelo público. O entendimento depende da estrutura da mensagem (analisada, separada e moldada pelo produtor emissor) e das estratégias de interpretação e representação dadas pelos receptores. A comunicação é entendida quando o discurso ativa no receptor uma relação comum de pertencimento de uma comunidade, de uma sociedade.

Um participante do grupo de Taguatinga resumiu com suas palavras, o processo de apropriação do sentido das mensagens veiculadas a luz dos estudos culturais e dos estudos de recepção.

**Elias, 27, Taguatinga** – “Eu acho o seguinte: essa questão de dar opinião sobre o jornal. Se ele é bom ou não é, depende muito de cada pessoa. Do que a pessoa quer extrair do jornal? Por exemplo, apesar de eu achar o DFTV um bom jornal, tem dias que ele está completamente inútil pra mim porque o meu desejo, digamos assim, a matéria que eu busco, o assunto que eu busco, não está ali”.

No início dos trabalhos, a procura da definição para o telejornal DFTV revelou a existência de uma dicotomia de conceitos por parte dos produtores das mensagens jornalísticas. Repórteres, chefes de reportagem, cinegrafistas, editores e funcionários da Rede Globo traçaram perfis para o telejornal ora comunitário, ora local. Os receptores, por sua vez, expuseram a necessidade de um jornalismo mais voltado para a comunidade. Se na maioria das respostas dos emissores, a possível definição encontrada foi que o DFTV é um telejornal local, com características comunitárias. Os entrevistados se manifestaram assim:

---

<sup>204</sup> GUZZONI, 2001, op. cit., p. 59.

**Fernanda, 26, Taguatinga** – “Pra mim, ele é completamente local. Se ele fosse comunitário, ele mostraria o problema e a solução. Isso é completamente diferente. Joga o problema pro povo e deixa a bomba estourar, então, pra mim, é local”.

**Andréa, 27, Taguatinga** – “Acho que ele é totalmente local. Por que a comunidade pouco influencia. Eu acho que a comunidade fica em décimo plano no jornal. O que realmente a comunidade precisa, eles pouco se importam. Eu acho que é bem por aí”.

**Greiciane, 37, Taguatinga** – “Ele é local porque apesar dele mostrar alguns problemas de algumas localidades, ele mostra ali como uma reportagem e fica por aquilo ali mesmo. Não vai atrás buscando soluções. Se o problema não é resolvido, ele não mostra”.

**Patrícia, 29, Brasília** – “Diria que 70 % e 80% local, e 20 e 30 % comunitário. Não chega nem a 50 % nem a 100%”.

Em seguida, foi feita uma coleta de opiniões junto aos grupos focais. Cada entrevistado deu uma nota ao telejornal DFTV. De 0 a 10. Sendo zero para um telejornal “péssimo”, 5 para “regular” e dez para um DFTV “excelente”.

- Os moradores de Brasília deram a maior nota, em média 7,65, classificando o telejornal como muito bom.

- Os de Santa Maria também consideraram o DFTV acima da média, 6,95.

- A pior nota foi dada pelos participantes de Taguatinga: média de 5,95.

<b>Brasília</b>	<b>Nota</b>
Camila	9
Juliana	8
Adriana	8
Patrícia	6
Adriana N.	8
Ricardo	7
Renato	7
André	7,5
Paulo	8
Neusa	8
<b>Média</b>	<b>7,65</b>

<b>Taguatinga</b>	<b>Nota</b>
Wesley	2
Fernanda	7
Andréa	7
Elias	6,5
Cristiane	6
Michel	5
Vinicius	8
Dalmo	5
Greiciane	7
Pedro	6
<b>Média</b>	<b>5,95</b>

<b>Santa Maria</b>	<b>Nota</b>
Andréa	3
Wanderson	6
Daiane	8
Suême	7
Andréia O.	8
Bruno	5,5
Tânia	7
Adelma	7
Antônio	8
Edival	10
<b>Média</b>	<b>6,95</b>

Quando questionados se a nota dada ao DFTV era maior ou menor que a nota que eles dariam para os telejornais locais das outras emissoras, a resposta foi unânime: o telejornal DFTV da Rede Globo tem qualidades superiores aos outros telejornais produzidos pela concorrência e veiculados no DF.

**Adriana, 28, Brasília** – “Eu gosto muuuuito do DFTV. Eu assisto todos os jornais locais de Brasília e fazendo um comparativo, é de longe o melhor mesmo”.

**Andréia O., 18, Santa Maria** – “É o melhor jornal de Brasília. O que passa na televisão é o melhor que tem. Procuo em outras emissoras, não tem outro”.

Verificou-se pelas falas que a função de informar, de tornar os indivíduos conhecedores dos fatos, de levar para dentro das casas das pessoas os acontecimentos do dia-a-dia atribuída ao jornalismo foi uma das qualidades apontadas pelos entrevistados na definição do telejornal DFTV.

**Renato, 31, Brasília** – “Eu acho que é um bom jornal. Percebo um esforço deles de dar uma atenção variada aos assuntos”.

**Neuza, 56, Brasília** – “Eu acho que o DFTV enfoca bastante os assuntos da cidade, que são necessários para a gente estar bem informado (...) Eu acho um jornal bastante informativo que situa a gente num contexto do que está acontecendo na cidade”.

**Wesley, 17, Taguatinga** – “É interessante para as pessoas que estão procurando estar por dentro das notícias”.

**Greiciane, 37, Taguatinga** – “A maioria das notícias da cidade, a gente vê no DFTV. Por que os outros deixam assim, um pouquinho, a desejar (...) E o DFTV não. Ele está sempre com as notícias mais importantes, que a gente sempre quer ver”.

Ao ver as cenas do acontecimento e as notícias pela televisão, o receptor é seduzido através do olho e pode acreditar naquilo que vê na tela. “O ver da televisão é muito

mais poderoso do que o contar dos outros veículos de comunicação. O telespectador pode duvidar do que lê num jornal ou do que ouve no rádio, mas dificilmente vai deixar de acreditar no que ele próprio viu na televisão”, defende Maciel <sup>205</sup>. Alguns participantes concordaram com o teórico, atribuindo uma verossimilhança às representações audiovisuais assistidas.

**Juliana, 20, Brasília** – “Eu acho que o DFTV, dos jornais locais que passam na hora do almoço, é o que mais as pessoas assistem e as pessoas confiam nas informações”.

**Patrícia, 29, Brasília** – “Eu gosto do DFTV. Tem reportagens que não agradam muito, mas é a realidade”.

**Wanderson, 17, Santa Maria** – “Eu acho que é um jornal bacana. Ele mostra mesmo a realidade”.

Neste estudo, compreende-se que o receptor constrói e reconstrói o sentido da mensagem através de seu repertório cultural e social. Há uma interferência que provoca significativas alterações na decodificação. As opiniões dos participantes dos grupos focais oferecem evidências dessa leitura negociada. Verificamos restrições de dois entrevistados, um de Taguatinga e outro de Santa Maria. Nem sempre eles confiam no que é mostrado no telejornal; deixam claro que a televisão não traz toda a verdade; acreditam numa manipulação por parte do emissor. As duas falas estão descritas a seguir:

**Bruno, 19, Santa Maria** – “De forma geral, vou expor minha opinião, eu não gosto da Globo. Por fato de ter um título de imparcial e a informação ser manipulada o tempo todo. Quando fala assim: Ah! Fulano fez algo no Plano Piloto, sempre tem o dedo de alguém por trás, sempre tem a pressão que rola de algum filho de deputado, filho de juiz. Agora, fulano fez isso na cidade-satélite. A imprensa cai em cima, fala isso e aquilo. Tem na polícia e nas ruas, mostra fulano morto, não sei o quê. Mas se é um filho de deputado que morre no plano, tem imprensa em cima? Não tem! Não mostra fotografia do cara, a PM não deixa, tá sempre encoberto. O funcionário recebe a carga cultural do patrão. O que o patrão manda, tem que acatar”.

---

<sup>205</sup> MACIEL, 1995, op. cit., p. 16.

**Michel, 30, Taguatinga** – “Muita coisa que você vê que é dita, não vai ter solução de nada, ninguém vai resolver nada. Tudo é muito manipulado. A Rede Globo manipula tudo e todo mundo. É, entendeu? Eu não acho isso legal não”.

Os moderadores incentivaram o debate sobre o objeto de estudo com um tema mais aberto: “Qual é a sua opinião sobre o telejornal DFTV, exibido na Rede Globo?”. As questões predominantes levantadas pelos 10 entrevistados de Brasília foram: a repetição de assuntos e a falta de tempo do telejornal. Três citações ilustram estes argumentos.

**Juliana, 20, Brasília** – Se referindo a repetição das matérias sobre o lixo hospitalar veiculadas durante todo o mês de outubro e de novembro. Na semana pesquisada, o assunto foi novamente abordado: “As notícias, por exemplo, dessa do lixo hospitalar, acho que repete muito, a semana inteira, sempre a mesma coisa, todo dia, não deveria repetir tanto. Perde tanto tempo repetindo, cansa”.

**Neusa, 56, Brasília** – Repetição: “Eles, às vezes, detalham muitas coisas de política desnecessárias, tenho visto muito enfoque dessas CPIs da Saúde, né! Tem martelado muito sobre isso. É uma coisa que a gente está cansada de ouvir, esse negócio de política que ninguém vai resolver mesmo. Apesar de a gente ter esperança nos políticos que eles façam alguma coisa, infelizmente eles não vão fazer”.

**Adriana, 28, Brasília** – Para explicar o tempo curto do jornal, a entrevistada usou o exemplo das entradas ao vivo com cantores e artistas culturais: “O que eu sinto falta é que os ‘links’ de cultura que ficam sempre pro finzinho do jornal, vão estourando o tempo, a gente fica um pouco prejudicada. Dá uma certa agonia, você assistir isso. A pessoa quer falar, ele não pode falar, tem que tocar. Aí, toca um pedaço que não mostra muita coisa, não consegue. Gera uma certa ansiedade em quem vê e quem faz, os artistas”.

Os 10 entrevistados de Taguatinga também citaram a repetição de assuntos como característica precípua. Rezende explica que a redundância é um dos traços mais notáveis da indústria cultural e particularmente da televisão, como recurso indispensável para manter o espectador ligado à programação e aos programas jornalísticos<sup>206</sup>. Um morador enfatizou que algumas cidades não são mostradas no telejornal.

---

<sup>206</sup> REZENDE, 2000, op. cit., p. 33.

**Vinicius, 30, Taguatinga** – Repetição: “Metade do jornal fica só em uma notícia só. Eles deveriam difundir mais outras notícias e não focalizar, às vezes, uma notícia que fica quase o jornal inteiro”.

**Michel, 30, Taguatinga** – Ausência de todas as cidades: “Essa questão das notícias de uma cidade satélite e de outra, acho que precisa melhorar, né! Algumas são lembradas e outras são esquecidas. E às vezes, quando lembradas, só coisas ruins”.

No grupo de Santa Maria, o tema discutido foi a pouca divulgação de acontecimentos das cidades-satélites, consideradas pelos próprios moradores como a periferia do Distrito Federal. Dos 10 participantes, 9 declaram que o telejornal é voltado apenas para o plano piloto, demonstrando descaso com os moradores das cidades-satélites. A primeira fala é a única que aborda também a falta de tempo, citada pelos membros de Brasília e Taguatinga.

**Daiane, 17, Santa Maria** – “Eu acho que o DFTV passa pouco tempo. Meia hora, fora os intervalos. Toda hora, intervalo, intervalo. Algumas vezes, passa matérias nada a ver e deixa de passar matérias mais importantes. Acho que há descaso com as cidades satélites. Passa mais asa sul e asa norte, mais daqueles lados do Plano Piloto. E as cidades satélites ficam de fora das reportagens”.

**Tânia, 33, Santa Maria** – “Acho que deveriam mais procurar nas satélites, fazer mais matérias porque o DFTV em si, ele pode fazer essas cobranças, entendeu! O DFTV mostrando, acho que fazendo uma pressão, vai melhorar muita coisa na satélite. E faz matéria de rua, de sujeira, de tudo. Está deixando muito a desejar nesse ponto”.

**Edival, 56, Santa Maria** – “Fica muito centralizado só no Plano Piloto. Esses dias, nós vimos, sei que alguns colegas aqui viu a reportagem a respeito dos buracos de Brasília, mostraram só no plano piloto e ficou a avenida alagados de Santa Maria, que não foi mostrada, né! Por sinal, nós estamos vivendo uma vida triste aqui com as bocas de lobo tudo entupida. A avenida alagados, todas as avenidas de Santa Maria, só se vê buraco. E nós empena roda, empena suspensão e ninguém toma providência. Eu gostaria de deixar bem claro aqui, que eu admiro muito o DFTV, mas tem um porém, ele tem que expandir mais sobre as cidades satélites”.

**Andréa, 16, Santa Maria** – “O foco principal é a elite do Distrito Federal, ninguém pode negar. E essa ausência de novidades, é sempre a mesma coisa. Deixa sempre a desejar”.

**Suême, 17, Santa Maria** – “O pessoal do DFTV dá muita moral, digamos para o pessoal da elite e esquece do pessoal da cidade-satélite. Então, eu acho que eles deveriam mostrar mais a realidade das pessoas como elas são. Por que a maioria, na verdade, não é elite, né!”.

Percebe-se, independentemente da idade, que os moradores do grupo focal de Santa Maria enfatizaram que o número de matérias feitas nas cidades-satélites é inferior ao número de reportagens produzidas em Brasília. Este argumento dos participantes foi novamente registrado e será analisado nas questões envolvendo a representação das cidades no corpo do telejornal. Neste ponto, entrevistados de Taguatinga também expuseram opiniões parecidas às já mencionadas pelo grupo de Santa Maria, mas em número reduzido. O grupo de Brasília não citou o assunto neste início de trabalho.

As evidências preliminares demonstradas aqui sugerem que a maioria dos participantes pesquisados definiu o telejornal DFTV como:

1) Um telejornal local, e não telejornal comunitário, por produzir reportagens em todas as cidades do DF, mas com pouca ênfase nas necessidades da população.

2) Em comparação com os outros telejornais locais das outras emissoras, o DFTV da TV Globo foi considerado “o melhor”, pela qualidade de informação e imagem;

3) O telejornal foi avaliado como “muito bom” e recebeu a nota 6,85. Média da nota dada pelos 30 entrevistados: o grupo de Brasília o classificou com nota 7,65; Santa Maria aparece em segundo com nota 6,95 e Taguatinga avaliou o DFTV por 5,95;

4) As características positivas do DFTV percebidas pelos membros descrevem as funções do telejornalismo historicamente enraizadas, como: o papel de informar, mostrando os fatos relevantes, e de fazer com que o telespectador se sinta parte de uma comunidade por saber o que acontece no dia-a-dia a sua volta;

5) Dos 30 entrevistados, apenas 2 demonstraram um filtro na leitura das mensagens veiculadas no telejornal da TV Globo. Eles partem do pressuposto que a TV manipula as informações, esconde “verdades” e mostra apenas o que os dirigentes da empresa querem divulgar.

6) As características negativas do DFTV percebidas até então foram: repetição de assuntos, tornando-os cansativos; tempo insuficiente para mostrar todos os acontecimentos do dia e preferência pela divulgação de fatos ocorridos em Brasília em detrimento de fatos das cidades-satélites.

7) O grupo da cidade de mais baixa renda, Santa Maria, foi o primeiro a apontar um desequilíbrio na produção de reportagens no telejornal, relatando que a cobertura jornalística do DFTV é focada nos acontecimentos do centro de Brasília. Dos 10 entrevistados de Taguatinga, apenas 1 manifestou opinião semelhante. Dos 10 participantes de Brasília, cidade com renda mais alta, nenhum apresentou este argumento nas perguntas abertas.

## 5.1. O telejornal DFTV representa os moradores do Distrito Federal?

“As pessoas precisam de informação por causa de um instinto básico do ser humano, que chamamos de instinto de percepção. Elas precisam saber o que acontece do outro lado do país e do mundo, precisam estar a par de fatos que vão além de sua própria experiência. O conhecimento do desconhecido lhes dá segurança, permite-lhes planejar e administrar suas próprias vidas. Trocar figurinhas com essas informações se converte na base para a criação da comunidade, propiciando as ligações entre as pessoas” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2003, p. 36)<sup>207</sup>.

Como os moradores do Distrito Federal se identificam com o discurso jornalístico do telejornal local DFTV, em particular, os moradores das cidades-satélites? Como se sentem representados? Questões fundamentais devem transversalizar a pesquisa para que possamos compreender como os diferentes sujeitos recebem a mesma mensagem e oferecem sentidos aos conteúdos transmitidos.

A primeira questão a ser verificada é a seguinte: os telespectadores entrevistados, especificamente os que moram nas cidades-satélites, se sentem representados no telejornal e se identificam com a realidade projetada na tela da televisão? Neste estudo, o conceito de representação usado é proposto por Montoro e outros pesquisadores. Representação<sup>208</sup> como um conjunto de valores que organizam a visão de mundo das pessoas, como categorias de pensamento que expressam e explicam a realidade justificando-a ou questionando-a. Na televisão, representação é a forma escolhida para narrar e relatar o fato e os acontecimentos que dele derivam. Lazarini ressalta que as representações são resultados de práticas discursivas, produtos de convenções sociais, de articulações da linguagem; não um meio transparente a partir do qual a realidade é refletida. Nesta perspectiva, os meios de

---

<sup>207</sup> KOVACH, Bill e ROSENSTIEL, Tom. *Os Elementos do Jornalismo*. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

<sup>208</sup> Através das representações, as pessoas e os indivíduos têm acesso aos modos de formação do conhecimento, uma vez que, estas representações determinam os campos das comunicações possíveis, dos valores e idéias presentes nas visões de mundo compartilhadas por grupos, em um determinado contexto histórico e social. (MONTORO, 2002, op. cit.)

comunicação são agentes significantes, produtores de sentidos que não apenas reproduzem a realidade, mas também a definem.

Os meios de comunicação disseminam, reforçam, constroem e desconstroem as representações hegemônicas em dado momento, apresentando novas identidades, re-modelando outras, oferecendo mapas classificatórios pelos quais nos guiamos na interpretação e na constituição de nossas próprias identidades e das identidades dos outros. As imagens e sons veiculados pelos meios de comunicação, que tantas vezes mapeiam o cotidiano, simplificando-o e reduzindo diversas identidades a esquemas estéreis e estereotipados, contribuem para tornamos o mundo social inteligível, internalizando ativamente os sistemas de interpretação e as versões da realidade que nos são oferecidas pelos meios de comunicação (LAZARINI, 2004, p. 28)<sup>209</sup>.

Ao falar de representações, buscou-se mapear também as identidades presentes no conteúdo das mensagens veiculadas no telejornal DFTV.

