



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS
CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

LUÍS FELIPE CUNHA SARDENBERG BASTOS

20654756

CIDADÃO-FONTE
TELEJORNALISMO LOCAL COMO ESPAÇO DE
MANIFESTAÇÃO

Brasília-DF

1º semestre de 2011

LUÍS FELIPE CUNHA SARDENBERG BASTOS

20654756

CIDADÃO-FONTE

TELEJORNALISMO LOCAL COMO ESPAÇO DE MANIFESTAÇÃO

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso Comunicação Social – Jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília

Orientador: Luiz Claudio Ferreira

Brasília-DF

1º semestre de 2011

LUÍS FELIPE CUNHA SARDENBERG BASTOS

20654756

CIDADÃO-FONTE

TELEJORNALISMO LOCAL COMO ESPAÇO DE MANIFESTAÇÃO

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso Comunicação Social – Jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília

Orientador: Luiz Claudio Ferreira

Brasília, ____ de _____ de 20____.

Banca Examinadora

Prof. (a):

Orientador (a)

Prof. (a):

Examinador (a)

Prof. (a):

Examinador (a)

Resumo

A pesquisa *Cidadão-fonte — Telejornalismo local como espaço de manifestação* tem por objetivo conhecer e analisar a comunicação praticada pelos noticiários-objeto de duas emissoras de televisão: Globo e Record. O estudo foi dividido em duas etapas. Primeiro, foram realizadas pesquisas bibliográficas e leituras críticas sobre TV regional, esfera pública, jornalismo público, direito à comunicação e outros temas correlatos. Com base na leitura crítica, percebeu-se que esses programas podem proporcionar a democratização da informação em pelo menos três níveis: visibilidade, debate e deliberação. Na segunda fase foi feita uma pesquisa empírica com a gravação do Bom Dia DF (TV Globo) e do DF no Ar (TV Record). A análise dos dados permitiu concluir que os dois telejornais se comportam como vitrines de conteúdo, com poucos espaços para debate e interpretação dos fatos. O estudo parte da hipótese de que os noticiários locais matutinos são espaço privilegiado de participação social e de circulação de controvérsias interpretativas. A análise das estatísticas permitiu concluir que a suposição inicial é correta, mas não adotada pelos noticiários analisados. As matérias em que existe o debate e participação social foram estudadas quantitativa e qualitativamente, a fim de se verificar o nível de democratização da informação. A conclusão é que a predominância da informação em detrimento de análises e comentários mostra que o objetivo é disponibilizar fatos para conhecimento do público, mas sem se aprofundar neles – como uma grande vitrine.

Palavras-chave: esfera pública, telejornalismo local, cidadão

Sumário

1. INTRODUÇÃO	6
1.1 ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	8
2. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA.....	10
2.1 JORNALISMO PÚBLICO	10
2.2 DIREITO À COMUNICAÇÃO	16
2.3 ESFERA PÚBLICA E IMPRENSA	21
2.4 TELEJORNALISMO: FORMATOS E CONTEÚDOS.....	277
2.5 PERFIL DOS TELEJORNAIS	30
3. METODOLOGIA	37
4. ANÁLISE DOS DADOS.....	37
5. CONCLUSÃO	47
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	51

1. Introdução

A pesquisa tem como tema o telejornalismo local como espaço de discussão de ideias e promoção da cidadania, tendo em vista sua relação com a população das cidades noticiadas e a disponibilização de conteúdo relacionado à realidade regional, que pode desencadear discussões públicas e deliberações políticas. Dessa forma, apresenta-se a hipótese de que os noticiários locais são espaço privilegiado de participação social e de circulação de controvérsias interpretativas. Um ambiente capaz de favorecer o fluxo da informação com múltiplos sentidos e a mediação entre várias esferas sociais.

Críticos da mídia, como Moretzsohn (2007) e Silva (2006), têm se dedicado recentemente a estudar a relação entre os meios de comunicação social e a democracia, abrindo novas perspectivas de análise. Moretzsohn defende que o sistema de produção do jornalismo possui frestas (pequenas aberturas) por onde é possível veicular conteúdo capaz de incitar reflexão e, conseqüentemente, interpretações/opiniões do receptor sobre o fato noticiado. A autora também critica as associações do telejornalismo como símbolo da sociedade de espetáculo e o mito de que na tevê não é possível praticar o bom jornalismo. Já Silva propõe a abordagem do jornalismo como instância favorecedora de uma ética discursiva, dado o papel da imprensa na democracia.

Papel importante, já que, conforme Habermas (1997), a imprensa se localiza num espaço de discussão de ideias, de polêmica, de diálogo, chamado de esfera pública. Nesse caso, a TV aberta se destaca por ser o meio de comunicação com a maior abrangência no país, presente em 95,2% dos municípios brasileiros (IBGE, 2009) – o que reforça o caráter audiovisual da nossa cultura. Essa posição confere às emissoras de televisão o papel de principal veículo condutor de conteúdos culturais, numa sociedade com baixos níveis de escolaridade.

Por meio do telejornalismo, o cidadão se informa e constrói sentidos sobre os acontecimentos locais, nacionais e mundiais. Também fiscaliza o poder público e privado, exerce pressão social e se manifesta sobre os assuntos de interesse coletivo. De acordo com o Intervezes (2008, p. 3):

[...] nas últimas décadas, a centralidade dos meios de comunicação para a realização dos debates públicos e para a circulação de idéias e valores se intensificou brutalmente. Especialmente, a televisão e o rádio cumprem papel central na esfera pública – o espaço social onde se faz a disputa ideológica por hegemonia.

Outro elemento recente é a quebra da hegemonia da Rede Globo de Televisão. A presença atuante da Rede Record a partir dos anos 2000 tem colaborado para romper com a dominação global da audiência, que perdurou por 40 anos. A disputa entre as duas redes na esfera pública significa para o público uma maior possibilidade de participação nos programas.

Da mesma forma em que a participação social ganha espaço no telejornalismo nacional, o noticiário local vem sendo reconhecido como lugar privilegiado de influência política e maior possibilidade de debate público. O desafio é acompanhar esse processo social e estabelecer parâmetros que qualifiquem e caracterizem as iniciativas de democratização na tevê.

Além disso, dados da Pesquisa de Opinião Pública Nacional – Voto, Eleições e Corrupção Eleitoral (2008), encomendada ao instituto Vox Populi pela Associação dos Magistrados Brasileiros (AMB), demonstram que o eleitor está mais exigente na hora de escolher o candidato nas urnas. Essa informação revela que a cultura social está em transformação e evoluindo no sentido de maior esclarecimento e postura crítica de parcela de eleitores que compõem a sociedade brasileira. O que impacta na produção de informação ou de conhecimento sobre a atualidade realizada pelo jornalismo.

Com este trabalho, pretende-se conhecer e analisar criticamente o perfil e as práticas do telejornalismo no Distrito Federal. Mais especificamente, queremos identificar os instrumentos utilizados para a representação da sociedade no meio de comunicação. O objetivo geral é identificar de que forma o cidadão é

apresentado como fonte de informação e opinião em telejornais locais. Para isso, fizemos uma radiografia dos telejornais locais Bom Dia DF (da TV Globo) e DF no Ar (da TV Record).

1.1. Análise de conteúdo

Consideramos que a análise de conteúdo é a forma apropriada para discutir temas como o proposto. Segundo BARDIN (1977), a análise de conteúdo se constitui num conjunto de instrumentos metodológicos que asseguram a objetividade, sistematização e influência aplicadas aos discursos diversos. É atualmente utilizada para estudar e analisar material qualitativo, buscando-se melhor compreensão de uma comunicação ou discurso, além de extrair os aspectos mais relevantes.

Para embasar a análise do material a ser coletado nos noticiários-objeto, a pesquisa tem como fundamentação teórica os conceitos de jornalismo público, direito à comunicação, esfera pública e TV regional e a relação entre eles. Fazem parte do caminho metodológico desta pesquisa acadêmica dois grandes momentos.

O primeiro foi dedicado ao levantamento do conhecimento científico sobre o tema central e os subtemas relacionados. A partir do conceito de diversos autores, elaborou-se uma definição de jornalismo público ideal aplicado a telejornais locais de emissoras privadas. Dessa forma, o modelo “jornalismo público” foi estudado desde os preceitos básicos, passando pela interação do veículo com a audiência, até a efetiva participação social.

Retomou-se ainda a Constituição Federal, enfatizando o direito à comunicação – um direito fundamental e a relação entre o jornalismo e a prestação de um serviço público básico. Nessa linha, reforçou-se a importância estratégica do jornalismo para a formação e o aperfeiçoamento da cidadania, principalmente no que diz respeito às TVs regionais. A hipótese de que essas emissoras seriam o ambiente ideal para participação social foi fundamentada em diversos elementos como o fato de os produtores de notícias terem uma relação

próxima com o público e os fatos noticiados. Esse aspecto é diferente nos noticiários nacionais, que, por cobrirem um país de dimensões continentais, raramente conseguem abrir espaço para debater e refletir sobre os problemas da população e acabam funcionando mais como uma “vitrine” de temas.

Por isso, defende-se que as tevês regionais deveriam se perceber como um ambiente de debate, um caminho para a tomada de decisões, enfim, uma esfera pública. O estudo explica a atual definição do modelo de esfera pública e sua relação com os meios de comunicação social, em especial a televisão. Para aproximar o mundo acadêmico do mundo real, propõe-se a análise de dois noticiários televisivos: o Bom Dia DF (TV Globo) e o DF no Ar (TV Record). A metodologia é baseada na revisão bibliográfica do tema e na análise de conteúdo desenvolvida por Porto (2007).

O segundo momento foi dedicado à coleta de dados em cada um dos telejornais estudados, por meio da pesquisa empírica. A interação com o cidadão foi observada e analisada a partir da degravação dos programas. Na análise de conteúdo, fichas de categorias quantificadas (nos anexos) auxiliaram a coleta de dados. As categorias são informações classificadas a partir de determinado critério, como palavras-chave sobre o assunto. Os dados coletados foram sistematizados em tabelas comparativas e gráficos para produzir uma síntese dos programas quanto à participação social.

2. Desenvolvimento da pesquisa

2.1 *Jornalismo Público*

A pesquisa sobre o telejornalismo local como espaço de discussão de ideias e promoção da cidadania consiste em configurar o atual modelo existente nos dois principais telejornais da cidade e verificar a aproximação ou distanciamento em relação ao conceito de jornalismo público. Dessa forma, este tópico apresenta o estudo dos preceitos do modelo que vincula a prática da profissão à cidadania, buscando uma sociedade mais democrática – e reflete sobre a aplicabilidade do conceito para telejornais locais de emissoras privadas.

A democracia depende de cidadãos com acesso a uma pluralidade de interpretações sobre o fato (PORTO, 2007), o que significa ir além do direito à informação. Na sociedade moderna, a qualquer hora e lugar é possível ter acesso a notícias, comentários, propagandas e opiniões provenientes de diversas fontes e sobre os mais variados assuntos, dado a diversidade de meios de comunicação existentes e disponíveis.