Para cada grupo, os mediadores fizeram perguntas específicas. Para Brasília, se os participantes achavam que o DFTV representa os moradores do DF, particularmente Brasília? Para Taguatinga, se o DFTV representa os moradores das cidades, em especial Taguatinga? Para Santa Maria, se o telejornal representa os moradores de sua cidade, Santa Maria e de outras cidades do DF? A questão acendeu o debate nos 3 grupos e foi respondida por todos os 30 membros.

O grupo de Brasília respondeu por unanimidade que o DFTV é um telejornal que os representa. Usaram expressões como “O telejornal aborda muitos temas interessantes, principalmente a parte da comunidade”, “Ele é o que tem um pouco mais de variedade, tem a maior credibilidade”, “Tem enfoque em assuntos diversos”, etc. É importante notar pelas falas, que os receptores entrevistados de Brasília não citaram, nem ressaltaram a participação de outras cidades até então. O mediador do grupo focal, André, puxou o assunto, lendo a tabela com a porcentagem de matérias veiculadas de cada cidade na primeira semana de novembro (de segunda-feira: dia 31/10/2005 a sábado: dia 05/11/2005). Os números mostram que 69% das reportagens foram produzidas no plano piloto, 30% nas cidades-satélites e 1 % no entorno. Com esses novos dados, recomeçou o diálogo:

---

<sup>209</sup> LAZARINI, 2004, op. cit., p. 27.

**André, 32, Brasília** – “A comunidade dele é o plano piloto, pelo menos é a forma como eu vejo. Os dados estão para comprovar isso. 70 por cento das matérias são do plano piloto”.

**Paulo, 34, Brasília** – “Eu acho que ele está mais focado pro plano mesmo. Pras notícias daqui, mas tem! Não digo todo o entorno, mas especificamente sai algumas matérias também do entorno. Normalmente crime e briga (**risos leves**), mas normalmente sai”.

**Patrícia, 29, Brasília** – “No plano piloto, tem as notícias boas divulgando os lugares, enfim. Agora, no entorno é sempre violência, briga, morte, seqüestro ééééé assalto, enfim. Mas podia ter mais coisas mostrando o que as pessoas fazem lá na comunidade”.

**Camila, 18, Brasília** – “Pelo menos nas matérias que eu vi, falando da Estrutural, de Taguatinga, do plano piloto. Pelo menos, ele tenta atingir todas as comunidades, com as matérias principais”.

**Renato, 31, Brasília** – “No conjunto das matérias, ele não atinge o povão. Se você falar assim: pode fazer uma matéria de uma pequena comunidade que foi chamado, aqui preenche a pauta. Mas predomina as matérias de um nível social maior. Até mesmo os shows. São os grandes shows. Como estava ali (**citando o link do show de forró lunar veiculado no telejornal DFTV de sábado, dia 05/11/2005, que aconteceria no Teatro Nacional**), mas é um grande show popular. Não é um show tão barato assim (...) Ele é voltado sim para um público de melhor nível”.

Os 10 participantes se mantiveram divididos, sem chegar a um posicionamento em comum. Metade achou que o telejornal representa os moradores e o Distrito Federal como um todo e a outra metade entendeu que o DFTV aborda mais os aspectos e os fatos de Brasília.

No grupo de Taguatinga, até esta pergunta, apenas um integrante tinha manifestado opinião sobre a quantidade de reportagens feitas nas cidades quando questionado sobre as características do DFTV. A psicóloga Andréa Lara propôs ao grupo o tema “representação” e apresentou os números de reportagens divulgadas nas na semana de novembro estudada. Os 10 moradores descreveram inúmeras qualidades de Taguatinga e reclamaram que a cidade aparece pouco no telejornal:

**Pedro, 40, Taguatinga** – “Devido a gente depender o funcionalismo público para mover o Distrito Federal, o enfoque todo é voltado para Brasília e não para as cidades-satélites. Mas esquecem que a maior arrecadadora de ICMS do Distrito Federal, somos nós por vários anos. Então, eu gostaria que o enfoque fosse maior pra essa cidade que gera tanto dinheiro para sustentar Brasília, certo?”.

**Wesley, 17, Taguatinga** – “Taguatinga aparece pouquíssimas vezes e, às vezes, que aparece é assim: mataram 3, morreram tanto. Nunca assim a favor. Nunca um elogio. Sempre pra botar lá embaixo. Como na pesquisa revela, o Plano Piloto está sempre por cima, é a nata, né!”

**Andréa, 27, Taguatinga** – “Eu acho que aparece muito pouco e é, como eles falaram, aparece só a parte negativa da cidade. Taguatinga não é uma excelente cidade, mas tem muita coisa boa que deveria ser mostrada, mas eles não exploram esse lado (...) Eles só falam crime, um assassinato aqui, uma pessoas de fora que vem para passear em Taguatinga e acontece um crime hediondo, só esse tipo de coisa. Não é possível que uma cidade do tamanho de Taguatinga, não tenha nada de bom. Inclusive o comércio. O comércio aqui em Taguatinga é intenso. Taguatinga poderia se auto-sustentar, não precisaria do governo. Isso, eles não mostram. Só mostram mesmo o lado ruim”.

**Elias, 27, Taguatinga** – “Eu acho Taguatinga, a segunda cidade em desenvolvimento no Distrito Federal (...) Eu diria que 98 % do que é veiculado no DFTV, a respeito de Taguatinga, são só os problemas. Mas Taguatinga, como todo mundo falou, Taguatinga tem uma vida noturna excelente. Aqui em Taguatinga, nós temos uma qualidade de vida razoavelmente boa. A qualidade dos serviços que são oferecidos em Taguatinga não deixa nada a desejar em relação ao Plano, por exemplo, tá? Ou seja, a cidade de Taguatinga é completamente independente do Plano Piloto específico. Mas não é mostrado. Mostram-se mais os problemas da cidade (...) Tempos atrás aí, se falou muito na revitalização do pistão norte, de se separar uma área, que ia construir o TaguaPark, que ia construir isso. Ou seja, eu vejo que quando se resolve falar de coisas boas de Taguatinga, são projetos e só projeto, que nunca saem do papel. As coisas ruins! Vai falar mal do trânsito? Aí, vem em Taguatinga. Vai falar mal de hospital? Vem no HRT. Vai falar mal do camelô, não sei de quê, aí, vem no centro de Taguatinga”.

**Vinicius, 30, Taguatinga** – “Eu queria que também divulgasse melhor Taguatinga. Por exemplo, o final de semana tem muitos bares também para as mulheres do plano vir pra cá (**risos**) e não, eu ter que ir lá gastar minha gasolina (**risos**)”.

A brincadeira levantada por Vinicius fez com que duas participantes dividissem com o grupo um questionamento dos próprios moradores com a cidade.

**Greiciane, 37, Taguatinga** – “Eu acho até que a gente também erra um pouquinho, né? Quando fala assim: onde você mora? Ah! Eu moro em Brasília. Ninguém fala: eu moro em Taguatinga. Eu moro no Guará. Eu moro na Ceilândia. Diz: eu moro em Brasília. Aí, todo mundo tem aquela idéia que Brasília, é tudo isso aqui. É o Distrito Federal. E não é. E aí, o DFTV também comete esse erro, deixando Taguatinga de fora”.

**Cristiane, 30, Taguatinga** – “Eu também acho que Taguatinga fica meio esquecida. A gente também brinca assim: que lá é *Bervely Hills* (se referindo à **Brasília**) e as pessoas acham que Taguatinga só tem bicho. Que aqui ninguém tem dinheiro, ninguém tem carro zero, que é uma selva, né! A gente que mora aqui passa bastante por esse preconceito. Taguatinga tem muita coisa boa, tem um comércio completo. A gente não precisa em nada do Plano. Nós temos excelentes escolas. Nós temos uma universidade. Temos um monte de faculdades. Temos shopping. Já na minha área, o fórum de Taguatinga dá baile no do plano. O atendimento é excelente. As pessoas são muito mais educadas, muito mais corteses. E ninguém nunca falou nada (...) Mas eu acho assim. O jornal como formador de opinião podia ser precursor nisso pra minimizar essa questão do preconceito com relação à Taguatinga”.

Pelas falas, percebe-se que os 10 entrevistados de Taguatinga responderam que a cidade deles não está bem representada no DFTV, mas não se posicionaram como telespectadores: se se sentem representados ou não na tela? O discurso dos moradores mostrou um forte laço com região, com a comunidade, com o espaço da cidade, e está em concordância com a revalorização do bairro, defendida por Canclini: “a reafirmação do território urbano é uma tentativa de se manter o sentido da cidade como expressão da sociedade local”<sup>210</sup>.

Os 10 participantes de Santa Maria foram os que mais falaram sobre este tema. As respostas somaram 1 hora e 15 minutos de gravação. Eles descreveram que os jornalistas do DFTV só visitam aquela cidade para filmar crimes e mortes; e não mostram a falta de urbanização e de infra-estrutura, principal problema apresentado pelos moradores.

---

<sup>210</sup> CANCLINI, 1999, op. cit., p. 115.

**Edival, 56, Santa Maria** – “Santa Maria para o DFTV não existe e eu gostaria que existisse. E eu gostaria que a equipe do DFTV fizesse uma visita a Santa Maria quando desse uma chuva. Pra eles vê que a avenida alagados forma um rio. Eu digo isso porque esses dias vi uma matéria sobre buraco, mas mostrava só o plano piloto. Ontem, eu sai para o trabalho, fui limpinho e bonitinho e quando fui entrar no ônibus, molhei até o joelho para entrar no ônibus. Fui para o trabalho com o sapato cheio de água contaminada. Tive que chegar no trabalho e comprar outro sapato porque senão não dava para encarar o trabalho. Gostaria de deixar claro também que as bocas de lobo, galeria de águas pluviais não existe em Santa Maria. Buraco? Já não existe mais asfalto, só buraco. E quem arca com as suspensão dos carros, com as rodas dos carros, com os pneus que está caríssimo. Como é que fica? Aumento de salário, ninguém tem. E como fica essa despesa que a pessoa, pra ressarcir esse prejuízo, você tem que ir numa delegacia, registrar ocorrência e depois, correr atrás para receber isso e se recebe. Fora a gasolina que você gasta para correr atrás pra receber isso aí”.

**Andréia O., 18, Santa Maria** – “Só teve uma reportagem de Santa Maria que eu gostei. Falava das rendeiras, que estavam exportando panos de prato. Há muito tempo (...) Mas o resto das reportagens, eu acho só passei raiva, sabe. Coisa assim inútil. Coisas que só prejudicam a cidade, a visão que as pessoas têm. Tipo: assassinatos, violência”.

**Andréa, 16, Santa Maria** – “Santa Maria sempre fica por fora de tudo, realmente. A nossa cidade é muito distante de tudo, do plano piloto. E por causa disso, é tratada com muito descaso. E justamente por conta desse descaso, a gente precisa estar sempre denunciando. O jornal tem essa função de estar auxiliando a população a fazer essas denúncias. E eu gostaria de frisar também a avenida alagados, né! Eu dependo de ônibus para ir para escola, eu estudo no Gama. Ai, essa época de chuva, enfim, a avenida ficou muito alagada, fez justiça ao nome. O ônibus não teve condição de fazer a passagem. O motorista solicitou a presença do DFTV e de alguns jornais. Ele não apareceu. Outros também não apareceram. Que pena! Mas a cidade é um caos danado. Daqui a pouco a gente vai ter de trocar os ônibus por submarinos (**risos**)”.

Uma entrevistada reclamou que os repórteres constantemente deixam de divulgar e mostrar as necessidades dos moradores de Santa Maria por desconhecer a realidade de quem vive naquela região.

**Tânia, 33, Santa Maria** – “O DFTV não fala realmente da Santa Maria. Eu acho que ele deveria vir mais aqui, fazer uma vistoriada. Primeiro, eles precisam andar pra ver como é. Pra ver a sujeira, né. Para poder tá cobrando isso. O administrador não ta fazendo nada! O mato tá tomando de conta! Na avenida alagados ninguém anda! Eu acho que deveriam dar um pulinho aqui. As escolas, o policiamento e a sujeira, que é muito grande em Santa Maria. Não mostra. Acho que o DFTV deveria vir aqui para ver tudo isso”.

Neste momento, dois participantes enfatizaram que se sentiriam realmente representados se o DFTV fosse um telejornal que cobrasse a solução dos problemas do administrador regional de Santa Maria, representante do GDF responsável pela execução e controle de obras na cidade.

**Suême, 17, Santa Maria** – “Quando o DFTV mostra, acho que pressiona mais. As autoridades se sentem pressionadas e tendem a fazer alguma coisa para melhorar. Não sei se melhora. Acho que tem mais uma pressão e dá um resultado um pouco maior”.

**Daiane, 17, Santa Maria** – “Eu acho que quando o DFTV viesse falar de alguma coisa, fazer alguma matéria de Santa Maria, imediatamente fosse lá na Administração. Chegasse lá e falasse pro administrador. E aí? Em relação, a avenida alagados? Como é que vai ficar? O pessoal da Santa Maria tá reclamando. O que você vai fazer para melhorar? E jogar a administração contra a parede. (...) Ele vem na cidade, mostra aquele problema e vai até a pessoa que toma de conta da cidade, ou seja, o administrador pra resolver a situação. Porque mostrando o administrador, ele não tem saída, vai ter que toma as providências dele”.

Como nas falas do grupo de Taguatinga, a resposta do último entrevistado de Santa Maria revelou que existe preconceito em relação ao lugar onde ele mora.

**Wanderson, 17, Santa Maria** – “Uma pessoa pergunta: onde você mora? Eu falo Santa Maria. Você vê um iiiichiiiiiii.... Por que eles não conhecem a Santa Maria. A Santa Maria é uma cidade pobre, que tá começando agora, que tá com aquela coisinha de muita malandragem. Mas, na verdade, tem muita coisa de bom pra crescer. Tem alguns defeitos: falta um pouco de lazer, falta muito lazer. Tem que dá uma assistência, como em tudo que é lugar. No plano piloto também. Com um apoio maior a Santa Maria, vai melhorar e muito. Porque Brasília é o que é. São Paulo é o que é pela divulgação que teve. Uma empresa não cresce se não tem um marketing, a divulgação daquela empresa. Acho que Santa Maria cresceria se tivesse divulgação dela mesma. Se a gente aparecesse mais”.

E concluiu que um telejornal só representa uma cidade ou um telespectador quando ajuda a população a reivindicar melhorias e auxilia no desenvolvimento das comunidades.

**Wanderson, 17, Santa Maria** – “Eu posso olhar um jornal e ver que posso crescer profissionalmente. Mas porque não tem isso? Ah, mas o jornal tá passando só morte, o buraco na rua. Por que não vai passar algo que eu possa melhorar, que eu mesmo venha buscar a solução (...) Coisas pessimistas sempre há de acontecer. Tudo de ruim sempre vai acontecer. Acho que tudo do ruim existe o bom, sempre existe o oposto. Então, porque invés de falar que tá com um buraco na cidade, não fala como a população pode reivindicar isso, aonde ela pode procurar isso. Eu acho que o jornal agora tinha que mostrar mais solução. Mais solução do que problema. Por que problema, todo mundo já tem. Não vai adiantar nada pra mim, ver o problema. Eu quero ver a solução”.

Pelos relatos dos 10 membros do grupo de Santa Maria, conclui-se que o dia-a-dia, as dificuldades e os anseios dos telespectadores entrevistados da cidade-satélite mais distante do plano piloto estão excluídos do telejornal DFTV. Eles sentem que não há um interesse por parte dos produtores em levar à TV e aos receptores das outras cidades, as suas reivindicações. Suas falas exprimem um distanciamento frente às representações do telejornal. Como foi citado por um participante, na reportagem sobre buraco nas ruas (com imagens do plano piloto sem os buracos de Santa Maria) o entrevistado percebeu diferenças no contexto mostrado, impossibilitando uma identificação com a realidade vivenciada por ele. “Representação está presente no cotidiano das pessoas como um mecanismo de reconhecimento, identificação e inserção. Através da representação, traduzem-se os

significados das mensagens ao nosso redor, classifica-se a realidade na qual nos inserimos, de acordo com critérios e valores pessoais”<sup>211</sup>.

Logo, no que diz respeito às relações entre as representações do telejornal e a aceitação desse discurso como representante da comunidade, pode-se apontar que:

1) 5 dos 10 dos moradores de Brasília sentiram uma aproximação maior com o discurso do telejornal e, conseqüentemente, entenderam que o DFTV os representa como cidadãos e receptores;

2) Participantes de Taguatinga e de Santa Maria perceberam uma representação ‘relativa’ de suas cidades no telejornal DFTV. Apontaram enquadramentos correlacionados com ênfase na criminalidade e em aspectos negativos, em detrimento de enfatizar a vivência cotidiana dos moradores em seus múltiplos aspectos;

3) A maioria dos 30 entrevistados afirmou que as reportagens do DFTV não representam a totalidade dos fatos e dos acontecimentos do Distrito Federal.

Em seguida, os entrevistados dos três grupos focais foram questionados sobre que temas o telejornal local poderia abordar com profundidade? Em ordem hierárquica, quais os tipos de matérias cada um gostaria de ver: Saúde, Política, Escola, Cultura, Utilidade Pública, etc. O mediador pediu para que cada membro citasse 2 categorias que deveriam aparecer mais no telejornal, por interesse e por prioridade.

Os resultados foram catalogados e disponibilizados nas tabelas a seguir:

---

<sup>211</sup> ZANFORLIN, 2005, op. cit., p. 41.

<b>Grupo Brasília</b>	<b>Temas sugeridos para o DFTV</b>	
	<b>1º lugar</b>	<b>2º lugar</b>
Camila	Educação	Saúde
Juliana	Utilidade Pública	Política
Adriana	Utilidade Pública	Educação
Patrícia	Cultura	Interesse Humano
Adriana N.	Utilidade Pública	Saúde
Ricardo	Cultura	Interesse Humano
Renato	Cultura	Economia
André	Esporte	Utilidade Pública
Paulo	Utilidade Pública	Interesse Humano
Neusa	Utilidade Pública	Saúde

<b>Grupo Taguatinga</b>	<b>Temas sugeridos para o DFTV</b>	
	<b>1º lugar</b>	<b>2º lugar</b>
Wesley	Saúde	Educação
Fernanda	Política	Educação
Andréa	Saúde	Educação
Elias	Política	Economia
Cristiane	Educação	Utilidade Pública
Michel	Saúde	Educação
Vinicius	Trânsito	Educação
Dalmo	Saúde	Utilidade Pública
Greiciane	Educação	Utilidade Pública
Pedro	Utilidade Pública	Saúde

<b>Santa Maria</b>	<b>Temas sugeridos para o DFTV</b>	
	<b>1º lugar</b>	<b>2º lugar</b>
Andréa	Educação	Saúde
Wanderson	Educação	Cultura
Daiane	Educação	Utilidade Pública
Suême	Educação	Utilidade Pública
Andréia O.	Educação	Criminalidade
Bruno	Educação	Cultura
Tânia	Utilidade Pública	Interesse Humano
Adelma	Educação	Saúde
Antônio	Educação	Utilidade Pública
Edival	Esporte	Utilidade Pública

*Fonte: o autor*

Verifica-se que a categoria Educação foi a mais citada: 17 vezes. Utilidade Pública vem em segundo lugar com 15 sugestões, seguida de Saúde com 10. Os temas Esporte e Economia foram mencionados duas vezes, exclusivamente por homens. Analisando por cidade: Brasília tem preferência por reportagens de Utilidade Pública; Taguatinga e Santa Maria votaram em número maior pelas matérias sobre Educação.

Comparando estas respostas dos 30 pesquisados com a análise de conteúdo da semana de novembro estudada (quadro XVII, página 120), encontra-se uma relativa desproporção entre os temas ambicionados pelos receptores e o que o telejornal produz e divulga.

- Reportagens sobre Educação representam apenas 6 % do telejornal;
- Matérias sobre Utilidade Pública apareceram mais: 26% do tempo total do DFTV. Ocupou o segundo tema mais veiculado na semana de novembro. Também foi o segundo assunto em grau de importância relatado pelos grupos focais;
- O tema Saúde está presente em 5 % do DFTV;
- No período pesquisado, não foi veiculada nenhuma matéria sobre Esporte e Economia.

A partir desse quadro geral, o mediador seguiu para um assunto específico, relacionado com os temas recorrentes do telejornal pesquisado. Um ponto importante da pesquisa foi identificar qual é a identidade do telejornal DFTV. O estudo de recepção pretendeu analisar como os diferentes sujeitos interpretam a mensagem e as significam. Usar-se-á nesta pesquisa o conceito de identidade proposto por Canclini. Identidade<sup>212</sup> é uma construção que se narra, em que se estabelecem acontecimentos fundadores, quase sempre relacionados à apropriação de um território por um povo ou à independência obtida através do enfrentamento dos estrangeiros. Os habitantes defendem esse território, ordenam seus conflitos e estabelecem os modos legítimos de convivência, a fim de se diferenciar dos outros.

---

<sup>212</sup> Identidade: sujeitos plurais com construções históricas e culturais, tecidas em redes discursivas (CANCLINI, 1999, op. cit., p. 163).

Nas relações sociais do cotidiano, a identidade se apresenta como em constante movimento; ela é fragmentada, híbrida, feita com elementos de várias culturas. Não é fixa, é um processo, pode ser mudada de acordo com as idéias que vão sendo incluídas.

Se a identidade representada por um telejornal for próxima da identidade cultural de uma comunidade, criam-se naturalmente laços de comunicação e espaços de apropriação do sentido das mensagens, proporcionando trocas significativas entre os emissores e receptores. Um telejornal que cria vínculos coletivos e identidades semelhantes às dos telespectadores constrói uma interação comunicacional maior, diminui ruídos e faz com que a mensagem possua valores e padrões decodificadores capazes de atingir seus diferentes receptores. “Os sistemas de representação são imprescindíveis para a construção de nossas identidades: as diversas posições que assumimos e com as quais nos identificamos, ou seja, as maneiras pelas quais nos interpretamos e nos apresentamos para nós mesmos e para os outros”<sup>213</sup>. A partir de trocas sociais (entre as representações e as interiorizações destas representações) as identidades são construídas, ainda que esse processo seja fluido, permanente e incompleto, o que evidencia a pertinência de se refletir sobre o telejornal como um meio a partir do qual as identidades estão sendo representadas, construídas e assimiladas. Não é possível afirmar que os receptores vão fazer a mesmas leituras porque a decodificação, entre outros fatores, depende do nível social e cultural de cada um. Mas enfatiza-se que conteúdos identitários minimizam o esforço requerido para interpretar a mensagem jornalística, visto que estes conteúdos são pertinentes ao interesse e às necessidades do receptor.

A partir da análise de outros telejornais locais diários da Rede Globo no Rio de Janeiro e em São Paulo, o RJTV 1ª edição e o SPTV 1ª edição, notou-se que eles têm temas definidos, formam suas identidades e circulam em todas as classes sociais. Por exemplo, no telejornal RJTV, o tema violência constituiu o elemento mais visível do contrato do jornal com os telespectadores, que se identificam com o problema. No telejornal SPTV, os engarrafamentos e os congestionamentos no trânsito são as principais notícias do dia, porque influenciam diretamente a vida das pessoas (que precisam ir e voltar para o trabalho percorrendo distâncias longas, uma característica da capital). Uma entrevistada de Brasília identificou este padrão na mensagem do telejornal SPTV.

---

<sup>213</sup> LAZARINI, 2004, op. cit., p. 29.

**Adriana, 28, Brasília** – “Eu tive recentemente em São Paulo, fazendo uma divulgação lá. Assim nos 5 dias que eu fiquei em São Paulo, acompanhando o SPTV, a gente sente que lá tem assuntos repetidos todo o dia, e lá é trânsito (**risos**). Você liga o SPTV, é trânsito. Enchente na marginal: trânsito. Você liga o Jornal Nacional de lá: trânsito”.

E no Distrito Federal? Qual é o contrato identitário do discurso e da mensagem do telejornal percebida pelo receptor? Cada jornal estabelece uma relação com o seu público, compatibilizando as propriedades do seu discurso à aceitação e ao consumo desses receptores.

A televisão tende a uma aproximação e a uma familiarização que, explorando as semelhanças superficiais, acaba convencendo o telespectador de que, ao se aproximar o bastante, até o mais distante, o mais distanciado no espaço e no tempo, o discurso de parece com a realidade dele; (...) e tende a um distanciamento ou exotização que converte o outro na estranheza mais radical e absoluta, sem qualquer relação com o sujeito, sem sentido com o seu mundo (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 263)<sup>214</sup>.

Os estudiosos culturais acreditam que, a partir de uma cotidiana e constante reelaboração simbólica, os telespectadores criam relações e podem compreender significados repetidos no telejornal. Para saber se os 30 entrevistados construíram significados e descobriram uma possível identidade do DFTV, os mediadores inicialmente indagaram se eles percebem um assunto predominante no telejornal local da TV Globo. Fizeram a pergunta sugerida pela pesquisadora: Que matéria você vê mais no DFTV?

O grupo de Brasília destacou que as reportagens das categorias Política e Cultura são as mais recorrentes.

**Neusa, 56, Brasília** – Política: “Por a gente estar na capital federal, esse assunto de política sempre vai estar mais presente, né! Eu acredito que seja por isso que ele é mais tocado”.

**André, 32, Brasília** – Política: “Eu acho que ele foca muito na questão de política. Pela relação que se tem. Foca muito a Câmara Distrital nos seus assuntos diversos, mas ele, principalmente, pela relação da Câmara Distrital com o congresso. É sempre uma coisa puxando a outra”.

---

<sup>214</sup> MARTÍN-BARBERO, 2003, op. cit., p. 263.

**Adriana, 28, Brasília** – Cultura: “Bom, como eu trabalho com cultura, eu senti que de uns 3 anos pra cá, a gente consegue inserir mais cultura no jornal que antigamente. Principalmente, música erudita que é um produto complicado de ser vendido, de ser acessado. Porque tem esse mito de música clássica e música erudita. Há essa barreira. Hoje em dia, a Rede Globo apresentar um link com música erudita, eu acho fantástico. A gente não vê muito isso nas outras emissoras. Eu sinto da Globo esse carinho que vem aumentando”.

**Paulo, 34, Brasília** – Cultura: “Sempre tá focando o que está acontecendo na cidade, os eventos que estão tendo, essa parte de agenda, acho muito interessante”.

Apesar da frequência de matérias políticas e culturais, o grupo de Brasília não determinou uma identidade consolidada ao telejornal DFTV.

**Adriana N., 30, Brasília** – “Não tem uma coisa exata”.

**Juliana, 20, Brasília** – “Eu acho que não tem um assunto sempre que predomina no DFTV, tem assim assuntos de semana. Tem semana que eles falam todos os dias do lixo hospitalar, tem outra semana que eles falam todos os dias do cemitério Campo da Esperança, como a gente viu aqui. Então, não tem um assunto que predomina sempre. Varia por semana, eu acho”.

**Renato, 31, Brasília** – “Vejo uma variedade e percebo a insistência em períodos. Tem os exemplos das CPIs: Saúde, saúde, saúde. Educação, educação, educação, educação. Mas enfim, também vejo variedade. Não percebo identidade fixa”.

Os assuntos predominantes no DFTV ressaltados nas respostas dos 10 entrevistados de Taguatinga foram os mesmos abordados pelo grupo de Brasília. Política e Cultura. Usarei uma fala como exemplo:

**Greiciane, 37, Taguatinga** – “Eu acho assim, até pela questão de ser a capital federal, né, é a política. Política, se você ligar todos os dias, você vê falando. Tanto do GDF quanto da área federal. E também tem a questão cultural. Tudo relacionado a cultura, pode ligar no DFTV que a gente vê”.

O grupo de Taguatinga também não encontrou uma identidade no telejornal DFTV. Usaram expressões, como: “Eu não vejo que ele foca só numa matéria”, “Eu acho que é meio distribuído, fala de tudo um pouquinho, não é tão direcionado”, “Não existe uma identidade. Fala-se pouco sobre muita coisa e não fala muito sobre uma coisa só”. Uma entrevistada percebeu uma identidade ‘pessoal’ do apresentador Alexandre Garcia, mas não do telejornal local.

**Cristiane, 30, Taguatinga** – “Eu acho que não é o jornal exatamente, mas quando se fala em Alexandre Garcia, a gente já pensa logo em violência no trânsito. Mas no jornal em si, acho que não tem identidade”.

Todos os participantes de Santa Maria enfatizaram apenas o tema política como o assunto recorrente. Acreditam que essas reportagens são as que mais aparecem no telejornal e definiram a ‘Política’ como a identidade do DFTV.

**Tânia, 33, Santa Maria** – “Tá certo que ele tem que informar sobre política e tudo, mas ele é muito voltado pra isso. Muito! Muito! Teve um dia que eu não agüentava ver. É mensalão, mensalão, mensalão (...) Você liga o DFTV. 5 partes são de política, uma da agenda e a outra de uma coisa qualquer (**risos**). A identidade do DFTV de Brasília é a política”.

**Edival, 56, Santa Maria** – “Eu concordo com a Tânia. O DFTV, às vezes, volta mais pra política. O que eu acho errado, né! Tem que saber dividir e divulgar política e divulgar também outros acontecimentos para a comunidade tomar melhor conhecimento”.

**Andréia O., 18, Santa Maria** – “Sem dúvida é a política, pelo fato de ser Brasília, a capital, ter todas essas informações aqui, é aqui que eles se concentram, é o que mais tem informação pra dar. Pelo fato de estar mais próxima”.

Cabe, pois, concluir que apenas um grupo classificou a “Política” como a identidade do DFTV. O resultado foi obtido com a veiculação das 6 edições do telejornal mostradas aos participantes. Neste contexto, as reportagens da categoria Política representaram apenas 5 % do tempo total. Os outros entrevistados não perceberam uma identidade formada. Nilda Jacks considera que a identidade é um sistema de referência que

pode servir para refletir uma imagem coletiva e afirma que é difícil caracterizar concretamente os traços essenciais de uma cultura midiática dos habitantes de uma determinada região. É um processo cada vez mais dinâmico<sup>215</sup>. Assim sendo, mesmo que o DFTV seja um produto cultural produzido para ser consumido por um público determinado de uma região, o Distrito Federal, ele traz intrinsecamente traços culturais, tradições, linguagem e histórias gerais e nacionais. Essas mensagens híbridas e globais produzem uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação, mais plurais e diversas, menos fixas e unificadas.

Identidade é um espaço onde um conjunto de novos discursos teóricos se interseccionam e onde um novo grupo de práticas culturais emerge (...) A hibridação deixa sua marca e a fluidez da identidade torna-se ainda mais complexa pelo entrelaçamento de outras categorias socialmente construídas, além das de classe, raça, não e gênero (ESCOSTEGUY, 2001, p. 150)<sup>216</sup>.

As identidades passam a ser vistas como culturalmente formadas, construídas através da cultura. O teórico Stuart Hall, em seu livro “A Identidade Cultural na Pós-Modernidade”, 2003, argumenta que a identidade é algo desenvolvido ao longo dos tempos e permanece sempre incompleta, em construção. Quanto mais a vida social se torna mediada pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação global, mais as identidades se tornam desvinculadas da identidade local e comunitária.

Pode-se finalizar então, pelos comentários de um número significativo de participantes, que o telejornal DFTV não possui um perfil delineado como se percebe em telejornais locais de outros estados brasileiros.

---

<sup>215</sup> JACKS, Nilda. *Pesquisa de Recepção e Cultura Regional*. In: SOUSA, Mauro Wilton. *Sujeito, O Lado Oculto do Receptor*. São Paulo: Brasiliense, 2002. p. 152 – 165.

<sup>216</sup> ESCOSTEGUY, 2001, op. cit., p. 150.

## 5.2. Qual o impacto da linguagem na recepção do telejornal DFTV?

Outra categoria de análise que pretendemos esclarecer é a do impacto da linguagem na recepção do telejornal. O discurso jornalístico do DFTV com sua apresentação fragmentada e rápida das mensagens é compreendido de maneira significativa? Será que os 30 entrevistados percebem tendências nas reportagens e entrevistas veiculadas?

Nesta pesquisa, parte-se da pressuposição de que os noticiários da televisão não são neutros (no processo de selecionar, editar, estruturar e depois apresentar as notícias existe uma definição, uma interpretação e uma direção do emissor); o discurso é elaborado em unidades informativas breves e os acontecimentos acabam sendo divulgados de forma parcial pelo *timing* próprio do meio.

As reportagens devem ser curtas, os comentários claros e simples, entrecortados de entrevistas retalhadas, de vivido, de elementos anedóticos; por toda a parte a imagem deve distrair, prender a atenção, provocar choques. O objetivo fundamental é agarrar o público mais numeroso pela tecnologia do ritmo rápido, da seqüência *flash*, da simplicidade: nenhuma necessidade de memória, de referências, de continuidade, tudo deve ser imediatamente compreendido, tudo deve ser muito depressa (LIPOVETSKY, 1989, p. 230)<sup>217</sup>.

A curta duração de cada unidade informativa não permite, em geral, que se compreenda o fenômeno noticiado em toda sua complexidade, alerta Silva<sup>218</sup>. Para o autor, a apresentação mosaica dos fatos não oferece ao telespectador a oportunidade de realizar interligações indispensáveis para a correta apreensão dos problemas sociais. A rapidez inviabiliza o telespectador a voltar atrás no que já foi dito

E foi exatamente o tempo rápido da linguagem audiovisual do telejornal DFTV, o primeiro questionamento dos entrevistados. Os 10 participantes de Brasília perceberam falhas no discurso do telejornal, principalmente, no quadro de cultura do DFTV. O assunto começou a ser discutido, antes mesmo de o mediador sugerir a pergunta, de acordo com o cronograma de atividades proposto pela pesquisadora. Os participantes apontaram o tempo das reportagens como um problema que os impede de entender direito a informação que está sendo divulgada. Eles externaram a necessidade de enunciados mais referencias.

---

<sup>217</sup> LIPOVETSKY, 1989, op. cit., p. 230.

<sup>218</sup> SILVA, 1985, op. cit., p. 58.

**Patrícia, 29, Brasília** – “Agenda cultural é boa, mas tem umas falhas na informação. Telefone para contato, preço, se é possível pagar meia entrada, local, horário. Falta informação”.

**André, 32, Brasília** – “Realmente, você colocar a agenda da semana, colocar a menina ali falando 5 minutos, tudo de uma vez, cuspidão e escarrado, de uma carreira só. Você quer prestar atenção numa coisa, mas você se perde (...) eu acho que falta um pouco de um enfoque trabalhado”.

**Ricardo, 31, Brasília** – “Eu acho um pouco maçante e corrido. A? A? Como é o nome dela?... Márcia Witczak<sup>219</sup>. Ela fica falando aquele espaço cultural. Você se perde, porque é muita coisa, muito em cima, ela corre, aquela correria”.

**Neusa, 56, Brasília** – “É muito assim relâmpago. A agenda cultural é muito rápida. Ela fala de um determinado show, tão assim, que quando você percebe, já passou. Você não prestou atenção onde é, que horário, o local onde vai ser”.

**Adriana, 28, Brasília** – “Eu sinto falta de ter mais embasamento das matérias porque num link de cultura, por exemplo, só dizem assim: vai acontecer tal coisa, tal hora. Muito sistemático. Você não se aprofunda. O quê que esse concerto vai te trazer? O que significa esse concerto? O quê que esse concerto está apresentado? É simplesmente um músico, que toca, que interpreta. O que está acontecendo nesse cenário? Para que as pessoas conheçam e até derrubem essa barreira”.

Nos grupos focais de Taguatinga e de Santa Maria, os mediadores fizeram a pergunta específica: em termos de linguagem, o que você aprecia ou detesta? Dos 20 membros, apenas três responderam. Mencionaram, novamente, o ritmo acelerado do telejornal e o tratamento das mensagens sobre criminalidade.

**Fernanda, 26, Taguatinga** – Tempo: “Eu acho que é um jornal superficial, mas também tem uma contrapartida, devido ao tempo. O jornal ser curto. Ele não pode levar as coisas tão a fundo porque talvez ele não tenha tempo”.

---

<sup>219</sup> Apresentadora da agenda cultural no DFTV 1ª edição.

**Andréa, 16, Santa Maria** – Tempo: “Queria comentar sobre a equipe de jornalismo, sem nenhuma tietagem, sem nenhuma ofensa também, acho o que eles falam excelente. Nível muito bom, todo mundo bem preparado. Mas a questão mesmo é que o tempo do jornal é muito curto. As notícias sem necessidade, que eles transmitem”.

**Dalmo, 33, Taguatinga** – percebeu o uso de uma linguagem *clean*, quando o DFTV veicula reportagens sobre criminalidade: “Dos jornais locais, é o único que não mostra tanta violência como os outros mostram. Não sei se vocês repararam isso. È o jornal mais limpo de se ver no horário que passa. Os outros já jogam uma imagem muito, como se diz, sanguinária, a verdade é essa”.

Como a pergunta direta sobre linguagem tornou-se um entrave nos debates, os mediadores seguiram para a questão da linguagem opinativa. Optou-se por descobrir se os telespectadores apreciam reportagens feitas por jornalistas que usam uma linguagem mais despojada, opinativa, posicionando-se em frente às câmeras como um ator (participando ativamente do fato)? Atualmente, a fronteira entre o que se entende por jornalismo e entretenimento é muito tênue. Os telejornais mesclam informações úteis e trivialidades destinadas a provocar emoções, apostando no sucesso mercadológico de produtos híbridos. Bistane e Bacelar<sup>220</sup> afirmam que não é de hoje que os noticiários buscam capturar o público pela emoção, por entender que os telespectadores gostam de receber informações de uma maneira mais interessante, menos fixa e formal.