Outro ponto é a ilusão de que a existente abundância de informação significa uma visibilidade total ou acesso ao conhecimento. Pelo contrário, o excesso a este bem social está levando a uma “cegueira social” transformando a “Idade Mídia” em um período mais obscuro que a Idade Média, como alerta Moretzsohn (2007). O excesso de informação também pode prejudicar a diferenciação entre o que é de interesse público e o que simplesmente interessa ao público (NOBLAT, 2002).

Um dos papéis dos meios de comunicação é o de seleção de fatos, publicando o que for mais “relevante” para a coletividade. Entretanto, emissoras de televisão comercial examinam os fenômenos sociais de acordo com a disponibilidade e acesso a imagens e com o número de pessoas que possa interessar, dentre outros valores-notícia. Dessa forma, em alguns casos, prevalece a máxima de que na TV a imagem tem um peso muitas vezes desproporcional ao da informação. Esse valor pode levar os telejornais a dedicarem maior espaço a fatos pouco relevantes, mas visualmente atraentes, e a reduzirem o tamanho ou

simplesmente ignorarem notícias de utilidade pública por não estarem dentro desses critérios.

Ora, o dever do jornalismo é estar a serviço do público. Isso significa tratar o telespectador como um cidadão, não apenas um consumidor. O jornalismo público enquanto vertente da prática profissional se caracteriza por um modelo capaz de informar e formar cidadãos, além de desenvolver-lhes o espírito crítico (TRAQUINA, 2004 *apud* PENA, 2005). Em suma, praticar jornalismo público consiste em interpretar e entender o fato antes de transmiti-lo aos telespectadores:

[...] mais do que informações e conhecimentos, o jornalismo deve transmitir entendimento. Porque é do entendimento que deriva o poder. E em uma democracia, o poder é dos cidadãos (NOBLAT, 2002).

2.1.2 Preceitos básicos

Ao resgatar a história do telejornalismo praticado no Brasil, percebe-se a forte influência do modelo norte-americano, defensor da imparcialidade (PICCININ, 2004). No entanto, a história é uma construção social na qual o homem é ator-protagonista e capaz de mudar esse paradigma. Assim, com a consciência social da importância para o desenvolvimento local e nacional da comunicação, é possível que os moradores de uma comunidade se mobilizem e interfiram no processo de produção de notícias de veículos representativos. E, dessa forma, alcancem um modelo próprio de comunicação, fundamentado nos preceitos básicos do jornalismo público (ou cívico). São eles: estar a serviço do público e livre de interesses políticos e econômicos; humanizar os noticiários e abordar os assuntos pela ótica dos telespectadores; propor soluções para os problemas, em vez de apenas fazer a cobertura e apresentar opiniões divergentes; desenvolver o espírito crítico nos telespectadores; reconhecer e criticar os próprios erros; e o mais importante: tomar partido da sociedade.

De acordo com Luiz Martins da Silva, “o jornalismo cívico não é apenas uma série de reportagens sobre um problema social, mas uma adoção

permanente de uma ou mais causas públicas por um veículo de comunicação” (2002 *apud* PENA, 2005). Opinião compartilhada por Nelson Traquina (2004 *apud* PENA, 2005):

Em vez de cobrir um problema, o desafio é propor e apresentar soluções que já são idealizadas ou postas em prática pela sociedade. A notícia deve ajudar o cidadão a pensar e trabalhar uma solução. Ao se fortalecer a cidadania, a democracia também é fortalecida e o leitor, protegido dos abusos do poder.

2.1.3 Contribuição do jornalista para a comunicação pública

O jornalista exerce papel fundamental na prática da comunicação pública, ao adotar valores democráticos como igualdade social, liberdade e respeito aos direitos humanos. No entanto, a autonomia do profissional no processo de produção da notícia é relativa e limitada pelos valores e política imposta pelos proprietários das instituições de comunicação. Dentro de seu limite de ação, o profissional da comunicação pode contribuir para o fortalecimento da cidadania ao aproximar a mídia e a sociedade.

Ao procurar vozes alternativas, apresentado-as ao lado das fontes oficiais, o jornalista colabora para a construção e transformação de uma sociedade mais justa e plural. Outra forma é buscar olhares interpretativos e não apenas descritivos sobre as informações apuradas e apontar caminhos de participação, como acrescentar à matéria telefones de órgãos do governo e instituições não-governamentais ligadas ao tema abordado. Dessa forma, o telespectador se sente convidado a participar dos problemas.

Para Nelson Traquina (2004 *apud* PENA, 2005), o jornalista, ao tratar de um assunto, “deve evitar o maniqueísmo e se concentrar nos pontos em que as propostas de diferentes grupos são convergentes”. Isso permite ao cidadão absorver, entender o relato e, a partir daí, formar uma opinião.

A imprensa “deve dar ao indivíduo ferramentas e informações para que ele possa exercer plenamente a cidadania” (TRAQUINA, 2004 *apud* PENA, 2005). Ou seja, o jornalista deve fornecer significados ou sentidos do fato que colaborem com o pensamento crítico autônomo do cidadão. Esse modelo de prática é capaz de influir na sociedade de forma positiva e libertária.

2.1.4 Interação com a audiência

O artigo “Essas reportagens são muito legais! Por que?”, escrito por Beatriz Becker e Taisa Gamboa Viana (2007) procura explicar por que certas reportagens são melhores do que outras. Para isso, as autoras analisaram as reportagens televisivas classificadas para disputar o *Prêmio Esso de Jornalismo* de 2006. Elas levaram em conta critérios de noticiabilidade como responsabilidade social, pluralidade de conteúdos, diversidade de fontes, criatividade no uso da linguagem e interatividade. A partir da análise de reportagens premiadas, chegaram à seguinte conclusão:

As reportagens analisadas atenderam à maioria dos critérios de noticiabilidade e aos parâmetros apresentados para elucidar o telejornalismo de qualidade, que permitiram produzir uma investigação consistente, com exceção de um critério-chave para a avaliação: a interatividade (*grifo nosso*), a qual só seria possível, através do aproveitamento adequado das novas tecnologias para ampliar a interação com o telespectador, como raramente acontece quando são disponibilizados bate-papos on-line; telefones para contato e denúncias; mensagens de celular; e possibilidade de envio para a produção do telejornal e de exibição nos noticiários de conteúdos jornalísticos, sejam audiovisuais ou apenas verbais.” (BECKER; VIANA, 2007, p. 13)

As autoras observaram ainda que:

[...] as reportagens analisadas concederam espaço tanto para os comentários de representantes da população quanto para as opiniões de especialistas. Os diferentes personagens foram apresentados em posturas diferenciadas, ora como vítimas, ora como críticos, mas muitos depoimentos serviram apenas para endossar o *off* do repórter, e pouco contribuíram para aprofundar os conteúdos; revelando uma tentativa de ampliar a participação da população na produção dos noticiários, ainda que de forma pouco expressiva (BECKER; VIANA, 2007, p.13).

2.1.5 Participação social

Da mesma forma que existe a ilusão do saber, derivada da grande quantidade de informações disponíveis 24 horas por dia, também há ilusão de participar. Dessa forma, não se pode considerar como participação a simples presença do cidadão nos telejornais por meio de sonoras¹. Elaborou-se o conceito de participação ativa relacionada à capacidade do interlocutor de agir e se manifestar de forma autônoma. O simples registro da opinião — seja por meio de entrevista, e-mail ou telefonema — não pode ser classificado como participação.

É preciso verificar a função que é atribuída à audiência pela emissora, como ocorre a inclusão da “voz” da sociedade no noticiário e, acima de tudo, captar a finalidade ou o uso que é feito dessa “voz”. Dependendo dessa variável, a inserção do público pode servir apenas para corroborar com a opinião da emissora e construir uma imagem de televisão popular. Para haver participação social ativa é necessário que se produza efeitos e impactos na abordagem noticiosa, no processo de construção da notícia e, em um nível mais elevado, seja incorporada à política editorial do veículo.

Para se alcançar esse ideal, um elemento importante é a atuação de conselhos de telespectadores que pressupõe a reunião periódica de seus integrantes com um jornalista influente da emissora para analisar programas e

1 “Termo que se usa para designar uma fala de entrevista” (PATERNOSTRO, 1999. p. 151)

sugerir temas e abordagens. No caso do Distrito Federal, o grupo poderia ser formado por representantes das regiões administrativas e de movimentos sociais, que seriam substituídos depois de um período pré-determinado. Outra opção seria implantar “núcleos de produção audiovisual comunitários, que funcionassem como ‘correspondentes locais” (BECKER; VIANA, 2007) – o que representaria uma contraposição de modelos, podendo, inclusive, colaborar para o aperfeiçoamento do jornalismo convencional. Essas formas de interatividade promoveriam uma participação social mais ativa e aproximariam o produto jornalístico do cotidiano da população e do interesse coletivo.

As preferências dos cidadãos e possibilidades de escolha não são estáticas, mas constantemente modificadas pelo debate público ou processo político. Habermas defende que somente o poder gerado comunicativamente é capaz de se legitimar (1997 *apud* BARROS, 2008, p. 7). Ou seja, sem que as reivindicações dos diferentes grupos de interesse sejam discutidas, sem que haja consenso, as deliberações não têm o efeito desejado.

É um dos motivos que leva uma lei a não ser implementada na prática social, porque a sua elaboração foi restrita a um grupo de atores que detêm o exercício do poder deliberativo. Nesse caso, a opinião de atores não-governamentais (grupos de pressão ou interesse social, acadêmicos, pesquisadores, partidos políticos, mídia e opinião pública) provavelmente foi ignorada.

De acordo com a Pesquisa de Opinião Pública Nacional – voto, eleições e corrupção eleitoral (AMB, 2008), 82% dos eleitores entrevistados consideram que a maioria dos políticos eleitos não cumpre as promessas feitas durante a campanha. Revelou também que apenas 12% dos eleitores acreditam que a política é uma atividade na qual o povo é o principal beneficiado, enquanto outros 85% acham que, de modo geral, os políticos são os principais beneficiados. Os dados indicam, além da insatisfação com os eleitos, uma maior consciência política e crítica por parte da população. Uma mudança que deve ser levada em conta na produção midiática.

2.2 Direito à Comunicação

O jornalismo presta um serviço público ao possibilitar a circulação de informações na esfera pública (SILVA, 2006). Por isso, o jornalista deve ser norteado por princípios éticos e pela consciência da relevância estratégica da sua atividade para a formação e aperfeiçoamento da cidadania. Este tópico trata da prática jornalística ideal – aquela comprometida com a promoção e defesa dos valores democráticos e balizada pela legislação brasileira.