De acordo com Pereira Junior<sup>221</sup>, a televisão mostra que noticiar também é fazer cena: jornalistas que viram o centro de uma reportagem; fatos que só existem porque há uma câmera de TV presente e informações que se destacam pela diversão/humor. Marcondes Filho também ressalta este problema. Ele questiona se os telejornais noticiam e informam, ou se são programas de entretenimento e distração como qualquer outro, mas com o diferencial de apresentar características informativas. Para o autor, no telejornalismo, onde deveria ter informação, há encenação. O telespectador se deixa convencer pela forma séria da apresentação, pelo tom oficial e rígido dos apresentadores, pela própria falta de dados e informações anteriores e pela dramaturgia *standard* de seus profissionais.

---

<sup>220</sup> BISTANE e BACELAR, 2005, op. cit., p. 86.

<sup>221</sup> PEREIRA JUNIOR, 2002, op. cit., p. 256.

Telejornais como ‘shows da vida’ extraem dos fatos toda a sua explosividade e os transformam em variedades e diversão. Assim, os meios de comunicação ao relatarem uma ocorrência ou um movimento social reivindicatório, um fato, enfim, atribuem-lhe status de espetáculo, de show público como vida social (MARCONDES FILHO, 1996, p. 53)<sup>222</sup>.

A interferência dos repórteres e dos apresentadores no discurso noticioso foi o segundo tópico percebido pelos entrevistados dos três grupos:

**Cristiane, 30, Taguatinga** – Interferência dos jornalistas: “Eu acho sinceramente que o DFTV é tendencioso e superficial (...) Acho que os repórteres poderiam ser um pouquinho mais imparciais. É claro que acaba tendo aquele momento opinião, né, mas que aquilo fosse mais suave”.

**Pedro, 40, Taguatinga** – Interferência dos jornalistas: “Mas eu acho que o DFTV é muito tendencioso. Acho que os repórteres colocam muito a opinião própria. Não realmente que a comunidade, não o que está acontecendo, mas mais a opinião deles. Então, eu acho que isso teria que mudar”.

Os participantes destacaram que os ‘âncoras’ que apresentam o telejornal demonstram grande autonomia para manifestar opiniões, mas nem sempre é o que espera o telespectador. Sobre este comportamento opinativo, especialmente, sobre o discurso e a atitude do apresentador Alexandre Garcia, os 3 grupos descreveram inúmeras falhas e ponderações sobre a linguagem usada por ele.

**Renato, 31, Brasília** – “Uma coisa que me incomoda: o Alexandre Garcia, metido a dar sermão, me incomoda muito, muito. Alguns momentos, já vi ele dar sermão como se fosse um puritano, dando um sermão, como se a opinião dele fosse a correta. Ele tem que ter muita responsabilidade quando tiver fazendo a opinião dele lá”.

**Adriana N., 30, Brasília** – Em relação aos comentários do Alexandre Garcia, eu concordo com ele (**se referindo ao Renato**), teve um dia que ele passou um bom pedaço do jornal, falando sobre as pessoas que correm em Brasília, sobre os pardais, blá, blá, blá. 3 dias depois, ele passou por mim numa Pajero, acho que era o carro que ele tinha, no eixão, a 120 por hora, me deu um cortadão, eu olhei. Mas na frente, ele precisou reduzir, quando eu olhei. Ahhhh! Fala sério, hein!

---

<sup>222</sup> MARCONDES FILHO, 1996, op. cit., p. 53.

**Neuza, 56, Brasília** – “Com relação ao Alexandre Garcia, os comentários dele muitas vezes sobra, né! (**muitos risos**) Tem que se ater a função dele ali de divulgar a notícia e tudo bem”.

**Ricardo, 31, Brasília** – “Quanto a questão dos apresentadores, os comentários do Alexandre, às vezes, ele abusa um pouquinho. Ele transborda, ele não sobra não, ele transborda. Ele pula. Ele exagera um pouco”.

Durante a exibição das edições de novembro do DFTV, os receptores entrevistados anotaram as frases e as opiniões pessoais do Alexandre Garcia, ditas no fim das reportagens. De acordo com os grupos focais, o apresentador fez, no mínimo, 1 comentário por telejornal. São eles:

- Na reportagem do dia 31/10/2005 sobre limpeza de bocas de lobo, denominada operação primavera, o apresentador encerrou com o comentário: “saco plástico e garrafa plástica são uma bosta”.

- No estúdio do dia 01/11/2005 com o cantor Martinho da Vila (sobre divulgação de um livro escrito por ele), Alexandre Garcia começou a entrevista com a seguinte frase: “não está faltando mais leitura no Brasil porque a faculdade é particular no Brasil (risos)” e interrompeu o cantor duas vezes para fazer outras perguntas.

**Edival, 56, Santa Maria** – Se referindo ao estúdio com Martinho da Vila: “O que eu não gosto no jornal, primeiramente, é do procedimento do senhor Alexandre Garcia. Devido quando ele vai fazer uma entrevista com alguém, ele corta o assunto da pessoa, quando a pessoa tá falando, ele entra no meio e atrapalha”.

- Na matéria sobre a contaminação por Benzeno veiculada no dia 02/11/2005, o apresentador rebateu a resposta do secretário de Meio Ambiente, que disse que a população não precisa se alarmar porque a contaminação é pontual, atinge apenas um poço artesiano em Sobradinho. Alexandre Garcia brincou: “Só não entendi essa nota dizendo que a contaminação é pontual. Será que é de hora em hora (risos)”.

- No dia 03/11/2005, no fim da reportagem sobre uma cadela de Sobradinho chamada Priquitudes, candidata do concurso “Meu Cão é o Cão” como o cachorro mais feio

do Brasil, Alexandre concluiu: “Acho que a Priquitudes é um cruzamento de poodle com pequinês. E com hiena também (risos). Eu acho ela muito simpática (risos)”.

- No dia 04/11/2005, depois de mostrar a matéria sobre uma escola quebrada no Gama, o apresentador disse: “Um país sério que quiser ter futuro trata a escola como um lugar sagrado” e ficou calado por alguns instantes.

**Greiciane, 37, Taguatinga** – “Ele é tendencioso. Ele tem que deixar um pouquinho as opiniões dele, ele não pode tá colocando o lado pessoal dele. Ele coloca muito na questão política, por exemplo. Se ele não gostar do político, o político pode ser o melhor da face da terra, mas ele detona. Questão de greve também. Ele não vê o lado, então, ele pega e leva pro lado pessoal. Eu acho que o repórter ele tem que ser um pouquinho imparcial, acho não, ele tem que ser imparcial”.

**Cristiane, 30, Taguatinga** – (...) Só queria acrescentar que a ironia dele me irrita profundamente, ele é extremamente irônico, parcial, e muitas vezes as críticas que ele faz não tem fundamento nenhum. Ele só observa por um lado, ele esquece do servidor público, o negócio dele é criticar, o servidor ganha muito bem, o professor come a merenda do aluno, o servidor público não trabalha não tem competência. Ele ignora totalmente esse lado, o negócio é criticar, né! Pode ser uma coisa bonita todo mundo certo que ele tem uma piadinha negativa pra fazer e sempre tá generalizando pro lado negativo, decididamente eu não suporto o Alexandre Garcia.

**Elias, 27, Taguatinga** – “Ele tá uma coisa! Não sabe se é ele que quer ser o Boris Casoy ou se o Boris quer ser ele, não sei se é o sonho dele. Por que eu acho o seguinte: a imprensa como um todo tem que ser completamente imparcial. A partir do momento que o apresentador, o âncora, passa a opinar sobre o assunto A ou B já não começa a ficar legal, entendeu! O cara tece comentários completamente impertinentes sobre qualquer assunto. É de um sensacionalismo impressionante, tá! As coisas que ele comenta, a gente vê que assim notoriamente que os comentários tendem para a realidade dele”.

Dos 30 participantes dos grupos focais, apenas 1 defendeu o discurso utilizado pelo Alexandre Garcia no DFTV:

**Fernanda, 26, Taguatinga** – “Eu gosto das notícias dele exatamente por causa da crítica também, tudo que a gente tem vontade de falar ele acaba falando no jornal e sempre que acontece um fato político principalmente ele tem alguma coisa interessante pra acrescentar, uma piadinha pra fazer pra despertar o pensamento crítico. Acho isso muito interessante”.

No âmbito do discurso, pode-se dizer que os telejornais usam a linguagem audiovisual para se aproximar do receptor, com a função de levá-lo a entender e consumir a mensagem apresentada. Fazem o que os estudiosos culturais da comunicação chamam de contratos de leitura com o receptor. Contratos estes formados por modalidades identificatórias e culturais. A linguagem usada no telejornal local, ou seja, o discurso jornalístico do DFTV manifesta-se com o propósito fundamental de interpelar o receptor, mediar a representação da realidade e estabelecer o percurso de leituras. Observa-se neste estudo, que o discurso informativo (indicado pelos manuais de redação) usado para narrar os acontecimentos, sem opiniões ou enunciados pessoais, não foi apontado como um problema ou uma discrepância, demonstrando assim, que os receptores entrevistados fizeram suas leituras e interpretações sem resistências. Como os receptores relataram: “o DFTV traz os assuntos da cidade, que são necessários para agente estar bem informado”, “as pessoas confiam nas informações”, etc. Apesar de alguns entrevistados terem manifestado que o telejornal local divulgar fatos de forma parcial e tendenciosa. Neste ponto, os contextos não foram especificamente explicados.

Porém, a linguagem opinativa de apresentadores e de repórteres construída com referências particulares, em alguns casos, não provocou interações na leitura dos receptores pesquisados. Pelo contrário, irritou-os e gerou repulsa. É importante salientar que dar uma opinião significa dar uma interpretação, de acordo com os valores e juízos próprios. Valores que podem exprimir ou não o senso comum dos telespectadores. Se comentários e opiniões explícitas do âncora são usados para criar uma perspectiva de intimidade, mesmo que distante, esse recurso pode tanto aproximar, quanto reduzir a identidade discursiva entre emissor e receptor. Destaca-se pelas falas dos 30 entrevistados dos grupos focais, em outros termos, que a linha editorial mais opinativa no noticiário local da Rede Globo ainda não se consolidou no espaço da recepção destes representantes da comunidade.

### 5.3. Como se constroem os processos de interação e de mediação entre mensagem e público?

“A comunidade mostrada no telejornal é o objeto que passa a ser observado. É sobre ela que recai nosso olhar e a participação que ela passa a ter em uma mídia que nos atrai a atenção. Cada vez mais as emissoras de TV têm buscado a aproximação com o público” (GUZZONI, 2001, p. 23)<sup>223</sup>.

Neste momento, buscou-se compreender como os moradores do Distrito Federal se interagem socialmente e culturalmente com o telejornal DFTV. O processo de comunicação representa uma interação entre emissor e receptor. A mensagem é usada para interligar esses dois pólos, formados por sistemas sociais e contextos culturais diferentes e complexos. A eficiência da comunicação está na tentativa de consumir as habilidades, as atitudes e os conhecimentos de produtores e receptores, fazendo com que a mensagem tenha sentido para ambos.

Para Mouillaud<sup>224</sup>, interatividade é certo grau de incorporação da mensagem pelos sujeitos sociais no processo informativo, o que, por vezes, pode implicar na própria decisão acerca dos fatos de interesse público (que merecem ser divulgados) bem como a melhor versão (politicamente correta) dos mesmos. Utilizar-se-á nesta pesquisa o conceito de interatividade proposto por Nuñez<sup>225</sup>. Interatividade como sendo o rompimento da via unilateral emissor-receptor e a busca de uma relação mediada onde o receptor tenha e mostre a sua importância não apenas na participação nos telejornais, mas também na elaboração das mensagens. A interação no processo de comunicação representa a tentativa de cobrir a brecha entre a produção e a recepção das mensagens.

A recepção da televisão, no caso estudado de um telejornal, é um modo de interagir não só com as mensagens, mas com a sociedade, com outros atores, com os problemas coletivos. O processo de recepção é um processo de interação, é um processo de negociação de sentidos.

---

<sup>223</sup> GUZZONI, 2001, op. cit., p. 23.

<sup>224</sup> MOUILLAUD, 1997, op. cit., p. 259.

<sup>225</sup> NUÑEZ, Léo. op. cit., p. 175 - 177.

O receptor é participante na construção das imagens, reconhecimento de sinais, preenchimentos de lacunas e reconstituição de um estilo familiar e conhecido. Capaz de perpetuar e redefinir padrões, de apropriar-se dos gêneros e transformá-los em referências, ao mesmo tempo, particulares e universalizantes (BORELLI, 2002, p. 82)<sup>226</sup>.

Pelo telejornal, as pessoas encontram ligação para relacionar-se consigo mesmas; como se vêem a si mesmas e como constroem sua identidade de sujeito. Dessa forma, a comunicação deixa de ser apenas representação e se torna interação enquanto componente do processo social. “O que se percebe hoje é certa tendência à interação público/TV onde uma série televisual, neste caso um telejornal, provoca uma reação, interage com o meio antes, durante e depois desta reação e, posteriormente, também responde à ação provocada”<sup>227</sup>.

O expressivo interesse dos selecionados dos 3 grupos focais nesta pesquisa já demonstra uma busca pessoal de interação com o objeto de estudo. O empenho em participar das reuniões, assistir mais de duas horas de telejornal, dividir opiniões particulares e conhecer as significações atribuídas pelo coletivo são manifestações do interesse latente dos cidadãos, que almejam uma condição participativa maior com o DFTV.

Partindo desta constatação, a pesquisa procurou saber se os entrevistados tiveram alguma relação direta com o telejornal, se foram entrevistados ou tiveram representantes próximos aparecendo na tela:

1) Dos 30 entrevistados, 25 nunca apareceram no telejornal. A maioria apresentou respostas breves: “Eu não queria aparecer porque sou tímida”. “Ia gaguejar até uma hora”, “Já vi repórter fazendo alguma entrevista, só que eu nunca apareci”, “Não tenho vontade”, “Já tentaram me entrevistar. Não vou, não dei entrevista”, “Se eu tiver que aparecer, só se for na novela da Globo”, etc. Alguns manifestaram vontade de opinar, mas com restrições.

**Tânia, 33, Santa Maria** – “Morro de vergonha. Mas eu queria sim. Se um dia eu estivesse no conjunto nacional e abordasse um tema que me interessasse, eu colocava a boca no trombone”.

---

<sup>226</sup> BORELLI, Sílvia Helena Simões. *Gêneros Ficcionalis: Materialidade, Cotidiano, Imaginário*. In: SOUSA, 2002, op. cit., p. 82.

<sup>227</sup> GUZZONI, 2001, op. cit., p. 20 – 21.

**Fernanda, 26, Taguatinga** – “Eu falei que não tenho vontade de aparecer, mas não é bem assim. Às vezes, acontece de ter alguma reportagem que eu tenho muita vontade de aparecer para poder dar minha opinião. Por que acontece da pessoa ser tendenciosa ou não ter vivido uma situação e falar daquilo com ganho de causa. Aí, você acaba se sentindo, assim, prejudicada porque as opiniões das pessoas acabam prejudicando a gente, isso às vezes te fere, né! Então, eu tenho vontade de aparecer sim para poder falar”.

**Pedro, 40, Taguatinga** – “Dependendo da reportagem, eu gostaria de expor a minha opinião, mas dependendo de algumas outras, não. Ninguém sabe, né!”.

**Elias, 27, Taguatinga** – “Eu daria entrevista sim desde que eu tivesse opinião formada a respeito do assunto. Aparecer por aparecer, eu não boto fé não”.

2) 5 pessoas já deram entrevistas e compartilharam a experiência com os outros membros.

**Camila, 18, Brasília** – “Eu já fui entrevistada uma vez. Quem me entrevistou foi o Renato Peters (**repórter de esporte**). Eu estava vendo o jogo do brasiliense. Ele estava fazendo uma matéria sobre a presença feminina nos estádios. Eu dei minha opinião lá. Tava no segundo tempo. Ele perguntou: o que você está achando do jogo? Eu falei: ah! Brasiliense não está jogando nada. Era época do Túlio maravilha. Eu falei que ele não faz nada. Tem que tirar ele e colocar o Tiano. Aí, tá. Voltou no segundo tempo. O técnico colocou o Tiano e o Tiano fez o gol. Gostei! É legal. Tem uns minutos de fama. Todo mundo do colégio fala: eu te vi! Oba que legal. No elevador, todo mundo pára. Você mesmo. Foi legal. Até hoje, eu tenho uma fama: apareceu no DFTV (**risos**)”.

**Paulo, 34, Brasília** – “Já fui entrevistado, foi legal. Um assunto que tava em pauta, né! Foi exatamente nessa parte de informe ao cidadão. A gente tava fazendo uma feira de imóveis no conjunto nacional, o DFTV foi lá, fez a reportagem, informou como estava sendo o procedimento e era voltado para o pessoal de baixo poder aquisitivo, foi bem interessante, assim”.

**Edival, 56, Santa Maria** – “Eu já apareci no DFTV. Fui entrevistado pela equipe do DFTV no aeroporto recebendo o primeiro ministro do Japão. Gostaria de mais vezes. Foi ótimo. As pessoas me encontraram na rua. Ah! Eu te vi no DFTV e coisa e tal. Obrigado”.

Uma participante de Brasília e um de Taguatinga não gostaram da repercussão da reportagem, se sentiram prejudicados e dizem que os jornalistas incluíram alterações nos fatos e opiniões desnecessárias.

**Patrícia, 29, Brasília** – “Uma vez, eu saí na televisão sim, no jornal nacional e no dia seguinte no DFTV. Foi uma matéria que eu não gostei também. Falaram o que não era verdade, o fato em si. Falaram que *playboy* de Brasília batendo pega, bate o carro. E não foi o que aconteceu. Eu sofri o acidente e eu que apareci na televisão, como se eu tivesse dirigindo. Na verdade, não era eu, o carro não era meu, e quem sofreu o acidente mesmo estava lá preocupado com a pessoa. Eu não gostei”.

**Dalmo, 33, Taguatinga** – “É aconteceu comigo, tipo assim, eu me senti muito rebaixado pelas coisas que ele (**citando o apresentador Alexandre Garcia**) falou na televisão. Eu atropeli uma senhora e foi enfatizado que eu tava culpado e tudo mais. E na verdade a mulher já tinha tentado suicídio três vezes e ela tinha deixado uma carta. Então a gente não pode se julgar se foi realmente um acidente ou se ela tentou se matar. Ele enfatizou, certo! que eu era culpado, que a gente anda correndo, que não sei o que, e foi, tipo assim, totalmente o contrário. Então isso mexe muito com as pessoas”.

Entende-se que estas experiências e vivências frente às representações do telejornal local podem contribuir para a construção de um enquadramento, de uma visão dirigida, na interpretação da pluralidade de mensagens. Comparando com outros resultados desta mesma pesquisa, constata-se que Patrícia deu a nota mais baixa dada pelo grupo focal de Brasília. Nota 6. Dalmo deu a nota 5 ao DFTV, uma das menores notas do grupo de Taguatinga.

3) 3 integrantes dos grupos citaram a participação de parentes, amigos e conhecidos e comentaram a reação deles frente à representação audiovisual. Pelas falas, a aparição das pessoas citadas não foi um fator positivo.

**Cristiane, 30, Taguatinga** – “Pessoas conhecidas que já apareceram? Assim, a minha chefe, a chefe da procuradoria jurídica da Terracap, já deu algumas entrevistas. A presidente da empresa já deu, enfim! Conhecidas assim, relacionadas ao trabalho, só. (**Como foi a reação?**) É um escândalo, né! Ninguém fala nada (**risos**) Todo mundo fica murquinho, né! Com relação ao escândalo, a gente só liga um pro outro. Você viu? Você viu?”

**Michel, 30, Taguatinga** – “Um tio meu já apareceu uma vez, dando uma reportagem lá no setor comercial sul porque ele liderava o movimento lá do pessoal. Ele vende bijuteria, reivindicando espaço lá no setor comercial sul para as bancas, pra a feira nova que iam fazer, um monte de promessas que até hoje essa feira não saiu. Ele é que fazia o barulho. Ele apareceu no DFTV uma vez (...) ele mesmo foi contar pra gente, o que ele tinha feito, o jeito que foi. Que ele brigou com não sei quem, que falou com não sei mais quem (...) Teve uma repercussão péssima pra ele, super negativa por questões políticas. Ele foi extremamente prejudicado”.

**Andréa, 16, Santa Maria** – “Meu pai alguns anos atrás, ele também apareceu. Ele é motorista de ônibus e numa determinada avenida, ele sofreu acidente, o cara do outro carro morreu e aí, ele apareceu. Foi o foco principal da matéria do DFTV naquele dia (**Como foi a reação?**) Olha, eu era muita pequena naquela época e foi traumatizante. Meu pai matou um cara, claro que não foi intenção, mas....era o que dava pra entender para uma criança naquela época”.

Coincidentemente, Andréa declarou no início dos trabalhos, que não assistia o DFTV e nenhum telejornal da TV Globo, apenas os telejornais das emissoras concorrentes. Esta participante deu a nota 3 ao DFTV, menor nota dada no grupo focal de Santa Maria. Novamente, percebe-se que as experiências anteriores dos participantes (Patrícia de Brasília, Dalmo de Taguatinga e Andréa de Santa Maria) em relação ao telejornal influenciaram na sua avaliação como um todo. Nota-se que as respostas evidenciam que o telejornal local faz parte do cotidiano e da vida das pessoas. De uma forma ou de outra, a memória afetiva dos entrevistados é acionada quando eles são questionados e falam sobre o DFTV. Este é um tópico pertinente a ser melhor investigado num trabalho futuro sobre o assunto.

Entende-se que na troca comunicativa, a mensagem divulgada pelo emissor produz no receptor uma influência. Influência esta que pode retornar modificada ao próprio emissor, dependendo das experiências e dos valores dos sujeitos. “Através das mediações é possível entender fundamentalmente a interação entre produção e recepção”<sup>228</sup>. Portanto, a interação social e cultural dos receptores pesquisados com o telejornal local depende do modo como cada um percebeu, leu e usou as representações audiovisuais oferecidas como produto mediático:

4) Reconhece-se a diversidade dentro das comunidades analisadas num contexto específico, logo sinaliza-se a existência de interação relativa com o discurso

---

<sup>228</sup> ESCOSTEGUY, 2001, op. cit., p. 101.

informativo e de oposições e resistências particulares (resultado de processos de troca entrelaçados por práticas e experiências familiares, histórias e sociais).

5) Observa-se pelos discursos que nenhum entrevistado se sentiu excluído ou menos representado porque não foi entrevistado, até então, pelos jornalistas do telejornal. Ciro Marcondes Filho no livro *Jornalismo Fin-de-siècle*, 1993, considera nesse ponto um indício de desigualdade social, no plano do discurso “a dos que têm chance e os meios de falar e de se impor, mesmo sem ter nada o que dizer contra os que não os têm. Esta é uma relação de poder: ter acesso aos meios de comunicação configura um atributo de poder àqueles que dominam. A posse e o direito de expressar publicamente opiniões confirmam privilégios diferenciados”. Apesar disso, no contexto analisado, o ‘aparecer individual na televisão’ para estes grupos específicos não demonstrou ser determinante para que os entrevistados se sintam parte do DFTV. O ponto focado por eles foi a visibilidade do coletivo na televisão. A necessidade de representar a cidade e a comunidade como um todo foram as questões levantadas por eles para que possam se sentir mais ou menos representados:

**Greiciane, 37, Taguatinga** – “Eu nunca apareci, não quero aparecer, mas Taguatinga deveria aparecer mais. Taguatinga realmente não aparece. É uma das maiores cidades do Distrito Federal, mas eu vejo isso mais como uma questão cultural e política. Por que até, assim, em termos de administração, as pessoas falam de Distrito Federal, eles só pensam em Brasília”.

**Juliana, 20, Brasília** – “Nunca apareci no DFTV, nunca fui entrevistada. Nada. Só assisto. Mesmo assim, eu acho que o jornal tinha que ouvir mais a comunidade, ir lá na comunidade, fazer matérias em cada cidade satélites, todas as cidades. Tipo: ir lá, o que tem de bom na cidade? Não é só falar coisa ruim. Isso aqui não tem asfalto, luz, nem nada. Falar o que tem de bom o que tem de ruim”.

Neste estudo, procurou-se descobrir também como é a ligação dos telespectadores pesquisados com o DFTV e como eles se utilizam dos vínculos criados pela TV Globo para fortalecer os laços com os receptores do telejornal local. Que inserções culturais são utilizadas como mediações para interpretar o produto midiático? Que

mecanismos estão à disposição do receptor e são usados para criar uma relação ‘próxima’ com os produtores da mensagem?

Se antes o telespectador só poderia ter acesso às reportagens do telejornal no momento exato que elas estavam sendo veiculadas, pela tela da TV, agora os meios de comunicação proporcionam a possibilidade da interlocução do receptor com o emissor, e destes entre si. Existem mecanismos criados pela empresa para intensificar a participação da comunidade. A página do DFTV na internet: (<http://www.globo.com/dftv>), criada em 2003, permite que os telespectadores entrem no circuito da interatividade e acesse pelo computador as edições do telejornal local. A Rede Globo dispõe também de uma Central de Atendimento ao Telespectador, a CAT, que recebe a opinião dos receptores por telefone. Quando questionados sobre estas ferramentas, os grupos se mostraram assim:

<b>Brasília</b>	<b>Página do DFTV na internet</b>	<b>Telefone da CAT</b>
Camila	acessa raramente	Não
Juliana	acessa raramente	Não
Adriana	acessa o site com frequência	liga com frequência
Patrícia	não acessou	Não
Adriana N.	acessou o site 1 vez	Não
Ricardo	acessa o site com frequência	Não
Renato	não acessou	Não
André	acessa o site com frequência	Não
Paulo	não acessou	Não
Neusa	não acessou	Não

**Adriana, 28 Brasília** – Justificando o contato freqüente com o DFTV: “Sou assessora de imprensa. Eu uso os canais de telefone, e-mail e fax também. A recepção é muito boa. Gosto muito da atenção que os produtores têm com a gente. Por mais que esteja a maior correria na redação, eles atendem, eles dão uma satisfação”.

<b>Taguatinga</b>	<b>Página do DFTV na internet</b>	<b>Telefone da CAT</b>
Wesley	acessou o site 1 vez	Não
Fernanda	acessou o site 1 vez	Não
Andréa	não acessou	Não
Elias	diariamente acessa o site	Não
Cristiane	acessa raramente	Não
Michel	acessou o site 1 vez	Não
Vinicius	não acessou	Não
Dalmo	não acessou	Não
Greiciane	acessou o site 1 vez	ligou 1 vez
Pedro	não acessou	Não

**Elias, 27, Taguatinga** – Este entrevistado assiste o telejornal DFTV apenas pela internet: “Eu, por gostar muito de jornal, antigamente eu me estressava, mas assim, profundamente estressado quando eu perdia o jornal. É sério, velho! (**risos**) Bicho, eu me estressava profundamente, ficava estressado quando eu perdia ou o Fantástico, ou o Jornal Nacional, sério. Mas depois que a Globo começou a veicular tudo pela internet, está assim. Hoje, eu vejo mais o telejornal via internet do que na televisão mesmo. Eu acesso 7 dias da semana. Às vezes, duas ou três vezes por dia. Eu vejo o DFTV, o Bom dia DF, o Jornal Nacional, o Fantástico, o Jornal Hoje, o Jornal da Globo, o Bom Dia Brasil, o Globo Rural, o Auto Esporte TV e assisto tudo isso pela internet”.

<b>Santa Maria</b>	<b>Página do DFTV na internet</b>	<b>Telefone da CAT</b>
Andréa	acessa raramente	Não
Wanderson	acessa raramente	Não
Daiane	acessa o site com frequência	Não
Suême	acessa raramente	Não
Andréia O.	acessa o site com frequência	ligou 1 vez
Bruno	acessou o site 1 vez	Não
Tânia	não acessou	ligou 1 vez
Adelma	não acessou	Não
Antônio	não acessou	Não
Edival	não acessou	Não

Os jovens de Santa Maria Andréa, Wanderson, Daiane, Suême e Andréia O. relataram que acessam o site do telejornal local a pedido da escola, para retirar assuntos do cotidiano que serão debatidos em sala de aula. Os discursos abaixo ilustram as motivações dos receptores:

**Daiane, 17, Santa Maria** – “Eu sempre acesso o site pra ver, principalmente, na época da escola, pra ver aquelas crônicas, para ter base nos assuntos. Por que uma vez a gente fez um trabalho e estava difícil de achar o tema, eu não lembro qual foi e a gente achou lá no quadro crônicas da cidade”.

**Bruno, 19, Santa Maria** – “Já acessei o site, nem sei como foi. Eu acessei o site da Globo geral e acho que caiu em algum ícone do DFTV. Eu peguei informações para o trabalho da escola”.

Percebe-se que o canal de comunicação com a emissora por telefone não foi usado pela maioria dos entrevistados. As explicações recolhidas apontaram para o desconhecimento do número do telefone do DFTV (nas 6 edições exibidas, os números da redação de jornalismo e da Central de Atendimento ao Telespectador não foram divulgados). Quem ligou, reclama do não atendimento das reivindicações por parte do telejornal local.

**Renato, 31, Brasília** – “Eu desconheço o telefone para participar da pauta, link, não sei como é que é”.

**Edival, 56, Santa Maria** – “Eu quero frisar aqui na minha colocação, o que o colega citou ali, é muito mal divulgado a numeração. O acesso que a comunidade tem do DFTV deveria ser mais divulgado para que nós possamos procurar mais”.

**Greiciane, 37, Taguatinga** – “E uma vez, a gente tentou entrar em contato com o DFTV para usar aquela utilidade pública, pedindo um doador de sangue, mas a gente não conseguiu! Não, de forma alguma. A gente não conseguiu falar no DFTV, na redação”.

**Adriana. N, 28, Brasília** – “Eu também não sei o telefone”.

**Antônio, 40, Santa Maria** – “Mas os números da Globo, não sei quais são. Dos estúdios da Globo, eu não sei”

**Tânia, 33, Santa Maria** – “Uma vez, eu precisei porque estava no hospital, no pronto-socorro há muito tempo. Liguei pra Rede Globo pra pedir pra fazer uma matéria lá e também não fui atendida, não (**como se sentiu?**) É péssimo, né! O DFTV sendo como é. Péssimo na hora que você precisa, ele não te atender. E eu precisava fazer a matéria porque eu tava muito tempo no pronto-socorro, lotado, aquelas historinhas que a gente vê, mas aí, não fui atendida não”.

Comparando as falas dos receptores específicos com os dados de acessos à internet (<http://www.globo.com/dftv>) - 71.292 acessos em novembro de 2005 - e ligações para a Central de Atendimento ao Telespectador - 89 ligações referentes ao telejornal DFTV recebidas em novembro de 2005, comprova-se:

1) O número de ligações dos receptores por telefone é expressivamente menor que o número de acessos à página do DFTV na internet. Isso se deve, em parte, pela falta de divulgação do telefone da TV Globo em Brasília e pela dificuldade de resposta da televisão aos pedidos da comunidade e aos problemas relatados por eles. Os membros dos grupos focais que conseguiram contato com a emissora não obtiveram um resultado satisfatório.

2) Dos 30 entrevistados, 18 acessaram o site do telejornal local. Um participante de Brasília assiste o DFTV exclusivamente pela internet. 12 pessoas nunca acessaram: 4 em Brasília, 4 em Taguatinga e 4 em Santa Maria, o que demonstra que a localidade onde o receptor mora, a escolaridade ou a renda mensal não interferiram na questão da acessibilidade. Observa-se que os mais velhos dos 3 grupos não buscaram informações ou contato com a emissora via internet.

Portanto, deduz-se que as ferramentas interativas instituídas pela TV Globo com o objetivo de ampliar a comunicação entre emissor e receptor, servem hoje para retransmitir as reportagens e o conteúdo divulgado na TV e levar opiniões e reclames da população. O retorno dessa comunicação mediada parece estar em construção. O *feedback* ainda é deficiente, de acordo com os grupos focais entrevistados. Na verdade, não há interatividade. Há mensagens da TV Globo para a comunidade e não vice-versa.

## Capítulo 5. Considerações Finais

Para interpretar o telejornal local DFTV e revelar a percepção de receptores entrevistados, a aceitação e o seu sentimento de pertencimento como membro de uma comunidade, foi preciso fazer uma extensa pesquisa nos textos sobre a história da televisão no Brasil, da emissora TV Globo e do telejornal em questão e mergulhar neles. Assim, avançou-se na busca dos processos de produção da notícia local e da estrutura do DFTV.

Procedeu-se, então, à investigação. O estudo “TV em Tela” fez uma análise de conteúdo e de discurso do telejornal local DFTV e pesquisou reportagens de 4 semanas aleatórias de 4 meses não-consecutivos, a fim de registrar o formato, os assuntos recorrentes, as características comunicacionais e o estilo de linguagem utilizados. Compararam-se os dados recolhidos com parâmetros como a constância de reportagens representativas de cada cidade-satélite do DF, as categorias prevalentes, os índices de participação comunitária, entre outros.

De posse desses dados, foi possível esquematizar um quadro do telejornal local e avançar para uma segunda etapa: a recepção da mensagem audiovisual. A pesquisa recolheu e analisou depoimentos de 30 telespectadores de Brasília, Taguatinga e Santa Maria, com o objetivo de identificar a frequência de conteúdo discursivo no cruzamento de opiniões. Pretendeu-se, neste momento, investigar as mediações e as formas de interatividade que se apresentaram entre mensagem, produtor da mensagem e receptor.

Esta pesquisa classifica-se como um estudo de caso do telejornal DFTV e o consumo sócio mediático de uma parcela segmentada da audiência. “Não há pesquisa metodológica suficiente para tirar conclusões seguras e rápidas. É possível, contudo, fazer algumas observações que podem ajudar os pesquisadores a considerar as opções e fazer uma decisão bem fundamentada”<sup>229</sup>.

Ao captar as mensagens do telejornal e as falas dos receptores, a pesquisa desenvolvida num período determinado enfocou os possíveis resultados mediados pela

---

<sup>229</sup> BAUER e GASKELL, 2002, op. cit., p. 77.

análise, a vivência e a percepção da realidade apresentada dentro de uma conjuntura histórica e contexto social.

Em dois anos de pesquisa para comprovar o objeto de estudo, verificou-se que os resultados obtidos contribuíram para a compreensão dos processos de produção e de mediações das representações audiovisuais entre comunicadores (produtores da mensagem) e o público entrevistado. O estudo sobre o DFTV da Rede Globo em Brasília possibilitou traçar um mapa das formas de emissão e um registro dos discursos de uma determinada audiência.

O trabalho com os grupos focais buscou os sentidos dados pelos receptores frente ao telejornal local DFTV e procurou padrões e conexões entre os discursos dos participantes, sem deixar de lado, principalmente, as contradições, as atitudes e as opiniões que emergiram dos conteúdos dos discursos.

Partiu-se do pressuposto que o telejornal não é apenas um meio de levar as informações sobre a cidade para um público-destino, mas sim uma forma de contribuir, ele próprio, com a evolução do quadro cultural da comunidade nos quais os fatos, as identificações e as representações ganham sentido e significados. O público é entendido como um conjunto que recebe a informação e a interpreta; constrói e reconstrói significados; forma-se e deforma-se diante das variedades apresentadas na tela da TV cotidianamente. A percepção dos receptores do telejornal é resultado da captação e da decodificação das informações por intermédio de códigos e valores socioculturais individuais e coletivos. Observou-se que a televisão já não é tão hegemônica na construção da imagem-representação. Hoje, os receptores traduzem novas formas de compreender o que está sendo mostrado. A mensagem da televisão tanto pode legitimar as representações da coletividade e da comunidade, quanto estimular uma reação diferenciada ao ponto de o receptor modificar o significado dominante e abrir espaço para negociações.

Percebeu-se nos discursos de alguns entrevistados crença na TV como a representação autêntica e natural do modo como as coisas são. Mas, em geral, as percepções da realidade foram mediadas pela habilidade dos telespectadores em extrair significados e julgar o que é mostrado. A recepção é constituída já no interior do próprio processo discursivo por meio das múltiplas operações articuladas pelos processos da própria linguagem.

Os participantes entrevistados não se mostraram apenas como consumidores do DFTV, mas também como questionadores do produto apresentado, esperançosos no ‘poder’ dado por eles ao telejornal local de instrumento ativo da população junto aos governantes para a solução de problemas dos moradores.

Um ponto se destacou na análise quantitativa com a análise qualitativa dos discursos dos receptores. Observou-se que o tema Cultura foi o que ocupou mais espaço no corpo do telejornal local. Na semana pesquisada, as reportagens categorizadas como culturais representaram 39 % do tempo total do DFTV. Os conteúdos informativos de Cultura mobilizaram os discursos dos grupos focais em questão. Verificou-se que os receptores classificaram a agenda cultural (principal instrumento usado pelo DFTV para noticiar a programação cultural) como “válida” e “interessante”. Enfatizaram que o telejornal acaba sendo um meio rápido e fácil para se informar sobre os shows e espetáculos da cidade.

O grupo de Santa Maria, especialmente, demonstrou um grau de diálogo com o telejornal e questionou o que é chamado ‘Cultura’ no DFTV, demonstrando para a pesquisa que o receptor mantém com o emissor da mensagem uma troca. Participantes da cidade-satélite de baixa renda questionaram o uso da palavra cultura para as divulgações de eventos musicais e teatrais, o que para eles é informação sobre lazer.