2.2.1 Legislação

Conforme consta na Constituição Federal de 1988 (CF/1988), o proprietário de uma emissora de TV precisa, para poder transmitir a programação, receber uma concessão do governo:

Art. 223. Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal. (BRASIL, 1988)

Por meio da CF/1988, institui-se o caráter público e social dos canais de televisão, tornando o proprietário de uma emissora um “concessionário”. Esse aspecto reforça a legitimidade do cidadão e do Estado ao exigir produtos televisivos de qualidade, sejam eles informativos, publicitários ou de entretenimento; nacionais ou regionais. Sobre a regionalização, a Lei determina:

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 (*grifo nosso*) e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
 - III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei; (*grifo nosso*)
 - IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.
- (BRASIL, 1988)

A Lei estabelece, portanto, que democratizar e regionalizar a informação é um dever dos proprietários das emissoras enquanto concessionários de um serviço público, servindo esse aspecto como parâmetro para a renovação, manutenção ou cassação do seu direito de explorar o canal. Afinal, a comunicação, antes de ser estatal ou privada, é um tema de interesse público. A Constituição de 1988 instituiu a ideia de serviço público:

O conceito de serviço público, tal como foi formulado na Europa Ocidental pressupõe o atendimento de necessidades fundamentais da população. Dessa forma, os serviços de rádio e televisão se equiparariam aos de água, telefone, energia ou correio, por exemplo. E teriam duas vertentes básicas: a referente à cidadania, procurando elevar as condições de participação dos cidadãos na vida democrática, e a da cultura, servindo como disseminadora da riqueza linguística, espiritual, estética e ética de povos e nações (LEAL FILHO, 1997 *apud* LEAL FILHO, 2003, p. 2).

2.2.2 Direito à comunicação como direito humano

Assim como LEAL FILHO (2003), defendemos que o direito à comunicação é tão importante quanto o acesso a serviços básicos e essenciais para a qualidade da vida individual e cívica de um país. Por isso, o direito à comunicação equivale a um direito humano. Direitos humanos são as garantias que fazem do ser humano um cidadão. Ser cidadão é se identificar, aderir e participar da sociedade, por meio

do conhecimento e cobrança de direitos; comprometimento com deveres, defesa e respeito aos direitos da coletividade. De acordo com Peruzzo:

Um meio de comunicação não serve somente para difundir conteúdos, mobilizar e conscientizar. A participação ativa do cidadão na feitura da comunicação, ou seja, na criação, sistematização e na difusão de conteúdos e nos demais mecanismos inerentes ao processo comunicativo também é educativo porque possibilita que a pessoa se sinta sujeito. Ela se desenvolve intelectualmente. Aprende a compreender melhor o mundo e se sente capaz de interferir no seu entorno e na sociedade como um todo visando assegurar o respeito aos direitos humanos não de si própria, mas dos seus semelhantes. (PERUZZO, 2008, p. 14)

O Direito à Comunicação é um dos primeiros passos para se implementar a cidadania. Pois, a informação é um elemento básico para a conquista de direitos, compreensão da sociedade em que se vive e para se desenvolver formas de associação e articulação coletiva. Cortina (1997) reforça isso na medida em que esclarece que o cidadão espera obter da sociedade em que aderiu bens imprescindíveis (e o principal deles é a informação) para poder realizar seu projeto de vida:

O homem, em sua totalidade, deseja ser feliz, a felicidade é seu objetivo; o cidadão, aquele que é membro de uma sociedade, espera dela que lhe faça justiça, que coloque a sua disposição os bens imprescindíveis para poder levar adiante, por sua conta e risco, um projeto de vida feliz (CORTINA, 1997, p. 23).

Nesse sentido, muitos estudos tentam desenvolver uma Teoria da Cidadania, que explique o fenômeno da adesão social e o comportamento cidadão em algumas sociedades. Diante desse esforço científico, fica claro que algumas características são comuns como o sentimento de pertencer a uma comunidade

que leva a uma vontade de participar, com o objetivo de ampliar o sentido de civilidade. Ao ter esse sentimento de pertença, naturalmente o cidadão adere à proposta de determinada sociedade, já que se sente parte de um projeto que ajuda a construir. Ou seja, identificar-se com aquela comunidade é um pré-requisito básico para fazer parte dela.

Os meios de comunicação de massa, como a televisão, têm um importante papel nesse sentido, pois colaboram para a formação de uma identidade local, regional e nacional, socializando os valores e símbolos de determinada comunidade. Isso significa que a comunicação é um veículo da cultura, no sentido de colaborar para um comportamento social comum, para a visualização das questões sociais e ampliação de debates públicos. Dessa forma, podemos concluir que os meios de comunicação são instrumentos de cidadania ou pelo menos deveriam ser, pois têm grande potencial e capacidade de contribuir para a formação desse sentimento de pertença imprescindível para termos cidadãos (CORTINA, 1997).

Ao longo da História da humanidade diversas injustiças foram e ainda são cometidas em todo o mundo contra diversas pessoas ou grupos, por variados aspectos: etnia, religião, raça, classe social etc. Da mesma forma, também houve e há líderes que atuam em defesa de direitos como liberdade e igualdade – e essa luta desencadeou a criação de um dos documentos mais importantes da História: a Declaração Universal dos Direitos Humanos. O documento foi elaborado em 1948, pela Organização das Nações Unidas (ONU), após o fim da Segunda Guerra Mundial.

A Declaração universalizou um conceito mínimo de cidadania. Os países que a assinaram, como o Brasil, comprometeram-se a criar leis baseadas nos 30 artigos que a compõem. É o caso da atual Constituição brasileira. Apelidada de “Constituição cidadã”, traz significativos progressos na enunciação de direitos e garantias individuais. Diz o artigo XIX da Declaração:

Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e

de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras (ONU, 1948).

Em outras palavras: o direito à comunicação envolve a liberdade de ouvir e ser ouvido. Wimmer corrobora com essa definição quando se refere ao direito como sendo “de mão dupla”:

[...] em anos mais recentes e notadamente após a publicação do Relatório Macbride (UNESCO, 1980), tem-se vindo a encarar o direito à comunicação como um direito “de mão dupla”, que permite aos cidadãos não apenas receber estaticamente informações selecionadas por terceiros, mas, sobretudo, interagir, participar e decidir com liberdade sobre as informações que desejam acessar e as opiniões que desejam emitir. Assim, segundo Ferreira (1997), o direito à comunicação pode ser conceituado hoje como o direito que têm todas as pessoas de ter e de compartilhar com outras as informações de que dispõem (grifo nosso). (WIMMER, 2008)

No final do Encontro Nacional de Direitos Humanos em 2005, realizado na Câmara dos Deputados, os participantes publicaram na “Carta de Brasília” os conceitos harmonizados na reunião. Uma das conclusões explica por que o direito à comunicação é um direito fundamental:

O direito humano à comunicação incorpora a inalienável e fundamental liberdade de expressão e o direito à informação [...]. A importância do direito humano à comunicação está ligada ao papel da comunicação na construção de identidades, subjetividades e do imaginário da população, bem como na conformação das relações de poder. (Carta de Brasília, 2005)

Para Wimmer (2008), apesar de não ter sido formalmente consagrado pelo ordenamento jurídico brasileiro como um direito fundamental, o direito à comunicação se trata, efetivamente, de um direito humano básico, pressuposto para o exercício de outros direitos fundamentais e indissociavelmente ligado à democracia.

2.3 Esfera Pública e Imprensa

O modelo de esfera pública foi elaborado pelo filósofo alemão Jürgen Habermas, em 1984, e revisto em 1997. Com base na revisão bibliográfica deste conceito, aborda-se a atual definição de esfera pública e sua relação com os meios de comunicação social, destacando as principais características.

2.3.1 Definição

Na concepção de Habermas (1997), a esfera pública é fundamentalmente um espaço de argumentação e posicionamento, um ambiente em que diferentes grupos com interesses conflitantes debatem, sempre à luz da razão. O autor a define como um espaço onde os problemas que atingem a coletividade são expostos e os conflitos são resolvidos por meio do diálogo – o que, na visão dele, torna possível uma existência solidária, não coercitiva, libertadora e igualitária entre os homens (BARROS, 2008, p. 3). Já de acordo com Serra, a esfera pública:

[...] é formada por grupos auto-organizados, se constituindo em uma rede para a comunicação de fatos e pontos de vista; em uma arena para a detecção, tematização, problematização e dramatização dos problemas, que necessitam ser processados pelo sistema político. (SERRA, 2001, p. 10)

Luiz Martins da Silva concebe o termo como “o próprio processo da busca social, coletiva, institucional e, portanto, dialógica, do bem comum, o que implica, necessariamente, conflito, debate, polêmica” (2006, p. 39).

Portanto, a instituição que mais favorece os diálogos, os debates, as controvérsias, enfim, toda a comunicação entre os diversos públicos é a mídia (HABERMAS, 1997). Apesar desse potencial, é importante ressaltar que meios de comunicação não são esferas públicas. A mídia faz parte da esfera pública e pode ser entendida como um espaço social.

Segundo Maia (2006), a mídia disponibiliza expressões, discursos, imagens e eventos para o conhecimento comum, mas a possibilidade de acesso aos seus canais e a seleção de tópicos são fortemente regulados pelos agentes do próprio sistema. Portanto, não se configura como um espaço aberto, acessível à discussão. Para Maia, não se pode confundir a “visibilidade” produzida pela mídia com a concepção de esfera pública. Essa opinião é compartilhada por Wimmer (2008, p. 6):

[...] é problemática a conceituação dos meios de comunicação como esferas públicas, no original sentido habermasiano de espaços onde as questões práticas e políticas são livremente discutidas por meio de discursos racionais (HABERMAS, 2003), tendo em vista (i) a elevada concentração da propriedade dos meios de comunicação de massa; (ii) a sua insuficiência no atendimento das necessidades públicas de informação; (iii) a inadequada tradução do pluralismo e dos diferentes pontos de vista na sociedade; (iv) a inércia na promoção da proteção a direitos de grupos minoritários; e (v) o raro exercício a contento da função de “cão de guarda público” (GRABER, 1986).

Esfera pública, portanto, “não é um espaço, mas um processo, a polêmica em si, a possibilidade da controvérsia e da existência, numa sociedade democrática, de uma esfera argumentativa” (SILVA, 2006, p. 42). Segundo Barros (2008, p. 8):

[...] não é uma instituição, organização, ou sistema. Não regula, pois não tem uma estrutura normativa. Caracteriza-se pela sua abertura, por ser permeável e deslocar-se, sendo um fenômeno social. Todos os assuntos são tidos como passíveis de debate na esfera pública, desde que ganhem *status* político de um tema de interesse geral. Podem ser debatidos: a definição de regras comuns e de metas pragmáticas, as considerações de justiça, os problemas de identidade e auto-entendimento cultural, processos de monitoramento das autoridades e as prestações de contas.

2.3.2 Mediação entre poder e público

Como a esfera pública é um caminho para a tomada de decisões, é necessário que haja um mediador entre a sociedade e os que a representam. Atualmente, esse papel é cumprido em grande parte pelo “parlamento-da-sociedade-civil”, isto é, a imprensa (SILVA, 2006). Para o coletivo Intervozes (2008), a comunicação é um instrumento de participação popular e de exercício da cidadania, um dos principais meios pelos quais a população pode se envolver na definição, implantação e monitoramento de políticas sociais. A interferência do cidadão nas decisões governamentais, por meio da mídia, é essencial para a evolução da democracia. De acordo com Barros (2008, p. 9):

Habermas (1997) classificou três tipos de esfera pública, sendo uma especificamente produzida pela imprensa: a esfera pública abstrata. Nesse espaço, a mídia trabalha de forma a conectar públicos diversos e espalhados geograficamente. Apesar disso, reconhece que a agenda ou o conteúdo da mídia são conduzidos por atores institucionais poderosos e estão quase inacessíveis a atores coletivos de fora do sistema político ou que não pertencem a grandes corporações. No entanto, em situações de crises sociais, a esfera pública, ao se tornar alvo dos atores da sociedade civil, pode desempenhar um papel mais crítico e ativo. Os

cidadãos organizados diante de dificuldades estruturais podem transformar o fluxo de comunicação e poder.