Esta pesquisa pôde comprovar que os receptores ativos fizeram uma análise heterogênea da mensagem que é mostrada. A agenda cultural foi avaliada como um roteiro do que se tem pra fazer no fim de semana. Já a Cultura foi entendida como prática, em concordância com os estudiosos culturais de comunicação. Como exemplo, cito o estudante Wanderson de 17 anos, que contou sua experiência como ator numa peça de teatro, organizada e produzida em Santa Maria: a adaptação de Romeu e Julieta. Apesar de o evento não ter sido divulgado no telejornal local DFTV, Wanderson foi enfático ao afirmar que os ensaios, a troca com os outros atores, a vivência, tudo é cultura porque se tornou um conhecimento cultivado dentro dele.

Portanto, a ausência de divulgação de manifestações culturais, das criações e ações dos sujeitos foi categórica para que estes receptores se sentissem distantes do objeto analisado na pesquisa.

Os resultados do estudo apresentados provam que o processo de recepção é ativo e está sujeito à vivência particular e grupal do receptor, com várias leituras e obtenção

de significados. Os receptores, conclui-se, são sujeitos sociais capazes de dialogar; de construir uma diversidade de sentidos; de apresentar questionamentos e novos enquadramentos para a mensagem polissêmica. Nos exemplos capturados demonstram-se a capacidade criadora e a aptidão de resistência do telespectador, que recebe, processa, avalia, julga e interpreta a representação audiovisual, possibilitando uma construção simbólica crítica.

Determinadas constatações foram retiradas no decorrer desta pesquisa. A partir do levantamento de dados e do cruzamento das respostas dos entrevistados, verificou-se que:

- O DFTV é um telejornal local, e não comunitário, como defendeu a maioria dos emissores. As reportagens veiculadas no telejornal são pautadas pelo centro de Brasília, deixando os acontecimentos e os anseios da periferia (onde mora  $\frac{3}{4}$  da população do DF), às vezes, fora do noticiário diário. A divulgação está concentrada no plano piloto: 69% das matérias, contra 30% nas cidades-satélites e 1% no entorno. Esta diferença foi percebida pelos receptores da mensagem, que apontaram uma desigualdade na veiculação dos fatos das cidades. As ponderações descritas por eles ofereceram elementos para perceber a baixa frequência da participação comunitária no DFTV da TV Globo.

- O telejornal DFTV foi avaliado como o “melhor” telejornal local do Distrito Federal comparado com os outros telejornais das emissoras concorrentes e recebeu a nota média de 6,85. Como aspecto positivo, verificou-se que os entrevistados acolhem o produto ‘telejornal’ como uma ‘ferramenta’ aliada aos interesses da sua comunidade. Os enquadramentos negativos apontados foram os seguintes: o tempo do telejornal (considerado insuficiente para transmitir todos os acontecimentos do dia) e a repetição de assuntos, tornando o telejornal cansativo e desinteressante.

- Os grupos representantes do conjunto da população a qual pertencem expuseram que o telejornal DFTV não possui uma identidade fixa e determinada, como se percebe em outros telejornais locais da TV Globo, como o SPTV, de São Paulo, e o RJTV, do Rio de Janeiro. A prevalência de uma ou mais categorias nas matérias não construiu uma referência, nem um discurso identitário fechado ao telejornal do Distrito Federal. Comprovou-se que a identidade na pós-modernidade é algo sempre em movimento e em construção, nunca acabada e definitiva. As estratégias discursivas usadas pelo DFTV seguem

as normas estabelecidas de produção textual para telejornalismo, amplas e gerais, restringindo assim, o uso de especificidades regionais que poderiam contribuir para uma identificação social e cultural com o público.

- Apesar de a análise de conteúdo do mês de novembro (analisado neste estudo) constatar que o tema que prevalece no telejornal DFTV é Cultura, os participantes da pesquisa sugeriram que as categorias mais importantes, na ordem, deveriam ser: Educação, Utilidade Pública e Saúde. A aspiração dos receptores mostrou a esta pesquisa uma desigualdade no interesse deles em comparação com as reportagens produzidas e veiculadas na estrutura do DFTV. Talvez, por isso, a comunidade pesquisada não tenha fixado um contrato identitário mais próximo com o telejornal local das TV Globo.

- A análise das discussões dos grupos focais demonstrou que as comunidades não se sentem representadas em sua totalidade pelo telejornal DFTV e declaram uma representação “relativa”. Os entrevistados das cidades-satélites evidenciaram uma lacuna e um distanciamento frente as representações audiovisuais do telejornal; não sentiram que o telejornal fez o seu papel de forma completa, o de divulgar a totalidade dos fatos e acontecimentos do Distrito Federal. Disseram que, pela distribuição geográfica das matérias, as cidades expressivas e mais próximas têm uma visibilidade maior. As matérias são produzidas no centro e mostram a realidade de uma parcela de Brasília, cabendo a quem não é atendido reclamar. É necessário esclarecer que, de alguma forma, o telejornal cria um vínculo com a comunidade por ser estruturado e transmitido para um público específico: telespectadores do DF e de poucas cidades do entorno. As informações e os assuntos relevantes levantados pela equipe de produção passam necessariamente por um filtro para reforçar aspectos e interesses comuns dos moradores da região.

- Os telespectadores entrevistados não exibiram resistência no entendimento da linguagem do telejornal DFTV. O discurso jornalístico cumpriu sua função pragmática, que é a informação. Os 30 participantes evidenciaram como um entrave o *timing* do discurso jornalístico na TV, o tempo rápido, que impossibilita a absorção de detalhes e de elementos complementares, necessários para que o assunto seja compreendido em sua plenitude. Já a linguagem opinativa dos apresentadores não foi bem recebida. Comentários e frases do jornalista Alexandre Garcia foram criticados e apontados como fora da realidade dos telespectadores. O discurso do apresentador, carregado de opiniões pessoais, não cumpriu a

proposta de intermediação entre a mensagem e o cidadão, gerando desconforto, resistência e, pode-se dizer, até um distanciamento da proposta almejada pelo telejornal, que é de aproximara mensagem do público.

- O DFTV faz uso de ferramentas interativas (telefone, internet, etc.) na busca por uma comunicação maior e direta com os telespectadores. No entanto, verificou-se que esses instrumentos divulgados pela emissora não cumprem o objetivo de ampliar o contato entre emissor e receptor. Hoje, servem apenas para retransmitir os conteúdos divulgados e para receber sugestões, que nem sempre são aceitas ou respondidas. Logo, a interação público – produtor da mensagem no DFTV é falha e incompleta.

- Para os receptores entrevistados, o DFTV **deveria refletir o dia-a-dia da cidade**: “mostrasse para a população realmente o que está acontecendo. O que acontece para esclarecer. Por que, infelizmente, para a grande maioria é o único meio de comunicação. É a única forma de estar a par do que está acontecendo na cidade”, “o DFTV ideal seria o DFTV de alcance do Distrito Federal. Trazendo sempre novidade, mostrando o caos, os problemas, mas sugerindo soluções ou, então, solicitando soluções com os debates da população, enfatizando muito a educação, que é a solução do país inteiro”; **abrir espaço para a pluralidade de opinião, à criatividade e a diversidade**: “o DFTV ideal seria o jornal formador de críticas e opiniões. Onde abrangesse educação, cultura, falasse dos problemas das cidades, mas também colocasse as soluções”, “seria um jornal dinâmico, voltado para todas as classes sociais e as satélites, com esporte, lazer, cultura, política saúde, educação, utilidade pública, debates com a participação principal da população”; **refletir o multiculturalismo das comunidades**: “eu gostaria que desse mais ênfase na sociedade em geral. Não só a elite, mas o pessoal da satélite também. Buscar melhorar, dar mais informações sobre os direitos do cidadão e deveres também (...) Buscasse através das reportagens, trazer melhorias para a cidade. Por que a televisão é um meio das pessoas, do cidadão em si, reclamar e consegui ali seus objetivos”, e, acima de tudo, **ser um elo entre o indivíduo, a comunidade, a sociedade e os governantes**: “ um jornal tipo assim: você liga a televisão e é como se você tivesse ligando para um amigo, pra estar te dando dica, pra tá te informando alguma coisa. Seria mais ou menos, nesse sentido, entendeu? Que tivesse uma interação com você”, “eu acho que o ideal seria ouvir mais a comunidade. Expôs um tema, não acabar ali. Melhorou? O quê que aconteceu? Não aconteceu nada? Porque muita gente procura a televisão porque não conseguiu em nenhuma outra instância resolver a situação”,

“olha o DFTV pra mim ideal teria que ser a boca, os ouvidos, os olhos, os braços da população”.

Ao considerar como as mensagens são compreendidas e aceitas, registrar a natureza e a significância da atividade de recepção, abriu-se caminho para explorar as maneiras como as formas simbólicas comunicativas se tornam parte da vida cotidiana dos receptores. Pode-se, no futuro, pensar em estimular outros pesquisadores a estudar o tema proposto e ampliar o enfoque para descobrir que telejornal, que produto cultural, esses mesmos receptores seriam capazes de produzir, de acordo com suas vivências e expectativas.

Finalmente, é necessário ressaltar que, por meio da fundamentação teórica que norteou esta pesquisa, foi possível verificar que o telejornal local DFTV é um produto cultural em constante transformação. A emissora o declara como um telejornal voltado para os interesses da comunidade, mas o que se percebe é um contrato comunitário ainda deficiente com o público receptor. A pesquisa constatou falha na interação com os receptores, incompatibilidade na aceitação do discurso opinativo e pessoal, e relativa representação para algumas camadas da população, principalmente, as da periferia. A representação audiovisual predominante no telejornal local DFTV reforçou o cotidiano hegemônico do centro.

Talvez o desafio deste telejornal consista em construir um espaço onde o diálogo entre emissores e receptores possa verdadeiramente emergir, possibilitando-o captar e expressar a polifonia e a diversidade das cidades. “As lutas representacionais da cultura da mídia reproduzem discursos sociais existentes, ao mesmo tempo em que fornecem novas representações que poderão ser interiorizadas, atuando sobre o processo de formação de identidades”<sup>230</sup>.

Se o telejornal funciona como um mediador das relações coletivas com o cotidiano, é necessário que o DFTV estabeleça uma comunicação capaz de afastar o estigma de superficial, elitista e centralizado. A sociedade contemporânea, ou melhor, os telespectadores esperam que o telejornal local explore mais as potencialidades audiovisuais no sentido de suprir as comunidades com uma informação mais completa e contextualizada de uma determinada localidade.

---

<sup>230</sup> LAZARINI, 2004, op. cit., p. 128.

## Bibliografia

ARANHA, Ângelo Sotovia. *A Função do Jornalismo Comunitário*. Disponível em: <http://www.faac.unesp.br/posgraduacao/comunicacao/poeticas.htm>. Acesso: 03/11/2004.

ÁVILA, Carlos Rodolfo Amêndola. *A Teleinvasão: a Participação Estrangeira na Televisão do Brasil*. São Paulo: Cortez, 1982.

BARBEIRO, Heródoto e LIMA, Paulo Rodolfo. *Manual de Telejornalismo – O Segredo da Notícia na TV*. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. *TV Regional – Trajetórias e Perspectivas*. São Paulo: Alínea, 2001.

BAUER, Martin W. e GASKELL, George. *Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som – Um Manual Prático*. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

BERLO, David Kenneth. *O Processo de Comunicação: Introdução à Teoria e à Prática*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BISTANE, Luciana e BACELAR, Luciane. *Jornalismo de TV*. São Paulo: Contexto, 2005.

BONASIO, Valter. *Criar e Produzir Regionalmente – TV Regional*. Coluna Tendências, Produção Profissional, Revista de Comunicação e Técnica Audiovisual, nº 18, p. 40 – 48, Jun/2003.

BORELLI, Silvia Helena Simões. *Gêneros Ficcionalis: Materialidade, Cotidiano, Imaginário*. In:

BRITTOS, Valério Cruz e BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Org). *Rede Globo: 40 anos de Poder e Hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005.

BUCCI, Eugênio. *Brasil em Tempo de TV*. São Paulo: Boitempo Editorial, 1997.

CAMPOS, Pedro Celso. Coluna Radar. *A Comunicação no Espaço do Sagrado, hoje - Discurso e Recepção*. Disponível em:

[http://www.ecibernetico.com.br/colunaradar/Pesquisa/historia\\_capitulo3.htm](http://www.ecibernetico.com.br/colunaradar/Pesquisa/historia_capitulo3.htm). Acesso 03/11/2004.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e Cidadãos – Conflitos Multiculturais da Globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. *Culturas Híbridas – Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade*. São Paulo: EdUSP, 2003.

CAPPARELLI, Sergio e LIMA, Venício A. *Comunicação e Televisão – Desafios da Pós-Globalização*. São Paulo: Hacker, 2004.

CASHMORE, Ellis. *E a Televisão se Fez*. São Paulo: Summus, 1998.

CUNHA, Paulo José. *A Grande Imprensa é Local*. Coluna Jornalismo em Close. Disponível em: <http://www.telehistoria.com.br/artigos/pj003.htm>. Acesso: 03/11/2004.

DE PAULA, Silas. *Estudos Culturais e Receptor Ativo*. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas; BENTZ, Ione Maria Ghislene e PINTO, Milton José (Org). *Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos*. Rio de Janeiro: Vozes, 1998, p. 131 – 142.

DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio (Org). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.

ECO, Umberto. *Como se faz uma Tese*. 19ª edição, São Paulo: Perspectiva, 2004.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. *Cartografias dos Estudos Culturais – Uma Versão Latino-Americana*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. *Notas para um estado da Arte sobre os Estudos Brasileiros de Recepção dos anos 90*. Trabalho apresentado no XII Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós. GT de Mídia e Recepção. Recife, 4 - 5 jun, 2003. 13p. Disponível em: ([http://www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos/carolina\\_escosteguy.pdf](http://www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos/carolina_escosteguy.pdf)). Acesso: 05/01/2006.

FACHEL, Ondina. *Etnografia de Audiência: uma Discussão Metodológica*. In: SOUSA, Mauro Wilton. *Sujeito, O lado Oculto do Receptor*. São Paulo: Brasiliense, 2002.

FLICK, Uwe. *Uma Introdução à Pesquisa Qualitativa*. Porto Alegre: Editora Bookman, 2004.

FOUCAULT, Michel. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Loyola, 1999.

FRANÇA, Lisa. *Contribuições da Televisão para a Formação da Identidade da Adolescência – Uma Análise do Processo de Recepção*. Trabalho apresentado no XII Encontro da Associação Nacional do Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, GT de Mídia e Recepção. Recife, 4 - 5 jun, 2003. 12p. Disponível em: (<http://www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos.htm>). Acesso: 20/09/2005.

GARCIA, Luiz (Org). *O Globo - Manual de Redação e Estilo*. São Paulo: Globo, 2003.

GILL, Rosalind. *Análise de Discurso*. In: BAUER, Martin W. e GASKELL, George. *Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som – Um Manual Prático*. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

GOLDENBERG, Mirian. *A Arte de Pesquisar: Como Fazer Pesquisa Qualitativa em Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

GUZZONI, Juliane. *A Comunidade na TV: Uma Análise sobre a Regionalização da Notícia e o Processo de Participação Popular*. São Paulo, 2001, 98p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica). Universidade Católica de São Paulo.

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. *Da Diáspora - Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HOUAISS, Antônio e VILLAR, Mauro de Salles. *Dicionário Houaiss da Língua Brasileira*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

JACKS, Nilda. *Pesquisa de recepção e Cultura Regional*. In: SOUSA, Mauro Wilton. *Sujeito, O Lado Oculto do Receptor*. São Paulo: Brasiliense, 2002. p. 152 – 165.

*Jornal Nacional: A Notícia faz História*. Projeto Memória Globo. Rio de Janeiro: Zarah, 2004.

KIENTZ, Albert. *Comunicação de Massa: Análise de Conteúdo*. Rio de Janeiro: Eldora, 1973.

KOVACH, Bill e ROSENSTIEL, Tom. *Os Elementos do Jornalismo*. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KUNCZIK, Michael. *Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul: Manual de Comunicação*. São Paulo: USP, 2002.

LAGE, Nilson. *Linguagem Jornalística*. São Paulo: Ática, 1990.

- LAKATOS, Eva Maria. *Metodologia Científica*. 4ª edição, São Paulo: Atlas, 2004.
- LAZARINI, Luciana de Sá. *Anjos e Deuses Suburbanos - Um Estudo de Recepção dos Filmes Cidade de Deus e Como Nascem os Anjos*. Brasília, 2004, 153p. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de Brasília.
- LIMA, Venício A. de. *Mídia: Teoria e Política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero – A moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- MACIEL, Pedro. *Jornalismo de Televisão: Normas Práticas*. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzatto, 1995.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *O Capital da Notícia*. São Paulo: Ática, 1996.
- \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. *Televisão: a Vida pelo Vídeo*. São Paulo: Moderna, 1988.
- \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. *Jornalismo Fin-de-Siècle*. São Paulo: SCRitta Editorial, 1993.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações – Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.
- \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. *América Latina e os Anos Recentes: o Estudo de Recepção em Comunicação Social*. 1991. In: SOUSA, Mauro Wilton. *Sujeito, O Lado Oculto do Receptor*. São Paulo: Brasiliense, 2002, p. 39 – 68.
- \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. *Globalização Comunicacional e Transformação Cultural*. In: MORAES, Denis de (Org.). *Por uma outra Comunicação – Mídia, Mundialização Cultural e Poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 57 – 86.
- MONTORO, Tânia Siqueira. *La Violencia como Notícia: Un Análisis de los Telediarios de mayor Audiência en Brasil*, Barcelona, 2001, Tese (Doutorado em Comunicação Audiovisual e Publicidade), Universidad Autonoma de Barcelona, U.A.B., Espanha.
- \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. *Sangue na Tela. A representação da violência nos telejornais do Brasil*. In: MOTTA, Luiz Gonzaga (Org.). *Imprensa e Poder*. Brasília: UnB, 2002, p. 302 - 325.