Outra tarefa que cabe às empresas de comunicação é fiscalizar atos e comportamentos dos que exercem o poder público – ou o privado, caso este influencie a vida dos cidadãos. Segundo Rousiley Maia, os meios de comunicação têm o papel de “vigilante” das instituições sociais e estatais e de mobilizador (2006 *apud* BARROS, 2008, pág. 4). Mobilizar a sociedade significa formar identidades, comportamentos e sociabilidades.

2.3.3 Hegemonia

No Brasil, a imprensa está concentrada nas mãos de poucos donos, como a Globo (família Marinho) e a Record (bispo Edir Macedo) – redes responsáveis pelos dois noticiários analisados neste estudo. Essa concentração possui aspecto relevante, porque ameaça o pluralismo de opinião e a diversidade de visões de mundo presentes na sociedade. Segundo o Intervezes (2008, p.3), o caráter da esfera midiática se mostra hoje prioritariamente privado:

A arena pública é completamente controlada por poucas empresas familiares, por conglomerados transnacionais e políticos. Isso significa que para alguns dos setores dominantes é garantido o direito a se comunicar. Para outros, incluída aí a maior parte da população, a comunicação se torna mero serviço, e a informação, uma mercadoria a ser consumida.

Além da dominação na propriedade, há também a desigualdade de exposição e alguns atores favorecidos pela mídia, que, com visibilidade garantida em alguns veículos de comunicação, têm acesso privilegiado à esfera pública. É como se algumas “autoridades midiáticas” servissem como guias, detentoras do consenso em determinada cultura ou sociedade (COUTINHO, 2002, p. 2). Essa hegemonia de pessoas é tão grave quanto à de empresas, porque gera uma

opinião que não é pública, mas que mesmo assim é remetida ao público – este, por sua vez, virtualmente “integrado” pelos media (MARTINS, 2008, p. 16).

Segundo o autor, “pode-se depreender desse processo a substituição gradual da ‘causa pública’(crítica) pela ‘causa privada’ (manipulação), na medida em que determinados indivíduos ou grupos conseguem penetrar na imprensa de forma privilegiada” (MARTINS, 2008, p. 16). Para Novelli e Burity (2008), no que se refere à opinião pública, a mídia em geral se mostra como uma agente imperfeita, uma vez que, ao atuar como mediadora, torna indiretas a relação da opinião pública e a formação das políticas públicas.

Ao tratar do papel da mídia no espaço público, Martins (2008, p. 13) cita Ronaldo César Henn (1996): “Na função de mediador [...] o jornalismo apropria-se de uma realidade, desenvolvendo-a ao consumo social, delimitando fronteiras e colocando-se como instância suprema no sentido de definir para as sociedades o que é realidade relevante”. Em outras palavras: a imprensa decide pelo público o que é real, verdadeiro, importante. Segundo o coletivo Intervezes (2008, p. 3):

Além de influenciar na formação da opinião pública, a comunicação é central na construção da agenda, na definição daquilo que será discutido ou não pela população no seu cotidiano. O que não passa pelos meios de comunicação tende a estar fora da agenda social.

O trecho acima se refere à teoria do agendamento (ou *agenda setting*), que defende a ideia de que os consumidores de notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados nos meios de comunicação, sugerindo que o que é veiculado pela imprensa influencia as conversas da população (PENA, 2005). “Assim, os assuntos disponibilizados na agenda da mídia tendem a interferir na compreensão da realidade social do indivíduo” (MARTINS, 2008, p. 13).

As telenovelas são um exemplo relevante de como a televisão pode influenciar o comportamento de milhares de pessoas – e levá-las, inclusive, a participarem da vida política. Novelli e Burity (2008) relatam essa influência num

estudo sobre o serviço de atendimento ao cidadão do Senado Federal (hoje, conhecido como “Alô Senado”).

A novela “Mulheres Apaixonadas”, exibida pela Rede Globo, tratava da situação do idoso no Brasil, por meio de personagens-símbolos, que sofriam maus-tratos e tinham dificuldades de inserção social e familiar:

[...] os personagens divulgaram, no capítulo do dia quatro de junho de 2003, que naquele momento o Senado Federal discutia uma nova lei para consolidar a legislação brasileira sobre o idoso, na forma do Estatuto do Idoso. E, como ápice da estratégia de comunicação, se referiram diretamente à possibilidade da população participar dos debates por meio da Central de Atendimento ao Cidadão Idoso. (NOVELLI; BURITY, 2008, p.8)

No dia em que a Central de Atendimento do Senado foi divulgada, mais de 25 mil pessoas ligaram para o número telefônico gratuito, no período de exibição da novela, sendo que 15 mil tentaram contato durante os primeiros 30 minutos do capítulo (NOVELLI; BURITY, 2008, p. 9-10):

A maioria das chamadas telefônicas referia-se a pedidos de informações sobre o encaminhamento de denúncias contra abusos e desrespeito aos idosos. Eram queixas contra familiares que maltratavam os idosos, ou referentes a entidades que descumpriam direitos da terceira idade, como a gratuidade no transporte público coletivo municipal, preferência no atendimento hospitalar, nas filas de banco e no encaminhamento de processos judiciais. Somente no mês de setembro de 2003, quando o projeto de lei que criou o Estatuto do Idoso estava tramitando no Senado Federal, cerca de 30% de todas as chamadas registradas pela Central de Atendimento ao Cidadão traziam demandas sobre este tema. As mensagens contendo sugestões, críticas, opiniões favoráveis, desfavoráveis e solicitações foram encaminhadas aos senadores.

Essa experiência demonstra que o cidadão reconhece e referencia o uso da mídia televisiva como forma de participar da tomada de decisões políticas. No caso, a telenovela foi um caminho para a participação social na decisão dos parlamentares sobre o Estatuto do Idoso. Ou seja, a TV funcionou como esfera pública. Consideramos que os noticiários televisivos, principalmente os regionais, podem, da mesma forma, influenciar o comportamento da população e estimular a participação social na vida política do país.

2.4 Telejornalismo: formatos e conteúdos

Neste estudo, partiu-se da hipótese de que as TVs regionais seriam o ambiente ideal para participação social e circulação de controvérsias interpretativas². O motivo é a relação mais próxima que os produtores de notícias têm com o público e os fatos noticiados e a proximidade também do público para se fazer incluir. A proximidade é tanta que em muitas ocasiões o jornalista poderia ser até fonte ou personagem da matéria. Esse aspecto facilita e estimula a participação social, além de promover a democracia, pois permite que o jornalista se identifique com a realidade social noticiada e que o público reivindique o acesso ao programa e o conceitue como prestador de serviços à população local.

2.4.1 Definição

O conceito de televisão regional se apresenta bastante controverso na escassa bibliografia sobre o tema. Bazi (2001), por exemplo, considera que TV regional é aquela que retransmite seu sinal a uma determinada região, delimitada geograficamente e que tenha sua programação voltada para essa mesma região, sem perder a contextualização do global. Da mesma forma, desconsidera como emissora regional aquela que produza seu programa a partir de uma grade de

2 Interpretações variadas sobre um fato, conforme Porto (2007).

programação estadual ou nacional. Já Volpato e Oliveira definem regional como tudo o que é familiar, próximo. Não necessariamente no sentido geográfico, mas relacionado à identificação:

Embora a questão geográfico-territorial seja importante, se somada às demais, como singularidades, diversidades e identidades sócio-culturais, históricas, ecológicas, econômicas, etc., enriqueceremos ainda mais o conceito de espaço, região e regional (VOLPATO; OLIVEIRA, 2007, p. 3).

Na concepção de Simões (2006 *apud* VOLPATO; OLIVEIRA, 2007), o senso-comum considera que TV regional é o mesmo que emissora afiliada de uma grande rede de televisão. Isso se deve, segundo ele, ao fato de as emissoras afiliadas se intitularem como tevês regionais. O autor aponta os seguintes critérios que fazem uma televisão ser realmente regional: localização geográfica, ausência de participação em uma rede, quantidade de comerciais e de programas produzidos, existência de uma relação da empresa com a região pela publicidade, pela audiência, e pelos recursos profissionais e financeiros.

Neste estudo, utilizaremos definição semelhante à desses autores. Esta pesquisa se baseia na ideia de que TV Regional é a emissora capaz de estabelecer um vínculo comunicativo entre cidadãos e poder político de uma determinada região. Nosso estudo defende também que o telejornalismo local é um espaço privilegiado de acesso ao cidadão e de discussão de temas de interesse público. Portanto, é capaz de auxiliar no desenvolvimento da região e colaborar para a discussão de soluções para os problemas cotidianos da sociedade.

2.4.2 Importância dos noticiários locais

Se o tempo e a informação são globais, as pessoas continuam vivendo num espaço local. A afirmação de Marques de Melo (BAZI, 2001 *apud*, BAZI; CHRISTOFOLI, 2007) exemplifica bem a importância dos noticiários locais. O

mundo cada vez mais globalizado torna comum se sentir e, de fato, estar (ainda que não geograficamente) próximo de cidades localizadas do outro lado do mundo. E essa universalização do conteúdo exige que a emissora regional enfoque localmente a mensagem globalizada.

Em outras palavras: é preciso mostrar ao cidadão como uma informação tão distante se relaciona com o município em que ele vive. Do contrário, um morador do Distrito Federal, por exemplo, poderá se identificar mais com Londres do que com Recanto das Emas. Essa distorção ameaça o desenvolvimento de uma região, a partir do momento que pode desmobilizar e desarticular a organização dos moradores da cidade em prol de melhorias e mudanças locais.

Anthony Giddens (1997 *apud*, PICCININ, 2004) ilustra a influência do regional ao afirmar que a construção da identidade de cada indivíduo é produto da interação entre a mídia e o contexto local. Por sua vez, Graham Murdock (1989 *apud* BAZI, 2005) diz que devemos pensar globalmente e agir localmente. Já Fabiana Piccinin (2004) afirma que a televisão homogênea e anula diferenças e particularidades regionais. Segundo a autora, a mídia televisiva faz com que bilhões de pessoas consumam informações de todo o mundo e, ao mesmo tempo, ignorem fatos que não aparecem nela. Fatos esses que poderiam, inclusive, ser mais relevantes para o telespectador.

2.4.3 Nacional x Local

Considerando os pontos levantados por esses autores, percebe-se que os noticiários locais deveriam se comportar de maneira diferente dos nacionais. Atualmente, a maioria das TVs regionais do Brasil segue a mesma linha do telejornalismo norte-americano – teoricamente imparcial, isento e objetivo. A linguagem formal também é característica marcante desse modelo, que foi adotado pela Rede Globo de Televisão – a emissora de maior audiência nacional – e pelas outras emissoras de alcance nacional (PICCININ, 2004).

O Jornal Nacional, da Globo, é uma referência para o país. Estrutura-se sob um formato fixo, com notícias curtas e ágeis (HAMBURGER, *apud* BORELLI;

PRIOLLI, 2000). O tempo de matérias e sonoras é previamente definido. Isso permite concluir que os noticiários televisivos nacionais se estruturam como um resumo dos principais fatos do país. Nesse contexto, os programas regionais que atendem a necessidade do público em obter informações sobre o espaço local se destacam e crescem (BAZI, 2001).

Um exemplo de emissora que atua de maneira diferenciada no âmbito regional é a TV Record, com o programa Balanço Geral. Exibido no horário do almoço, o noticiário se engaja em determinadas causas e, de maneira incisiva, cobra das autoridades públicas soluções para os problemas das cidades do Distrito Federal (MOTA, 2007). A linguagem é mais coloquial, assemelha-se à de um programa de auditório. O Balanço Geral disputa a mesma audiência com o DF-TV 1ª Edição, noticiário local da Rede Globo. O DF-TV possui texto mais formal e objetivo; quase sempre, com uma cobertura imparcial (MOTA, 2007).

O estudo de Mota demonstrou que as duas emissoras optaram por seguir caminhos diferentes: enquanto a Record investe na regionalização, a Globo segue à risca a cartilha norte-americana e os padrões definidos pela rede.

Dessa forma, pretende-se aprofundar o conhecimento sobre as diferenças e semelhanças entre a TV Globo e TV Record na produção de notícias veiculadas no Distrito Federal. As TVs regionais podem auxiliar no desenvolvimento de uma cidade ou município. Todavia, é preciso que o telejornal enfatize não apenas a cobertura, mas a busca da compreensão e solução dos problemas que afetam a região. O desafio dos jornalistas é explicar para o público as ligações entre as comunidades locais e os sistemas políticos, econômicos e sociais mais amplos.

2.5 Perfil dos telejornais

Rede Globo Brasília — O Bom Dia DF é exibido às 6h30min, de segunda a sexta-feira. Está no ar desde 1983. A duração do programa é de 50 minutos. Os âncoras, Fred Ferreira e Flávia Alvarenga, apresentam o programa ora sentados em uma bancada, ora em pé. No início do telejornal, o âncora sempre informa e-mail para contato. Toda semana uma cidade é sorteada para receber uma equipe

do telejornal na segunda-feira da semana seguinte, assim o telespectador tem tempo de mandar sugestões de pauta. O programa tem seis quadros: Blitz do Bom Dia (em que o telejornal cobra o governo soluções para problemas que se arrastam há muito tempo), Cesta do Bom Dia (preço de alimentos e promoções), Direitos do Cidadão (informações para esclarecer o espectador sobre determinado assunto), Mercado de trabalho (vagas de trabalho e oportunidades de capacitação), Nós e o meio (dicas e iniciativas que ajudam a preservar o meio ambiente) e Posso ajudar (projetos sociais de pessoas ou entidades não-governamentais). Para informações sobre o trânsito, o telejornal tem câmeras em um ponto fixo nos locais retratados.

Rede Record Centro-Oeste — O DF no Ar é exibido de segunda a sexta-feira, às 7h15. Estreou em fevereiro de 2008 e tem a duração de uma hora e 15 minutos. O âncora, Giuliano Cartaxo, apresenta o programa em pé, sem bancadas ou qualquer outro objeto que se ponha entre ele e a câmera. Para informações sobre o trânsito, o telejornal usa um helicóptero para mostrar vários pontos dos locais retratados. Na quinta-feira da semana analisada, o âncora deu um telefone para o espectador entrar em contato com a equipe do noticiário e participar de um quadro que existia antes, mas foi retirado do programa, o “Repórter por 1 minuto”. Nesse quadro, a pessoa conversava diretamente com o âncora, que fazia algumas perguntas e afirmações, a fim de esclarecer o que era dito pelo espectador, como em uma entrevista. Como o nome foi mantido, é provável que essas características sejam mantidas quando o “Repórter por 1 minuto” voltar.

Os dois telejornais procuram fazer uma cobertura noticiosa de todo o Distrito Federal e dos municípios goianos do entorno. Nota-se também que os noticiários dão bastante ênfase ao horário e ao trânsito e fazem questão de retomar os assuntos já abordados durante o programa. Nas reportagens ao vivo, os âncoras comportam-se de maneira semelhante ao fazerem perguntas para os repórteres e/ou os entrevistados.

A partir da descrição é possível concluir que as emissoras de TV têm buscado a aproximação com o público. Tanto o DF no Ar quanto o Bom Dia DF

investem em iniciativas que visam regionalizar o conteúdo do programa. A regionalização é uma tendência verificada em muitas redes de TV e a globalização não anula esse processo, mas funciona como um paralelo para o movimento de produções locais. Observa-se uma valorização dessas regionalidades como forma de cativar o telespectador. Dessa forma, propõe-se a análise dos noticiários locais citados.

3 Metodologia

Para a análise dos dados, gravamos a íntegra de uma semana do Bom Dia DF e do DF no Ar. Por problemas técnicos, a quinta-feira do telejornal da Globo precisou ser gravada em outra semana. A fim de deixar a comparação mais precisa, fizemos o mesmo com o noticiário da Record. Dessa forma, foram gravados em maio de 2011 os dias 4, 5, 6 (2ª, 3ª e 4ª feira), 14 (5ª feira) e 8 (6ª feira) do Bom Dia DF; e em junho de 2011 os dias 2, 3, 4 (2ª, 3ª e 4ª feira), 19 (5ª feira) e 6 (6ª feira) do DF no Ar.

Essas datas foram escolhidas por serem um período em que todas as instituições funcionam normalmente – e, por isso, representam melhor o padrão de veiculação de notícias nos telejornais. A partir dessa amostragem, foi feita uma análise quantitativa e qualitativa, assim como uma comparação entre o conteúdo e o formato dos dois telejornais.

O procedimento metodológico utilizado foi a análise de conteúdo (KIENTZ,1973), que busca identificar indicadores e elementos que se repetem e tenham relevância para o estudo. Esses indicadores se configuram como categorias, onde são contabilizados a frequência e o tempo de determinados elementos que aparecem nos programas.

Porto (2007) sugere a análise de enquadramentos interpretativos³ nos telejornais para se compreender o papel do noticiário. O autor indica que a pluralidade de interpretações na esfera pública, especialmente na televisão, contribui para a resolução do dilema democrático causado pela contradição entre a expectativa de uma cidadania bem informada e a realidade de um público com baixos índices de informação. Porto demonstra que o público retém e utiliza para fazer sentido mais as interpretações sobre fatos do que informações objetivas. Ele defende também que, mesmo com baixos índices de informação, os cidadãos fazem escolhas políticas coerentes com base na habilidade de interpretar a

3 Enfoques apresentados nas reportagens.

realidade a partir de “atalhos”⁴ fornecidos por uma diversidade de controvérsias interpretativas presentes nos textos noticiosos.

3.1 Etapas da pesquisa

A partir do exposto, a pesquisa está dividida em seis etapas: Leitura crítica e revisão bibliográfica; definição de indicadores a serem observados; análises do primeiro e do segundo programa; comparação dos dados e reflexão e confirmação ou não da hipótese da pesquisa. Conforme o objetivo geral do estudo, acreditamos que seja necessário um conjunto diversificado de instrumentos metodológicos, a saber: análise de conteúdo e dos enquadramentos da notícia, especialmente dos formatos em que há veiculação de interpretações sobre o fato e inclusão da participação cidadã.

Na etapa da pesquisa de análise dos programas Bom Dia DF (TV Globo) e DF no Ar (TV Record), a finalidade foi observar a participação social em comparação a de outros atores tradicionais – atores estatais e econômicos – e questionar como são os espaços de debate (tempo, regras e outros limitantes).

Propomos a análise e acompanhamento de telejornais locais do Distrito Federal, especialmente os matutinos, porque, como não possuem um estoque atualizado de reportagens⁵, tendem a abrir mais espaço para debates e participações ao vivo.

Por meio da leitura crítica, definimos as seguintes categorias de entrevistados ou grupos de fontes: 1) autoridade local; 2) especialista; 3) empresário ou profissional liberal; 4) popular, personagem ou testemunha; e 5) cidadão ativo. “Autoridades locais” representam políticos, atores governamentais e do Estado. “Especialistas” são aqueles que possuem autoridade sobre o tema do qual falam, como professores, pesquisadores, sociólogos, ambientalistas. “Empresários ou profissionais liberais” são os que aparecem no noticiário em

⁴ Conselhos ou interpretações que servem de base para os cidadãos na construção de sentidos.

⁵ Os telejornais matutinos em geral dispõem de reportagens gravadas no dia anterior que em sua maioria já foram veiculadas nos telejornais do fim do dia.

função do trabalho desenvolvido (como comerciantes preocupados em quanto o cheiro de esgoto nas redondezas vai afastar os clientes e jogadores de futebol) e não se enquadram nas outras categorias. “Populares, testemunhas ou personagens” são pessoas, de classes sociais e níveis culturais variados, que não interferem nas decisões políticas e muitas vezes aparecem apenas para ilustrar a reportagem ou contar o que viram. “Cidadãos ativos” são os que participam da sociedade e das deliberações políticas, conhecem e cobram os próprios direitos; cumprem os deveres; e defendem e respeitam os direitos da coletividade.

Outros elementos observados:

- Editorias (saúde, economia, política, cultura, esportes etc.);
- Formato da reportagem (informativa e interpretativa);
- Cidade retratada na notícia;
- Diferenças ou semelhanças entre os programas;
- Interatividade do público com o telejornal. Essa interação será observada em três níveis:

1) visibilidade – o conteúdo disponibilizado pelos meios de comunicação para o conhecimento comum;

2) espaço de debate – ocorre quando a emissora abre espaço para diversos atores manifestarem interpretações distintas sobre um mesmo fato, estimulando a pluralidade de opinião; e

3) deliberação – quando o cidadão interfere, participa das decisões políticas ou quando a opinião dele é levada em conta no momento de decisão das políticas públicas. Cada nível citado, caso esteja presente nos noticiários analisados, representa uma evolução na classificação do programa no sentido de abrir mais espaço para a participação ativa e fortalecimento da democracia.

A degravação dos programas (Bom Dia DF x DF no Ar) nos permitiu elaborar um perfil mais preciso sobre os mesmos com a contabilização do(a):

- 1) duração de cada telejornal;*
- 2) quantidade de matérias;*

- 3) *idades retratadas;*
- 4) *editorias abordadas;*
- 5) *tempo e posição dedicados às matérias informativas e interpretativas;*
- 6) *tipo de matéria (reportagem com sonora, nota pelada, reportagem especial, nota coberta etc.)*
- 7) *tempo e posição da fala do cidadão e de outros atores*

Com base nos dados colhidos, pudemos verificar se as notícias atendem, de forma ampla, às necessidades públicas. Nos casos em que há lacunas no que diz respeito à presença ativa do cidadão nas matérias, esta pesquisa aponta propostas de práticas jornalísticas alternativas, que permitam produzir uma cobertura noticiosa mais representativa mesmo em emissoras privadas.

4. Análise dos dados

A partir do marco teórico discutido neste trabalho, foram sugeridas algumas questões ao objeto de estudo elegido. Abaixo, estão as perguntas e respostas elaboradas após a análise dos dados coletados na gravação do Bom Dia DF (TV Globo) e do DF no Ar (TV Record).

1 – Como se dá a apresentação das informações?