- MORLEY, David. *El Posmodernismo: Uma Guia Básica*. In: Curran et al. (Eds.) *Estúdios Culturales y Comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998, p. 85 – 107.
- MOUILLAUD, Maurice. *O Jornal: da Forma ao Sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- NUÑEZ, Léo. *Interatividade na TV: Democracia ou Manipulação?* In: HAUSSEN, Doris Fagundes (Org). *Mídia, Imagem e Cultura*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.
- PATERNOSTRO, Vera Íris. *O Texto na TV – Manual de Telejornalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. *A Vida com a TV – O Poder da Televisão no Cotidiano*. São Paulo: Senac, 2002.
- PORTO, Mauro. *Telenovelas e Controvérsias Políticas: Interpretações da Audiência sobre Terra Nostra*. In: Vera França; Maria Helena Weber; Raquel Paiva; Liv Sovik (Orgs.). *Estudos de Comunicação: Livro do XI COMPÓS*. Porto Alegre: Sulina, 2003, p. 104 - 124.
- RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo. *Dicionário de Comunicação*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.
- REIS JUNIOR, Antônio. *O Percurso da Televisão e do Telejornalismo nos anos 70*. USP, São Paulo, 2003. Disponível em: <http://www.mnemocine.com.br/aruanda/tvtelejornalismo70s.htm>. Acesso: 20/09/2005.
- REZENDE, Jorge Guilherme de. *Telejornalismo no Brasil – Um perfil editorial*. São Paulo: Summus, 2000.
- ROCHA, Simone Maria. *Identidade Regional, Produção e Recepção: A “Mineiridade” na Televisão*. Trabalho apresentado no XII Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, GT de Mídia e Recepção. Recife, 4 - 5 jun, 2003. 12p. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos/simone\\_rocha.pdf](http://www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos/simone_rocha.pdf). Acesso: 20/09/2005.
- SANTAELLA, Lúcia. *Comunicação e Pesquisa – Projetos para Mestrado e Doutorado*. São Paulo: Hacker, 2001.
- SERRA NEGRA, Carlos Alberto e Elizabete Marinho. *Manual de Trabalhos Monográficos de Graduação, Especialização, Mestrado e Doutorado*. São Paulo: Atlas, 2003.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Muito Além do Jardim Botânico* – Um Estudo sobre a Audiência do Jornal Nacional da Globo entre Trabalhadores. São Paulo: Summus, 1985.

SOUSA, Mauro Wilton. *Sujeito, O Lado Oculto do Receptor*. São Paulo: Brasiliense, 2002.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. *Recepção Televisiva: Mediações Contextuais*. Revista USP, São Paulo, n.º. 61, p. 6 – 15, mai/2004.

SQUIRRA, S. *Boris Casoy. O Âncora no Telejornalismo Brasileiro*. Rio de Janeiro: Vozes, 1993. p. 53 - 59, p. 101 - 118.

STAM, Robert. *Introdução à Teoria do Cinema*. Campinas, São Paulo: Papirus, 2003.

THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna* – Teoria Social Crítica na Era dos Meios de Comunicação de Massa. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

VIANNA, Ruth Penha Alves. *História Comparada do Telejornalismo Brasil/Espanha*. Disponível em:

[http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/anais/gt4\\_audiovisual/hist%F3ria%20comparada%20do%20telejornalismo.doc](http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/anais/gt4_audiovisual/hist%F3ria%20comparada%20do%20telejornalismo.doc). Acesso em 03/11/2004.

VIZEU PEREIRA, Alfredo Eurico. *Decidindo o que é Notícia: Os Bastidores do Telejornalismo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

WARE, Caroline F. *Estudo de Comunidade*. Rio de Janeiro: Edições Serviço Social Rural, 1960.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 2003.

WOLTON, Dominique. *Elogio do Grande Público* – Uma Teoria Crítica da Televisão. São Paulo: Ática, 1996.

ZANFORLIN, Sofia. *Rupturas Possíveis: Representação e Cotidiano na Série Os Assumidos (Queer as Folk)*. São Paulo: Annablume, 2005.

“A televisão encerra o bem e o mal ao mesmo tempo, como a vida. E assim seguirá sendo, pelos tempos afora. Com a diferença de que, se o brasileiro de 1950 tinha disponível apenas um canal, por três horas ao dia, o de 2000 tem quase uma centena, 24 horas, entrando-lhe por todos os poros. Não mais vê TV: vive imerso nela e em sua cultura. Esta é a sua vida – e dela dificilmente sairá”.

Gabriel Priolli

# **Anexo**

<b>FICHA DE INSCRIÇÃO NOS GRUPOS FOCAIS</b>	
<b>BRASÍLIA/ TAGUATINGA/ SANTA MARIA</b>	
NOME:	
IDADE:	ONDE MORA:
TELEFONE:	
PROFISSÃO:	
<b>ESCOLARIDADE:</b> <input type="checkbox"/> Ensino fundamental (1ª a 8ª séries do 1º grau) incompleto <input type="checkbox"/> Ensino fundamental (1ª a 8ª séries do 1º grau) completo <input type="checkbox"/> Ensino médio (2º grau) incompleto <input type="checkbox"/> Ensino médio (2º grau) completo <input type="checkbox"/> Superior incompleto <input type="checkbox"/> Superior completo <input type="checkbox"/> Pós graduação, mestrado ou doutorado	
<b>RENDA MENSAL FAMILIAR:</b> <input type="checkbox"/> 1 salário mínimo <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Desempregado</span> <input type="checkbox"/> até 500 reais <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Não trabalha, apenas estuda</span> <input type="checkbox"/> entre 500 e 1.000 reais <input type="checkbox"/> entre 1.000 e 2.000 reais <input type="checkbox"/> entre 2.000 e 4.000 reais <input type="checkbox"/> acima de 4.000 reais A renda familiar sustenta quantas pessoas? _____	
<b>TEM TELEVISÃO EM CASA?</b> <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> SIM</span> <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> NÃO</span> Quantas? _____ Em que lugares da casa? _____	
<b>VOCÊ ASSISTE O TELEJORNAL DFTV 1ª EDIÇÃO (12h10min às 12h45min)?</b> <input type="checkbox"/> SIM <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> NÃO</span>	
<b>COM QUE FREQUÊNCIA?</b> <input type="checkbox"/> Todos os dias <input type="checkbox"/> 4 ou 5 vezes p/ semana <input type="checkbox"/> 2 ou 3 vezes p/semana <input type="checkbox"/> 1 dia na semana	
<b>ONDE VOCÊ ASSISTE?</b> <input type="checkbox"/> Em casa <input type="checkbox"/> No trabalho <input type="checkbox"/> Na rua <input type="checkbox"/> Outro lugar, qual _____	
<b>COMO VOCÊ ASSISTE O DFTV? Marque quantas opções quiser</b> <input type="checkbox"/> Sozinho <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Com a família</span> <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Com amigos</span> <input type="checkbox"/> Enquanto almoça <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Enquanto trabalha</span> <input type="checkbox"/> Na hora do descanso	

## CUSTOS DA PESQUISA

- 1 microfone sem fio (aluguel: R\$ 45,00 por dia. Total: 225,00);
- 1 fichário transparente (R\$ 18,90);
- 4 fitas cassete de 90 minutos (unidade R\$ 2,94. Total: R\$ 11,76);
- 2 DVD Recordable (unidade R\$5,00. Total: R\$ 10,00);
- 500 folhas brancas A4 (R\$ 12,00);
- 20 pranchetas (unidade – R\$ 3,15. Total – R\$ 63,00);
- 20 crachás (unidade – R\$ 0,20. Total – R\$ 4,00);
- 30 canetas (unidade – R\$ 0,35. Total – R\$ 10,50);
- 30 lápis (unidade – R\$ 0,75. Total – R\$ 22,50);
- 20 borrachas (unidade – R\$ 0,82. Total – R\$ 16,40);
- 4 canetas “pincel” (unidade – R\$ 1,53. Total - R\$ 6,12);
- Kit lanche - salgados, doces e bebidas - para as reuniões com os grupos focais (unidade – R\$ 145,00. Total: 725,00);
- Locação dos encontros – gratuito;
- Transporte para os 30 entrevistados – gratuito;
- TV 29 polegadas tela plana, DVD player e caixas de som – equipamentos pessoais da pesquisadora – sem custo.

Total geral: R\$ 1.125,18.

## ÍNTEGRA DAS REPORTAGENS DO TELEJORNAL DFTV

### 1) VT Escola do Parque/ Categoria: educação/ Plano Piloto. Segunda-feira, dia 31/10/2005 (REPORTAGEM CITADA NA PÁGINA 126).

Cabeça: Mudanças no parque da cidade. A escola que atende crianças e adolescentes pobres vai virar vestiário.

*Off:* Ainda não se sabe quando nem para onde, mas já causa preocupação para a diretora. “Eles estão adaptados ao local, até mesmo por causa do verde, de toda a amplitude. Mudar para uma escola convencional será mais problemático. A Secretaria de Educação está com dificuldades para arrumar um novo espaço, já que a sociedade não aceita muito esse tipo de criança”, conta Palmira Vanacôr, diretora.

Hoje, 120 alunos freqüentam a escola. Eles cursam o supletivo e têm atividades que vão das 7h30 às 17h. O projeto ainda oferece banho e três refeições por dia. Mas em breve isso vai mudar. É que o secretário de Administração de Parques diz que precisa cumprir normas do plano diretor. Por isso, a escola deve ser desativada para dar lugar a um vestiário, como era há dez anos. “Com a revitalização do Parque da Cidade, principalmente da área próxima à escola, da piscina de ondas, das quadras e do campo de futebol, não haverá mais condições. Teremos que usar o vestiário”, diz Ênio Dutra.

Mas, por enquanto, nem sinal de obras na piscina de ondas. Além disso, a escola fica longe e a própria estrutura da piscina oferece vestiários. Mesmo assim, o secretário garante que não há outra alternativa. “Não há a mínima condição e ainda existe o risco de agredirmos o plano diretor do parque e como consequência, a área tombada”, reforça Ênio Dutra. “Eu espero que dê tudo certo e que encontrem um lugar digno para as crianças. Elas são tão dignas quanto qualquer um de nós”, afirma Palmira Vanacôr.

Nota-pé: A secretaria de educação informou que já está prevista no orçamento a construção de uma nova escola para os meninos e meninas de rua. O local deve ser escolhido até o fim do ano.

**2) VT Operação Primavera/ Categoria: utilidade pública/ Samambaia. Segunda-feira, dia 31/10/2005 (REPORTAGEM CITADA NA PÁGINA 126).**

*Cabeça:* A Novacap começa a limpeza das bocas de lobo para evitar alagamentos. A defesa civil ensina a população a ajudar.

*Off:* Bocas-de-lobo servem para escoar água da chuva, mas é o lixo que acaba descendo e entupindo a rede pluvial. Para evitar alagamentos das ruas durante o verão, a Novacap está limpando os bueiros. Em Samambaia, uma amostra do estrago provocado pelo temporal no fim de semana. A terra desceu para o asfalto e entupiu a boca-de-lobo. Conforme o caminhão vai sugando a lama, aparece o lixo.

A Defesa Civil orienta a população a se prevenir dos riscos da chuva. Entre as recomendações para quem mora em casa estão a troca de telhas quebradas e o reforço na fixação do telhado. Verifique se a antena está bem firme. Limpeza de calhas também é importante para evitar entupimentos. Providencie também a poda de árvores que podem oferecer risco perto da residência. As administrações regionais podem fazer o corte, mas se a árvore estiver no jardim da casa, o morador deve se responsabilizar. E o mais importante: evite acumular lixo na rua. “Nós precisamos da colaboração da população para que não coloque lixo na rua fora dos horários de recolhimento e não jogue pneus ou carcaça de sofá nas redes de águas pluviais. Porque isso prejudica a qualidade de vida de todos nós”, alerta Nilo de Abreu, da Defesa Civil.

*Nota-pé:* A Operação Primavera é realizada pelas Administrações Regionais com o apoio da Defesa Civil. Para solicitar algum serviço, como poda de árvore, basta ligar para o número 156.

**3) VT Cemitérios/ Categoria: utilidade pública/ Plano Piloto. Segunda-feira, dia 31/10/2005 (REPORTAGEM CITADA NA PÁGINA 126).**

*Cabeça:* Grande movimento nos cemitérios nesse fim de semana. A administradora dos cemitérios assegura que haverá segurança e apoio para o dia dos finados.

*Off:* Até quarta-feira, 800 mil pessoas devem visitar os seis cemitérios do Distrito Federal. Na entrada do Campo da Esperança, o número de vendedores de flores já é maior. Algumas pessoas aproveitaram o domingo para antecipar a visita e arrumar os túmulos dos familiares. “Fazer uma limpeza, visitar, relembrar... A gente tem muito que lembrar dos parentes que já se foram”, disse Gidalva Rodrigues, dona de casa. “No feriado fica muito cheio e para quem já é assim de idade fica mais complicado ainda. Nós viemos logo hoje. Acho que vale a intenção!”, afirmou Manoel Miranda, aposentado. “Hoje está mais limpo, mais tranqüilo, tem pouca gente”, acrescentou a dona de casa Maria Rodrigues Melo.

Os funcionários da empresa que administra os cemitérios estão capinando e limpando tudo. Mas nos setores antigos do Campo da Esperança, por exemplo, alguns túmulos estão abandonados e têm até cupim. Os jardineiros autônomos trabalham mais nesta época. “Tem muita gente que só contrata agora e depois abandona”, revelou João de Deus, jardineiro.

*Nota-pé:* Na quarta-feira, Dia de Finados, vai ter missa nos cemitérios do Plano Piloto, Taguatinga, Ceilândia, Gama, Planaltina e Brazlândia, de hora em hora. Das 8 da manhã às cinco da tarde. A entrada nos estacionamentos internos só vai ser permitida para carros com idosos e deficientes, com a carteirinha. Nos 6 cemitérios do DF, vão ser instalados banheiros químicos.

**4) VT Demora INSS/ Categoria: utilidade pública/ Taguatinga. Terça-feira, dia 01/11/2005 (REPORTAGEM CITADA NA PÁGINA 126).**

Cabeça: Segurados do INSS reclamam da demora nas filas, da falta de atendimento e do descaso de funcionários.

*Off:* Quem procura o INSS não tem outra opção. Depende do benefício da Previdência Social para viver. “Estou passando necessidade em casa, a minha esposa está grávida de seis meses e eu não tenho nem o que comer em casa. Só tenho contas atrasadas para pagar”, reclama Alexandre Dias, segurado.

Na fila do posto tem todo tipo de problema. A maior parte das pessoas foi dar entrada na aposentadoria ou marcar a perícia, para garantir o pagamento do auxílio-doença. “Eu vim pegar só um formulário e preciso enfrentar essa fila imensa”, reclama o autônomo Antônio Oliveira. A espera é longa. Alguns chegam no dia anterior. “Eu cheguei às 20h de ontem”, conta uma segurada. O maior problema não é chegar na véspera ou enfrentar a fila durante toda a madrugada. O que mais angustia as pessoas que vão ao INSS é chegar na porta do posto e ouvir dos funcionários que as senhas acabaram. “Não tem mais ficha. Estou na idade de me aposentar, 65 anos, e toda vez que venho ao posto eu perco minha viagem. Eu moro longe daqui”, lamenta um senhor. “Eu cheguei às 5h da manhã, quando deu 9h, eles já disseram que não havia mais senhas para atendimento, só para informações”, diz o lavrador Pedro Gomes.

Na agência da Ceilândia, as senhas para concessão de aposentadoria e pensão terminaram antes das 9h, mas a gerência executiva, que acompanha o movimento pelo computador, mostrou que às 10h41 só 33 das 50 senhas tinham sido distribuídas. “Vamos pedir ao nosso serviço de controladoria que faça novamente fazer um levantamento para indicar quais as agências que precisam aumentar o número de senhas. Se esse for o caso do posto da Ceilândia, nós aumentaremos o número de senhas. O que nós não podemos é deixar que o segurado retorne para casa sem ser atendido”, assegura Milton Moreno, gerente executivo do INSS.

Nota-pé: O INSS orienta o segurado a só procurar a agência depois de ligar para o Prev-Fone, onde é possível tirar todas as dúvidas sobre os documentos que precisam ser levados. O Prev-Fone é o 0 800 780 91 e funciona das sete da manhã a uma da manhã.

**5) VT Escola Quebrada/ Categoria: educação/ Gama. Sexta-feira, dia 04/11/2005  
(REPORTAGEM CITADA NA PÁGINA 126).**

**Cabeça:** A única escola do núcleo rural ponte alta, no gama, está abandonada. Os alunos convivem com sujeira, bichos e falta de segurança.

**Off:** A Escola Classe Córrego Barreira fica às margens da DF 180, que liga o Gama à Samambaia. Um lugar privilegiado, em meio à natureza, mas que parece ter sido esquecido. A escola tem mais de 30 anos e atende hoje a 140 alunos da pré-escola à 5ª série. No prédio principal, as salas de aula não têm forro. Em um das salas, até os pássaros fizeram ninho. As instalações elétricas não são seguras. A chave que liga o ventilador fica pendurada. Não há extintores de incêndio e a preocupação dos pais é constante. “Eu fico preocupada, como várias mães, e a gente não quer ver os nossos filhos correndo perigo”, diz Maria Aparecida Maia, mãe de aluno. Falta de higiene também é um problema. A pia coletiva é depósito de mosquitos mortos. Nos banheiros, os vasos sanitários não têm proteção e também falta luz. Do lado de fora, a área de lazer foi largada. O parquinho está desativado e a grama alta atrai bichos. No sótão tem até morcego! “Eu acho que é puro descaso. Por ser uma escola da zona rural eles deixaram ficar assim. Não se preocupam com que estuda aqui na região”, reclama Edna de Pádua, mãe de aluno.

Como a comunidade cresceu e a demanda também, há 15 anos a associação de moradores cedeu o centro comunitário. Os alunos da 4ª série ficam em uma sala pequena. O salão vizinho serve aos da 2ª e aos da 3ª série, separados apenas por uma divisória. “Os alunos estão sempre apertados e falta ventilação. Quando o relógio marca onze horas a gente tem que dar aula embaixo da árvore, já que ninguém suporta o calor. A aprendizagem fica comprometida”, diz Shadia Faisal Housein, professora. A Escola Classe Córrego Barreira frustrou o sonho da professora Shadia. O sonho de fazer do magistério uma missão digna. “É muito frustrante. Eu quero fazer um trabalho de qualidade, mas não tenho condições. O único instrumento é o professor! Assim fica difícil!”, afirma.

**Nota-pé:** A gerente de engenharia e arquitetura da Secretaria de Educação, Ivani Pamplona, informou que o projeto de reforma da escola está pronto. As obras vão começar no ano que vem.

**6) VT Priquitudes/ Categoria: interesse humano/ Sobradinho. Sexta-feira, dia 04/11/2005 (REPORTAGEM CITADA NA PÁGINA 127).**

Cabeça: A cadelinha Priquitudes aqui do DF é o segundo canino mais feio do Brasil. Ela ficou em segundo lugar no concurso “meu cão é um cão”, no programa "Mais Você", de Ana Maria Braga.

*Off:* Foi uma tarefa difícil para os jurados. Além de Priquitudes, outros quatro cães muito feios concorreram ao título de cachorro mais feio. “É muito difícil escolher”, entregou um dos jurados. A veterinária que compôs o júri foi a primeira a votar e escolheu Priquitudes. O ator Marcos Pasquim lembrou a simpatia da candidata brasileira. “A Priquitudes é feia, mas é muito simpática”, disse.

Nota-pé: Ela é realmente feia. Parece uma mistura de pequinês com hiena. A eleição foi essa manhã em São Paulo. O vencedor do concurso foi um cachorrinho com nome de ET. O dono dele recebeu 5 mil reais. Priquitudes, que viajou pela primeira vez de avião, estava assustada. O dono disse que valeu o passeio.

**7) VT Feira dos Importados/ Categoria: utilidade pública/ Guará. Segunda-feira, dia 31/10/2005 (REPORTAGEM CITADA NA PÁGINA 129).**

Cabeça: A Feira dos Importados deve abrir amanhã com outro padrão. São normas da administração local, com o que concordaram os comerciantes. As mercadorias não podem ser expostas nos corredores. No fim-de-semana foi a última vez de invasão de passagens.

*Off:* No último dia de tolerância para os invasores de área pública na Feira dos Importados, ainda havia muitos ambulantes nos corredores principais e também nas entradas. A ordem  liberar todas as passagens. Os camelôs não podem mais ficar no local e os feirantes estão proibidos de invadir o espaço além da banca que ocupam.

Nesse domingo, apesar de muitos já estarem cumprindo a determinação, outros ainda aproveitaram para espalhar mercadorias. Manequins com roupas, sandálias... Tudo fora do lugar! Mais um vendedor garantiu: “Já contratei um vidraceiro para recuar certinho!”, informou.

A Secretaria de Fiscalização detectou 40 locais de circulação que estavam ocupados com invasões. Uma delas foi a área da rádio da feira, que terá que ficar num espaço bem menor do que o atual. O subsecretário de Fiscalização, José da Luz Araújo, disse que durante toda essa semana, os fiscais vo conferir se as áreas públicas foram realmente liberadas. “Eu espero que não volte a ocorrer um problema de confronto. Esse não é o desejo do governo e acredito que também não é o dos feirantes. É importante que exista um entendimento e um comprometimento”, afirmou. José da Luz diz ainda que o governo está estudando uma forma de ter uma equipe permanente de fiscais na Feira dos Importados, para evitar a entrada de camelôs. “Vamos providenciar a criação da equipe para realizar esse novo atendimento. O objetivo é evitar que outros vendedores ou pessoas estranhas venham fazer parte da feira”, explicou o subsecretário.

**8) VT Acidente/ Categoria: trânsito/ Entorno. Terça-feira, dia 01/11/2005 (REPORTAGEM CITADA NA PÁGINA 129 e 131).**

Cabeça: Uma pessoa morreu e três ficaram feridas em um acidente na BR zero sessenta, próximo das sete curvas.

*Off:* Próximo das chamadas Sete Curvas, uma carreta que transportava bebidas de Alexânia para Brasília bateu na lateral de um carro que saía da estrada de terra para entrar na rodovia. O motorista do caminhão diz que tentou frear: “Ele entrou muito próximo e com a pista molhada eu não consegui parar. Tudo aconteceu em poucos segundos. Nós entramos juntos!”, contou Francisco de Assis Guilherme Cavalcante, motorista do caminhão.

Com a batida o carro foi partido ao meio. Dos seis passageiros, um morreu na hora: Adília Freire Braga, de 60 anos, que voltava da fazenda com a família. “Pelo que nós verificamos até o momento, parece que foi mesmo falta de atenção da pessoa que entrou na rodovia sem tomar os devidos cuidados”, disse Vandervaldo Lima, policial rodoviário. Com o impacto a carreta invadiu a pista contrária. Duas caminhonetes que seguiam na rodovia tentaram desviar, mas acabaram capotando. Ninguém saiu ferido. “Eu tentei jogar para o outro lado, mas com o meio-fio o carro tombou”, contou Valdison Moreira, lavrador.

As duas crianças que estavam no carro foram levadas de helicóptero para o Hospital de Base. Vanessa Melquíades Quaresma Dias, de 6 anos, e Adriana Melquíades Braga, de 4 anos, tiveram traumatismo craniano e vão passar por cirurgia. A mãe das meninas, Vanusa Melquíades Rodrigues, foi levada para o Hospital Regional do Gama também com traumatismo craniano. Os outros passageiros do carro tiveram escoriações e alguns ferimentos. Vanessa e Adriana estão sendo operadas no Hospital de Base.

Nota-pé: Vanessa Melquíades Quaresma Dias, de seis anos, e a mãe dela, Vanusa Melquíades Rodrigues, estão em observação no hospital de base. Adriana Melquíades Braga, de quatro anos, está no hospital regional da asa sul. Outros passageiros do carro sofreram escoriações.

**9) VT Computador Câmara/ Categoria: política/ Plano Piloto. Sexta-feira, dia 04/11/2005 (REPORTAGEM CITADA NA PÁGINA 129).**

Cabeça: Os Deputados Distritais só têm até o dia vinte e três para apresentar as propostas de mudança para o orçamento do ano que vem. E não podem fazer isso porque os computadores da casa estão parados.

*Off:* A notícia mais recente na página da Câmara Legislativa na internet é de setembro. E para entrar nela, haja paciência! O acesso dos deputados não é menos difícil. A 20 dias do fim do prazo para a apresentação de emendas ao orçamento de 2006, que tem que ser votado até 15 de dezembro, ninguém consegue mexer na proposta enviada pelo governo. “Eu já preparei as minhas emendas, só que estou impedida de publicá-las no sistema. Estabeleceu-se um caos total na área de informática da Câmara”, reclamou Anilcéia Machado, líder do governo.

Os equipamentos têm quase dez anos e o programa para receber emendas não é compatível com o que o Executivo usou para fazer o orçamento. O vice-presidente da Casa, deputado Chico Floresta, disse que em maio deu início ao processo de licitação para modernizar a rede e implantar um sistema de segurança. Dois dos três editais chegaram a ser publicados em julho, mas o Tribunal de Contas do DF apontou problemas. Segundo ele, a Câmara refez os editais e enviou novamente ao Tribunal de Contas. “A mesa diretora considera que a opção poderia ser a Codeplan. Mas temos um consenso de que primeiro vamos esgotar o caminho da licitação”, disse Chico Floresta.

O presidente da Comissão de Orçamento, deputado Leonardo Prudente, disse que não vai esticar o prazo. O computador do gabinete não funciona há uma semana. “O único remédio que nós temos é voltar pra idade da pedra e analisar manualmente cada uma dessas quase mil emendas que naturalmente serão submetidas à nossa comissão. Além do trabalho ser infinitamente maior, a probabilidade de erro também aumenta muito.”

Nota-pé: O Tribunal de Contas do DF informou que não é um órgão consultivo. Por isso, a Câmara tem que publicar os editais novamente para que eles possam ser analisados pelo tribunal. E tem mais um problema de prazo. Se a licitação não sair este ano, a Câmara perde a verba de R\$ 6 milhões que está disponível para a modernização da rede.

**10) VT Estuprador/ Categoria: criminalidade/ Plano Piloto. Terça-feira, dia 01/11/2005 (REPORTAGEM CITADA NA PÁGINA 130).**

Cabeça: preso o estuprador da passagem subterrânea na asa sul. Uma denúncia anônima avisou a polícia.

*Off:* O vigilante Leandro Oliveira Carvalho, 27 anos, foi preso nessa segunda-feira depois de ter sido reconhecido por duas mulheres. Leandro mora no Riacho Fundo I, mas procurava as vítimas à noite, na passagem subterrânea que fica entre a 104 e a 204 Sul. Leandro atacava estudantes de 18 a 25 anos. Ficava sentado numa mureta, falando ao celular. Quando a vítima se aproximava ele a ameaçava com uma faca e a estuprava.

Os crimes foram cometidos nos últimos dez dias. Uma das mulheres conseguiu fugir. A outra foi forçada a ter relações com Leandro, no meio da rua. Quando chegou à delegacia, o estuprador confessou. “Disse que na realidade tinha uma tara, uma fantasia sexual e resolveu praticá-la”, conta Cláudia Alcântara, delegada.

A prisão foi rápida. A delegada recebeu uma ligação anônima. A pessoa disse o nome completo do estuprador e ajudou nas investigações. “Com o nome, nós procuramos no nosso sistema policial e separamos todas as pessoas que tinham o nome indicado. Depois, trouxemos as vítimas e apresentamos as fotos dos suspeitos. Um deles foi reconhecido”, explica Cláudia.

Nota-pé: Leandro vai responder por estupro e atentado violento ao pudor. Se condenado, pode pegar de 12 a 20 anos de prisão.

**11) VT Benzeno/ Categoria: saúde/ Sobradinho. Quarta-feira, dia 02/11/2005 (REPORTAGEM CITADA NA PÁGINA 131).**

*Cabeça:* A Secretaria do Meio Ambiente decidiu, ontem, liberar o abastecimento de água dos poços profundos do Lago Oeste.

*Off:* Os exames foram feitos por três laboratórios, a pedido da Secretaria de Meio Ambiente. O boletim divulgado nessa terça-feira diz que os resultados reforçam a avaliação técnica de que a contaminação no Lago Oeste é pontual, momentânea e tende a se exaurir. De quatro amostras coletadas sexta-feira passada pela UnB, duas deram negativo e as outras duas apresentaram percentuais bastante inferiores aos verificados nas primeiras análises, feitas no começo de outubro. Contraprovas também foram feitas pela Caesb nos oito poços profundos onde a contaminação por benzeno tinha sido detectada.

As novas análises deram negativo. A água dos poços, inclusive a dos que haviam sido interditados, está liberada para consumo. A secretaria mantém a restrição apenas para os poços profundos localizados entre as ruas 6 e 9. Nessa região, ainda há benzeno no lençol freático, em quantidades tão pequenas que os técnicos acreditam que o produto vai desaparecer. “Nós vamos continuar investigando até resolver completamente a questão. Se no final de todos os estudos, detectarmos que ainda existe benzeno a solução será fazer a descontaminação. A Caesb está pronta pra fazer isso através de técnicas modernas”, garante Antônio Gomes, secretário de Meio Ambiente. Para usar corretamente poços e cisternas e evitar riscos à saúde, é preciso seguir alguns cuidados: as tampas devem ser de concreto, madeira, PVC ou fibra de vidro. Os poços devem receber uma laje de concreto na boca e cimento em volta e têm que ser desinfetados de dois em dois meses.

*Nota-pé:* A análise na água feita pelo terceiro laboratório, da Petrobras, ainda não saiu. Nesta quinta-feira, a Secretaria de Meio Ambiente começa a entregar os últimos resultados de exames feitos em alunos e professores do Lago Oeste.

## DADOS IBOPE – REDE GLOBO - 2005



### Praças TV 1ª edição – Pesquisa de Audiência

#### 1) Principais características das populações das praças:

- Praças do NE: maior concentração de classes DE e menor proporção de pessoas de 50 anos e mais;
- Praças DF e SUL: maior concentração de classes AB;
- Pontualmente: RJ com maior população mais velha

População em cada Praça										
POP	PNT	REC	SAL	FORT	SP	RJ	BH	DF	POA	CUR
<b>Homens</b>	47	47	48	47	47	46	47	46	47	48
<b>Mulheres</b>	53	53	52	53	53	54	52	54	53	52
<b>04-11</b>	14	15	15	16	14	13	14	16	14	15
<b>12-17</b>	11	12	12	13	11	10	12	12	11	12
<b>18-24</b>	15	14	18	16	15	13	15	16	14	14
<b>25-34</b>	17	19	20	18	17	16	18	20	16	18
<b>35-49</b>	22	22	21	20	23	23	23	22	22	23
<b>50+</b>	20	18	15	16	20	26	18	15	22	18
<b>AB</b>	29	19	20	17	33	30	25	37	36	38
<b>C</b>	39	31	32	24	42	42	41	34	41	38
<b>DE</b>	32	51	48	58	24	29	34	29	22	24

2) Principais características do Total de Ligados no horário do Praça TV 1ª Edição nas diferentes praças, de forma geral acompanha o perfil da população:

- Praças do NE -> maior concentração de classes DE e menor proporção de pessoas de 50 anos e mais;
- Praças DF e SUL -> maior concentração de classes AB (especialmente Curitiba);
- Pontualmente: RJ com maior concentração de telespectadores mais velhos.

<b>Perfil do Telespectador no Horário dos Jornais Locais (1ª edição)</b>										
Período: março a setembro/2005										
PERFIL LIGADOS	PNT 11/set	REC 11/set	SAL 11/set	FORT 11/set	SP 11/set	RJ 11/set	BH 11/set	DF 11/set	POA 11/set	CUR 11/set
<b>Homens</b>	48	45	46	49	49	47	48	47	45	52
<b>Mulheres</b>	52	55	54	51	51	53	52	53	55	48
<b>04-11</b>	17	17	18	18	19	15	20	19	18	19
<b>12-17</b>	13	13	14	14	15	10	13	15	12	12
<b>18-24</b>	13	13	15	13	14	12	12	14	11	14
<b>25-34</b>	15	17	19	18	15	13	13	21	14	15
<b>35-49</b>	20	20	19	17	18	21	22	16	22	18
<b>50+</b>	22	20	16	20	20	29	19	16	24	23
<b>AB</b>	25	17	16	16	29	25	27	28	30	35
<b>C</b>	40	28	29	25	43	46	39	38	41	41
<b>DE</b>	35	55	55	59	27	28	34	34	29	23

Dados recolhidos pelo Ibope, fornecidos gentilmente para esta pesquisa pela direção de jornalismo e programação da Rede Globo em Brasília.

## DADOS INTERNET – REDE GLOBO – 2005



Número de visitação mensal (1ª coluna) e diária (2ª coluna) - Novembro/2005

<b>Jornalismo - Site</b>	<b>3.267.343</b>	<b>108.911</b>
<b>Jornalismo - Vídeos</b>	<b>866.226</b>	<b>28.874</b>
<b>Ação - Site</b>	<b>43.218</b>	<b>1.441</b>
<b>Bom Dia Brasil - Site</b>	<b>174.545</b>	<b>5.818</b>
<b>Bom Dia Brasil - Vídeos</b>	<b>86.507</b>	<b>2.884</b>
<b>Bom Dia Minas - Site</b>	<b>16.137</b>	<b>538</b>
<b>DFTV - Site</b>	<b>71.292</b>	<b>2.376</b>
<b>DFTV - Vídeos</b>	<b>5.702</b>	<b>190</b>
<b>Fantástico - Site</b>	<b>923.680</b>	<b>30.789</b>
<b>Fantástico - Vídeos</b>	<b>319.199</b>	<b>10.640</b>
<b>Franklin Martins - Site</b>	<b>7.436</b>	<b>248</b>
<b>Globo News TV - Site</b>	<b>420.113</b>	<b>14.004</b>
<b>Globo News TV - Vídeos</b>	<b>83.895</b>	<b>2.797</b>
<b>Globo Repórter - Site</b>	<b>180.066</b>	<b>6.002</b>
<b>Globo Repórter - Vídeos</b>	<b>73.764</b>	<b>2.459</b>
<b>Globo Rural - Site</b>	<b>127.723</b>	<b>4.257</b>
<b>Jornal da Globo - Site</b>	<b>239.569</b>	<b>7.986</b>
<b>Jornal da Globo - Vídeos</b>	<b>31.157</b>	<b>1.039</b>
<b>Jornal Hoje - Site</b>	<b>294.935</b>	<b>9.831</b>
<b>Jornal Hoje - Vídeos</b>	<b>35.679</b>	<b>1.189</b>
<b>Jornal Nacional - Site</b>	<b>356.656</b>	<b>11.889</b>
<b>Jornal Nacional - Vídeos</b>	<b>178.234</b>	<b>5.941</b>
<b>PEGN - Site</b>	<b>102.736</b>	<b>3.425</b>
<b>PEGN - Vídeos</b>	<b>7.032</b>	<b>234</b>
<b>MG TV - Site</b>	<b>40.222</b>	<b>1.341</b>
<b>RJ TV - Site</b>	<b>130.272</b>	<b>4.342</b>
<b>RJTV - Vídeos</b>	<b>23.195</b>	<b>773</b>
<b>SPTV - Site</b>	<b>138.743</b>	<b>4.625</b>
<b>SPTV - Vídeos</b>	<b>21.862</b>	<b>729</b>
<b>Jornal da Globo - Vídeos</b>	<b>31.157</b>	<b>1.039</b>
<b>Jornal Hoje - Site</b>	<b>294.935</b>	<b>9.831</b>
<b>Jornal Hoje - Vídeos</b>	<b>35.679</b>	<b>1.189</b>
<b>Jornal Nacional - Site</b>	<b>356.656</b>	<b>11.889</b>
<b>Jornal Nacional - Vídeos</b>	<b>178.234</b>	<b>5.941</b>
<b>PEGN - Site</b>	<b>102.736</b>	<b>3.425</b>
<b>PEGN - Vídeos</b>	<b>7.032</b>	<b>234</b>
<b>MG TV - Site</b>	<b>40.222</b>	<b>1.341</b>
<b>RJ TV - Site</b>	<b>130.272</b>	<b>4.342</b>
<b>RJTV - Vídeos</b>	<b>23.195</b>	<b>773</b>
<b>SPTV - Site</b>	<b>138.743</b>	<b>4.625</b>
<b>SPTV - Vídeos</b>	<b>21.862</b>	<b>729</b>

## ÍNTEGRA DO TEXTO CITADO NA INTRODUÇÃO

Cada semana, uma novidade. A última foi que pizza previne câncer do esôfago. Acho a maior graça. Tomate previne isso, cebola previne aquilo, chocolate faz bem, chocolate faz mal, um cálice diário de vinho não tem problema, qualquer gole de álcool é nocivo, tome água em abundância, mas peraí, não exagere... Diante desta profusão de descobertas, acho mais seguro não mudar de hábitos.

Sei direitinho o que faz bem e o que faz mal pra minha saúde. Prazer faz muito bem. Dormir me deixa 0 km. Ler um bom livro faz-me sentir novo em folha. Viajar me deixa tenso antes de embarcar, mas depois rejuvenesço uns cinco anos. Viagens aéreas não me incham as pernas; incham-me o cérebro, volto cheio de idéias.

Brigar me provoca arritmia cardíaca. Ver pessoas tendo acessos de estupidez me embrulha o estômago. Testemunhar gente jogando lata de cerveja pela janela do carro me faz perder toda a fé no ser humano. E telejornais... os médicos deveriam proibir – como doem!

Caminhar faz bem, dançar faz bem, ficar em silêncio quando uma discussão está pegando fogo faz muito bem: você exercita o autocontrole e ainda acorda no outro dia sem se sentir arrependido de nada. Acordar de manhã arrependido do que disse ou do que fez ontem à noite é prejudicial à saúde. E passar o resto do dia sem coragem para pedir desculpas, pior ainda.

Não pedir perdão pelas nossas mancadas dá câncer, não há tomate ou mussarela que previna. Ir ao cinema, conseguir um lugar central nas fileiras do fundo, não ter ninguém atrapalhando sua visão, nenhum celular tocando e o filme ser espetacular, uau! Cinema é melhor pra saúde do que pipoca. Conversa é melhor do que piada. Exercício é melhor do que cirurgia. Humor é melhor do que rancor. Amigos são melhores do que gente influente. Economia é melhor do que dívida. Pergunta é melhor do que dúvida. Sonhar é melhor do que nada.

Luis Fernando Veríssimo