Nos dois telejornais, as informações foram apresentadas em oito formatos:

- 1) Nota pelada (matéria onde aparece só a imagem do âncora narrando a notícia);
- 2) Nota coberta (notícia onde a narração do âncora ou repórter é acompanhada por imagens externas, gráficos, mapas etc.);
- 3) Reportagem com sonora (matéria com imagens, narração do repórter e entrevistada gravada);
- 4) Reportagem especial (reportagem da série especial sobre um tema específico);
- 5) Entrevista (entrevista ao vivo feita por um ou mais apresentadores, em um estúdio ou outro lugar fechado);
- 6) Link (repórter entra ao vivo, com entrevista e/ou participação do âncora);
- 7) Comentário do âncora (opiniões do âncora sobre diversos assuntos noticiados);
- 8) Análise da notícia (opinião editorial).

Formatos das matérias Bom dia DF / DF no Ar

1 (Nota pelada) = 19 / 2

2 (Nota coberta) = 14 / 21

3 (Reportagem com sonora) = 33 / 55

4 (Reportagem especial) = 2 / 0

5 (Entrevista) = 8 / 0

6 (Comentário do âncora) = 0 / 10

7 (Link ao vivo, com entrevista e/ou participação do âncora) = 20 / 10

8 (Análise da notícia) = 2 / 0

TOTAL de matérias = 88 / 98

Gráfico A (formatos):

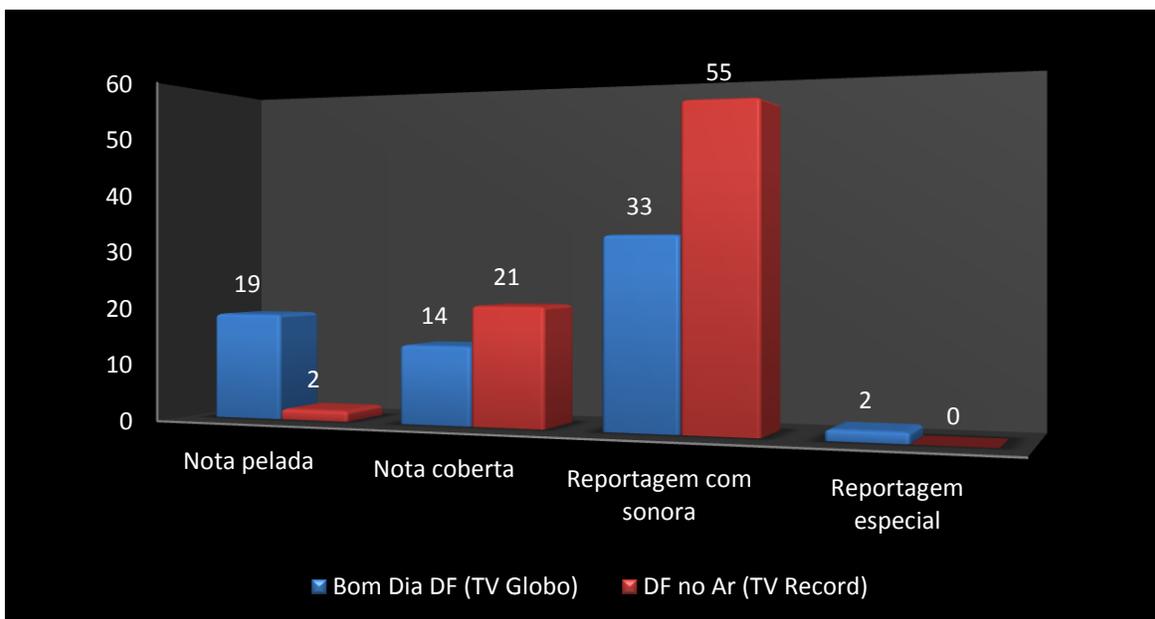
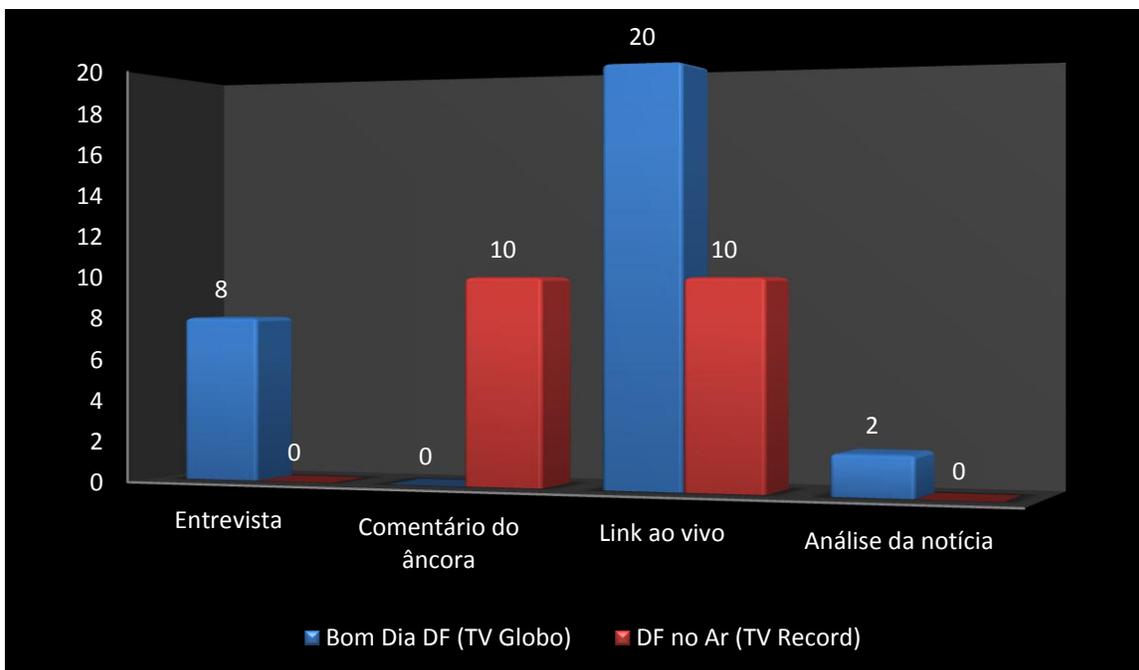


Gráfico B (formatos):



2 – Qual o tempo do telejornal? Quanto desse tempo é dedicado aos atores sociais?

Bom Dia DF (50min de duração x 5 = 250min ou 15.000s)

Sonoras: 53 matérias com sonoras e **191** entrevistados
Duração: 5802s (1h36min42s) de sonoras

- (1) Autoridade local: **37 entrevistados / 3009s (50min09s)**
- (2) Especialista ou acadêmico: **14 entrevistados / 931s (15min31s)**
- (3) Empresário ou profissional liberal: **24 entrevistados / 513s (8min33s)**
- (4) Popular ou personagem: **107 entrevistados / 838s (13min58s)**
- (5) Cidadão ativo: **9 entrevistados / 511s (8min31s)**

*Dos 15.000s (250min ou 4h10min) de duração do Bom Dia DF na semana, o cidadão ativo teve 511s (8min31s) ou 3,4% do tempo total do programa para se manifestar.

**As fontes oficiais tiveram 20% do tempo para se manifestar, quase seis vezes mais (5,9 vezes) que o cidadão.

DF no Ar (1h30min de duração x 5 = 450min ou 27.000s)

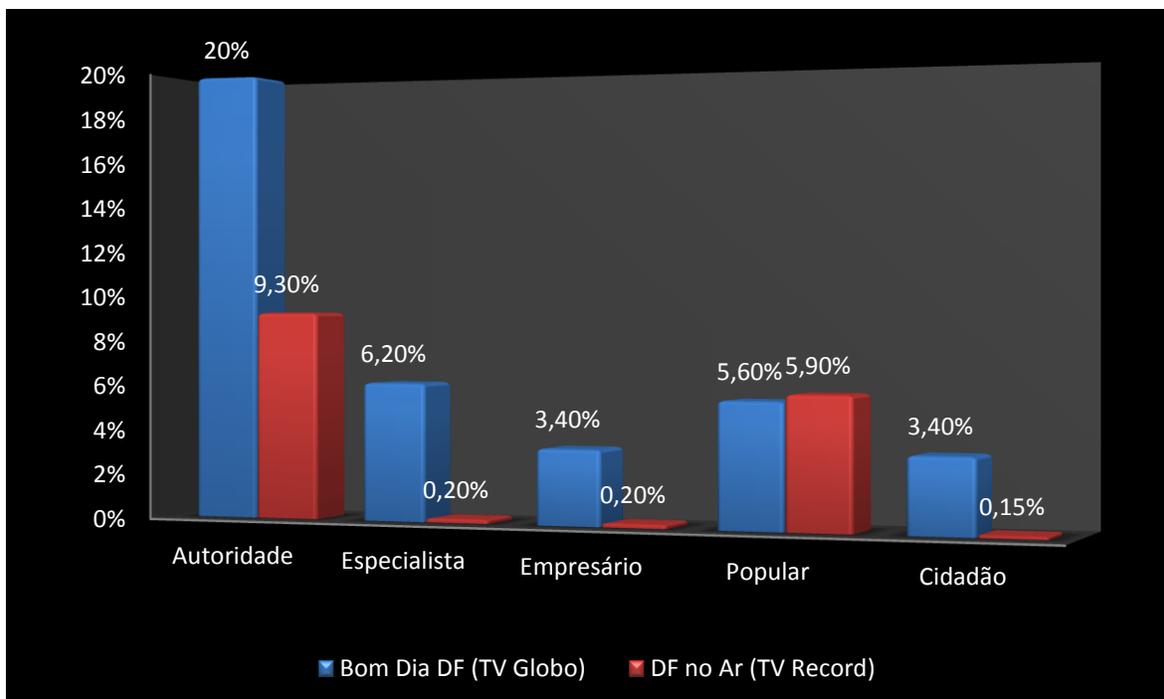
Sonoras: 76 matérias com sonoras e **201** entrevistados
Duração: 4220s (1h10min26s) de sonoras

- (1) Autoridade local: **59 entrevistados / 2526s (42min06s)**
- (2) Especialista ou acadêmico: **3 entrevistados / 57s**
- (3) Empresário ou profissional liberal: **5 entrevistados / 54s**
- (4) Popular ou personagem: **132 entrevistados / 1586s (26min26s)**
- (5) Cidadão ativo: **3 entrevistados / 41s**

*Dos 27.000s (450min ou 7h30min) de duração do DF no Ar na semana, o cidadão ativo teve 41s ou 0,15% do tempo total do programa para se manifestar.

** As fontes oficiais tiveram 9,35% do tempo para se manifestar, sessenta e duas vezes mais (62,3 vezes) que o cidadão.

Veja o gráfico comparativo:



3 – No programa, o cidadão tem espaço para reivindicar acesso a determinados temas? Como são estes espaços (tempo, regras e outros limitantes)?

Os noticiários abrem canais para o telespectador fazer sugestões de pauta, críticas, comentários, reclamações e observações.

No Bom Dia DF, a pessoa pode entrar em contato por e-mail. Toda semana, uma cidade é sorteada para receber uma equipe do Bom dia DF na semana seguinte. O âncora anuncia a cidade e pede para os telespectadores enviarem sugestões de reportagem.

No DF no Ar, o âncora divulga diariamente o telefone da redação (a ligação cai numa caixa eletrônica onde o telespectador deve deixar mensagem com telefone de contato). O âncora também diz que o telespectador pode mandar e-mail ou ligar para ele (passa o e-mail próprio) e fazer uma denúncia ou reclamar de algum problema. Ele diz que o espectador pode mandar e-mail até pra bater-papo ou perguntar sobre como é o cotidiano da redação. Na semana analisada, foi anunciado também o “Repórter por 1 minuto”, quadro que existia antes onde o espectador conversava ao vivo com o apresentador. Não ficou claro se, com a volta, o formato será o mesmo.

4 – O cidadão participa da discussão de ideias?

No período analisado, não houve discussão de ideias no DF no Ar. Mas no Bom Dia DF, foi aberto debate em uma matéria:

Resumo: As polícias Civil e Militar estão autorizadas a fechar os bares que ameaçam a segurança da comunidade. De acordo com a Secretaria de Segurança, o Plano Piloto, Taguatinga e a Ceilândia são as áreas mais críticas. O objetivo é diminuir a criminalidade (como vendas de bebida alcoólica a menores, menores desacompanhados, venda de bebida para pessoas embriagadas, barulho excessivo) em todo o Distrito Federal. Uma repórter entrevista ao vivo o subsecretário de Operações da Secretaria de Segurança Pública do DF e outra, o presidente do Sindicato dos Hotéis, Bares, Restaurantes e Similares do DF.

Data: 06/4 (4ª feira)

Duração: 5min36s

Sonoras:

Ator	Duração	Ator	Duração
Subsecretário de Operações da Secretaria de Segurança Pública do DF (1)	2min28s		
Presidente do Sindicato dos Hotéis, Bares, Restaurantes e Similares do DF (5)	1min 35s		

Comentário: Nesta reportagem, o debate é sobre um tema que envolve toda a população. O presidente do Sindicato dos Hotéis, Bares, Restaurantes e Similares do DF chama essa medida do governo de retrocesso. Ele questiona, irritado, o que o comerciante pode fazer se um adulto compra bebida alcoólica num bar e a repassa a um menor de idade. Indignado, pergunta também se o estabelecimento será fechado caso um cliente chegue na frente do local e ligue o rádio num volume muito alto. Por fim, reclamou que a Secretaria de Segurança Pública não compareceu a uma reunião marcada com o Sindicato e a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes do DF. O subsecretário explicou que o fechamento não será arbitrário, envolverá uma conversa com o dono do estabelecimento em questão e que não vão transferir para ninguém a responsabilidade pela

segurança pública. Em relação ao não comparecimento na reunião, o subsecretário explicou que o Sindicato se deslocou para um local e a Subsecretaria os aguardava em outro. Mas afirmou que no mesmo dia atendeu os donos de padaria do DF e que hoje tinha uma reunião marcada com o presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes-DF. Neste caso, o debate foi útil para o cidadão. Houve um ruído de comunicação entre o governo e a entidade de classe que foi esclarecido ao vivo no telejornal, com a mediação das duas repórteres.

5 – O programa favorece a ação comunicativa, gera uma consciência coletiva propícia uma convivência ética? Possibilita o diálogo entre diversos atores, com diferentes interpretações?

No período analisado, os dois noticiários se preocuparam muito mais em dar informações do que formar uma consciência coletiva. No Bom Dia DF, de 88 matérias, apenas três eram interpretativas. No DF no Ar, todas as 98 matérias eram informativas. Como se vê, os telejornais se caracterizam mais como disponibilizadores de conteúdo do que como fornecedores de interpretações variadas sobre um fato.

6 – O telejornal é engajado?

O Bom Dia DF possui um quadro jornalístico, sem periodicidade certa, específico para dicas e iniciativas que ajudam a preservar o meio ambiente. No DF no Ar, o âncora se posicionou várias vezes a favor da forma como a Polícia Civil agia no combate ao tráfico de drogas em Ceilândia. No entanto, esses são engajamentos pontuais, não sistemáticos.

7 – O telejornal menciona algum mecanismo de participação social?

Sim. Há matérias nos dois telejornais em que são dados contatos para se fazer denúncias ou reivindicar direitos. Também houve participação do telespectador em matérias ao vivo dos dois noticiários.

Em uma matéria do DF no Ar sobre a prisão de vários supostos criminosos, a repórter entrevista o delegado da Polícia Civil quando o âncora a interrompe e

diz que recebeu um pedido por e-mail de moradores do Paranoá e do Itapoã. Eles querem que o delegado conte qual crime cada um dos presos cometeu. O delegado se aproxima de cada um e acata o pedido, enquanto a repórter ao lado dele, continua fazendo perguntas. Nenhum dos acusados se manifesta e todos escondem o rosto.

No Bom Dia DF, durante uma entrevista com o governador do Distrito Federal, o âncora inclui perguntas enviadas ao vivo por e-mail pelos telespectadores. Elas o questionaram sobre a falta de professores na rede pública.

8 – Há espaço para o cidadão se manifestar?

No Bom Dia DF, há cidadãos se manifestando em 8 matérias. No DF no Ar, em 3. Para efeitos comparativos, selecionamos duas de cada telejornal:

Bom Dia DF:

#1) Bom Dia DF – Cemitério São Sebastião, o primeiro cemitério do Distrito Federal, inaugurado há mais de 150 anos, está abandonado. O local foi desativado e sepultamentos já não são realizados há 50 anos. Sem cuidados, porém, o cemitério em Planaltina está virando esconderijo para bandidos. Via assessoria de imprensa, a Administração de Planaltina, responsável pelo cemitério, disse que há restos mortais lá e, por isso, não pode dar outra destinação ao local. Mas o administrador, Nilvan Vasconcelos, prometeu que no dia as equipes iriam fazer a roçagem e a limpeza do local.

Data: 14/4 (5ª feira)

Duração: 2min

Sonoras:

Ator	Duração	Ator	Duração
Moradora (Popular)	7s	Morador (Popular)	6s
Morador (Popular)	14s	Líder comunitário (Cidadão ativo)	15s

Comentário: O líder comunitário Jeferson Melo sugere acabar com o cemitério e construir algo mais útil para os moradores de Planaltina, como

um posto de saúde ou uma praça. Ao reclamar do problema e dar uma sugestão para resolvê-lo, o líder comunitário atua como cidadão.

#2) Bom Dia DF — Quadro “Posso Ajudar?”. Aulas gratuitas de circo alimentam esperança de crianças e jovens da Estrutural. A lona foi montada ao lado do lixão, onde por muito tempo as crianças trabalharam. A Companhia Artetude, em parceria com a Escola Viver, ensina a arte do circo para resgatar a auto-estima dos moradores.

Data: 08/4 (6ª feira)

Duração: 5min23s

Sonoras:

Ator	Duração	Ator	Duração
Instrutor (Profissional liberal)	22s	Aluna (Personagem)	13s
Coordenador do projeto (Cidadão ativo)	33s	Aluna (Personagem)	16s
Coordenador do projeto (Cidadão ativo)	1min03s	Aluna (Personagem)	4s
Instrutor (Profissional liberal)	48s	Aluna (Personagem)	5s
Coordenador da Associação Viver (Cidadão ativo)	27s	Aluna (Personagem)	5s

Comentário: Nesta reportagem, os cidadãos tem o microfone aberto para falar. Não há narração do repórter, que nem aparece. Os envolvidos no projeto falam direto para a câmara. A única interferência jornalística está na edição da reportagem.

DF no Ar:

#1) DF no Ar – Uma moradora da Asa Norte comprou um notebook pela internet, mas quando a encomenda chegou, só havia dois pacotes de macarrão instantâneo. Diretor do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor dá dicas para consumidor não ser enganado.

Data: 06/05 (6ª feira)

Tipo: 1 (Informativa)

Duração: 1min43s

Sonoras:

Ator	Duração	Ator	Duração
Vítima de golpe (Personagem)	22s	Consumidora (Popular)	7s
Consumidora (Popular)	3s	Diretor do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Cidadão ativo)	16s
Consumidora (Popular)	6s		

Comentário: Nesta reportagem, uma notícia factual é enriquecida pela presença de um cidadão dando dicas para os consumidores não serem enganados.

#2) DF no Ar – Motoristas fazem fila para comprar combustível vendido com isenção de impostos, em posto da Asa Norte. Desconto foi proposto pela Câmara de Dirigentes Lojistas Jovem.

Data: 19/05 (5ª feira)

Duração (minutos:segundos): 1min36s

Sonoras:

Ator	Duração	Ator	Duração
Motorista (4)	6s	Motorista (4)	6s
Motorista (4)	3s	Motorista (4)	5s
Gerente do posto (3)	8s	Presidente Câmara de Dirigentes Lojistas Jovem (5)	13s

Comentário: A reportagem destaca a iniciativa de um cidadão para tentar resolver um problema que afeta grande parte da população. Poderia ser

incrementada com a presença de alguma que explicasse por que os impostos são tão altos.

5. Conclusão

Tendo em vista a leitura e reflexão teórica realizadas, podemos concluir que a participação social ativa pressupõe identidade, reconhecimento e adesão a um projeto de vida e de felicidade comum à sociedade na qual o cidadão se insere.

Dessa forma, percebe-se que o conceito de cidadão vai além da ideia de consumidor, que por sua vez é mais amplo que o conceito de cliente. Cidadão é o ser humano mais universalizado, que é capaz de agir com autonomia e participa da construção do projeto de sociedade pactuado com seus semelhantes. Esse conceito é fundamental, pois norteou a análise dos dados, permitindo diferenciar comportamentos e posturas abordados e atribuídos pelos programas ao seu público participante.

Quando o cidadão tem acesso à informação, conhece e cobra os direitos e deveres, participa das decisões políticas ou tem a opinião levada em conta no momento de decisão das políticas públicas, existe participação social ativa. Esse processo pode acontecer ou ser potencializado por meio da televisão. E, por ser o processo da busca coletiva do bem comum, defende-se que a esfera pública é o caminho ideal para que essa participação social se concretize.

Em consonância, os telejornais locais matutinos, por serem mais próximos da realidade social e disporem de mais tempo para promover discussões e interpretações variadas sobre um mesmo fato, seriam um ambiente comunicacional de massa adequado ou eficiente para a visibilidade de temas de interesse público. Essa exposição, inclusive, poderia evoluir para o debate — com a divulgação de argumentos e a criação de um espaço de persuasão — onde se chegaria a um consenso mínimo sobre o assunto.

A leitura crítica levou ainda a se vislumbrar um terceiro nível de participação social ativa: o de deliberação, que ocorre quando o debate promove o agendamento do tema reivindicado pela coletividade nas esferas políticas e estatais por meio do noticiário televisivo local. Na esfera de deliberação, os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário incorporam os argumentos do cidadão midiaticado na tomada de decisões que vão influenciar a vida pública.

Nesse aspecto, Sylvia Moretzsohn e Luiz Martins também vislumbram uma relação próxima e positiva entre os meios de comunicação e a cidadania/democracia. A partir de um conhecimento sistematizado, os noticiários que se lançarem em prol da democratização da informação e do fortalecimento da cidadania possam ser devidamente reconhecidos não só pelo público/audiência, mas por pesquisadores, instituições e prêmios de qualidade jornalística, onde o critério participação social ativa seja incluído.

É preciso ressaltar que os dados coletados e a análise feita dos dois telejornais não podem ser tomados de forma absoluta. São apenas um indício do perfil dos noticiários. Posto isso, pudemos verificar, a partir da análise empírica e da revisão bibliográfica, que os dois telejornais se comportam como disponibilizadores de conteúdo.

Há poucos espaços para interpretação e o que se percebeu em termos de engajamento foi pontual, não sistemático. Dos três níveis de interatividade do público com o telejornal predominou o primeiro: a “visibilidade”, presente em 87 matérias do Bom Dia DF e em 89 matérias do DF no Ar. Houve “espaço de debate” em apenas uma matéria do Bom Dia DF e em nenhuma do DF no Ar. E não foi constada “deliberação” em nenhuma reportagem de ambos os noticiários.

Esse é um aspecto importante. Significa que o telejornal circula a informação na sociedade. Mas a falta de profundidade com que as matérias são exibidas ao público, sem que haja diferentes “vozes” e interpretações, não contribui para a atuação dos cidadãos. Isso pode gerar problemas como a desmobilização de iniciativas de organização social (enfraquecendo a formação e atuação de associações). Outro problema: se a pessoa não se sente representada na mídia, ela perde o sentimento de pertença ao local – o que pode prejudicar o desenvolvimento da região em que vive.

Entendemos que um telejornal deve ter formatos diversos e não seria possível promover o debate ou alcançar deliberações em todas as matérias. Se isso ocorresse, o telejornal acabaria perdendo dinamismo e teria que se concentrar em poucos temas em vez de citar vários, como ocorre atualmente. Entretanto, para que haja participação social ativa é necessário que o cidadão

produza efeitos e impactos na abordagem noticiosa, no processo de construção da notícia. Uma forma eficiente de se alcançar esse objetivo é o debate sistemático entre diferentes atores, em vez do debate esporádico, como acontece atualmente.

Vale destacar também que, apesar de não termos identificado deliberações nos dias analisados, isso não significa que elas não existam. Matérias deliberativas são resultado de um processo que começou com a visibilidade do fato, debate e, por fim, deliberação. Até poderíamos ter encontrado esse nível mais avançado de interatividade na semana analisada. No entanto, seria mais provável encontrá-lo se analisássemos os telejornais durante um período maior, como um semestre.

Uma constatação importante e que vale ser analisada de forma mais detalhada em estudos futuros é a semelhança na forma como o Distrito Federal é retratado nos noticiários televisivos. Notícias relacionadas aos moradores de todo o Distrito Federal (36) foram prioridade na TV Globo, seguida do Plano Piloto (16), Ceilândia (12) e Taguatinga (9). Já na TV Record, informações relativas ao Plano Piloto (26) e Ceilândia (18) tiveram mais espaço que matérias envolvendo todo o DF (13).

Das 30 regiões administrativas do DF, quatro não apareceram no DF no Ar e sete ficarem de fora do Bom Dia DF. As demais regiões foram retratadas nos telejornais entre uma e cinco vezes na Record e entre uma e seis vezes na Globo. O Entorno do Distrito Federal esteve em quatro matérias do DF no Ar e em sete do Bom Dia DF.

Outros dados relevantes, que quantificaram o formato das matérias, relacionam-se diretamente com a hipótese inicial da pesquisa de que os noticiários locais matutinos são espaço privilegiado de participação social e de circulação de controvérsias interpretativas. A predominância da informação em detrimento de análises e comentários mostra que o objetivo é disponibilizar fatos para conhecimento do público, mas sem se aprofundar neles – como uma grande vitrine.

Ora, os telejornais matutinos em geral dispõem de reportagens gravadas no dia anterior que em sua maioria já foram veiculadas nos telejornais do fim do dia. E exatamente por não possuírem um estoque atualizado de reportagens, tendem a abrir mais espaço para debates e participações ao vivo. Por isso, este trabalho defende que os telejornais matutinos regionais sigam sua tendência natural, deixando a grande variedade de notícias para os telejornais vespertinos/noturnos e se concentrando no debate e na participação social.

6. Referências bibliográficas

AMB. *Pesquisa de Opinião Pública Nacional – voto, eleições e corrupção eleitoral*, Vox Populi, 2008. Disponível em: http://www.amb.com.br/portal/docs/pesquisa/pesquisa_perfil_eleitor.pdf>. Acesso em: 10 de jan. 2009.

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS, A. P. L. *A evolução do modelo de esfera pública: Uma proposta de análise para noticiários locais*. Trabalho registrado nos anais do X Encontro Nacional de Professores de Jornalismo promovido pelo Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ) e pela Universidade Mackenzie, em São Paulo, 2008.

_____. *As formulações de Habermas e as críticas – A importância do conceito de Esfera Pública de Habermas para a análise da imprensa. Uma revisão do tema*. 2006. Artigo aprovado para a Revista Universitas, 2008 a.

_____. *TV Brasil: transição do modelo governamental para o público?* Trabalho registrado nos anais do V Colóquio Brasil-Espanha de Ciências da Comunicação promovido pela Intercom, UnB e AE-IC, em Brasília, 2008 b.

BAZI, R. *TV regional: trajetória e perspectivas*. Campinas: Alínea, 2001.

_____. *Aspectos da TV Regional e a Globo no cenário da regionalização*. 2005

_____. *Apontamentos sobre noticiário regional no contexto globalização: algumas contribuições*. In: *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*. v.1, n.2. Brasília. 2007.

BAZI, R; CHISTOFOLI, R. *Noticiários regionais: Um comparativo de eptv e band campinas*, 2007. Disponível em: < <http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/index.php?cf=1> >. Acesso em: 12 jan. 2008.

BECKER, B. *Telejornalismo de qualidade: um conceito em construção*, Galáxia PUC-SP, n.10, 2005, p. 51-64.

BECKER, B; VIANA, T. G. *Essas reportagens são muito legais! Por que?*. Trabalho registrado nos anais do V Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo, promovido pela SBPJor pela UFS em Aracajú, 2007.

BERNO, G. *Televisão, Educação e Sociedade: uma visão crítica*. Biblioteca on-line de ciências da comunicação. 2003. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/berno-geovani-televisao-sociedade.pdf>>

BRITTOS, V. C. . *Televisão, regulamentação e democracia na contemporaneidade*. In: V Colóquio Brasil-Espanha de Ciências da Comunicação, 2008, Brasília. V Colóquio Brasil-Espanha de Ciências da Comunicação. Brasília : UnB, 2008.

BURITY, A. C. L; NOVELLI, A. L. R. *Políticas de Comunicação Legislativa: estudo de casos do Alô Senado*. Trabalho registrado nos anais do V Colóquio Brasil-Espanha de Ciências da Comunicação promovido pela Intercom, UnB e AE-IC, em Brasília, 2008.

Carta de Brasília (2005). Documento final do Encontro Nacional de Direitos Humanos, Brasília. 2005. Disponível em: < http://www2.camara.gov.br/comissoes/cdhm/endh_cartabrasilia>. Acesso em: 06 fev. 2009.

Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm>.1988.
Acesso em: 05 fev. 2009.

CORTINA, A. *Cidadãos do Mundo: para uma teoria da cidadania*. São Paulo: Loyola. 1997.

COUTINHO, I. *Os telejornais como espaço de disputa por hegemonia política e cultural*. In: Democracia eletrônica e televisão no Brasil. Anais do 11º Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Rio de Janeiro. 2002.

Declaração Universal dos Direitos Humanos. Disponível em:< http://www.onu-brasil.org.br/documentos_direitoshumanos.php >. 1948. Acesso em: 06 fev. 2009.

HABERMAS, J. *Direito e Democracia – Entre facticidade e validade*. Vol. II. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

_____. *Teoria de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus. Traducido do Original: Theorie des Kommunikativen Handelns, Frankfurt. Tradução para o espanhol, 1981.

IBGE. *Perfil dos municípios brasileiros*. Cultura. Rio de Janeiro. 2009. Disponível em:
<<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/2009/munic2009.pdf>>. Acesso em: 10 dez. 2010.

INTERVOZES. *Políticas locais para comunicação democrática*. 2008. Disponível em: <http://www.intervozes.org.br/publicacoes/documentos/politicas_locais.1.pdf>. Acesso em: 10 set. 2010.

KIENTZ, A. *Comunicação de massa: Análise de conteúdo*. Rio de Janeiro: Editora Eldorado, 1973.

LEAL FILHO, L. L. *A responsabilidade social da TV*. 2003. Disponível em: <noticias.terra.com.br/brasil/interna/0,,OI194592-EI306,00.html>. Acesso em: 10 mar. 2011.

MARTINS, F. *Da esfera pública burguesa à nova ordem social: o papel dos media*. 2008. In: BOCC – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, fev. 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/martins-fabio-esfera-publica-burguesa.pdf>>

MOTA, C. L. *Discursos da periferia nas notícias locais da TV*. Trabalho registrado nos anais do V Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo, promovido pela SBPJor pela UFS em Aracajú, 2007.

NOBLAT, R. *A arte de fazer um jornal diário*. São Paulo: Contexto. 2002

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

PENA, F. *Jornalismo (Coleção 1000 perguntas)*. Rio de Janeiro. Ed. Rio. 2005.

PERUZZO, C. *Movimentos Sociais, Cidadania e Direito à Comunicação*. Trabalho registrado nos anais do V Colóquio Brasil-Espanha de Ciências da Comunicação promovido pela Intercom, UnB e AE-IC, em Brasília, 2008.

PICCININ, F. *Notícias na Tv global: Diferenças ou não entre o telejornalismo americano e europeu*. In: XXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2004, Porto Alegre. XXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2004.

PORTO, M. *Televisão e Política no Brasil – A Rede Globo e as interpretações da audiência*. RJ, E-Papers. 2007.

SERRA, S. *A produção de notícias e a esfera pública internacional*. In: FAUSTO NETO, Antonio et al. (Org.). *Práticas midiáticas e espaço público*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001. v. 1. p. 83-112.

MORETZSOHN, S. *Um cotidiano exercício de suspensão*. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=426AZL003>>. Acesso em: 16 out. 2008

SILVA, L M. *Jornalismo, Espaço Público e Esfera Pública, Hoje*. In: *Comunicação e Espaço Público*. ano IX, n. 1 e 2, 2006.

VIZEU, A. *Decidindo o que é notícia. Os bastidores do telejornalismo*. Universidade Federal de Pernambuco. EDIPUCRS, RS 2000. 140 p. Disponível em: <bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-decidindo-noticia-tese.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2008.

VOLPATO, M e OLIVEIRA, R. *TV Regional e Identificação com os públicos: O caso Tem Notícias – Primeira Edição, 2007*. Disponível em: < www.bocc.ubi.pt >. Acesso em: 12 de jan. 2008.

WIMMER, M. *O direito à comunicação na constituição de 1988: o que existe e o que falta concretizar*. 2008. Trabalho registrado nos anais do V Colóquio Brasil-Espanha de Ciências da Comunicação promovido pela Intercom, UnB e AE-IC, em Brasília, 2008.