TV Diário:
Uma Análise Sobre Os Critérios De Noticiabilidade Do Diário TV 1ª Edição[1]

Hércules MOREIRA[2]
Universidade de Mogi das Cruzes, São Paulo, SP

Resumo

Este artigo tem como objetivo principal analisar os critérios de noticiabilidade utilizados pelo Diário TV – 1ª edição, exibido entre os dias 12 e 16 de junho desse ano, na TV Diário, afiliada da Rede Globo de Televisão no Alto Tietê, em São Paulo. Utilizando a análise de conteúdo aliado à técnica de observação e entrevista estruturada, analisamos o conteúdo exibido, além de pesquisar junto à audiência suas impressões sobre o produto televisivo, o que contribui diretamente para entender suas opiniões em relação à proposta e eficácia das pautas abordadas pelo telejornal. Os resultados mostraram que a emissora possui mais características de TV comunitária do que de TV regional, já que boa parte das reportagens foca apenas o município de Mogi das Cruzes e não as dez cidades que recebem o sinal da TV Diário.

Palavras-chave: noticiabilidade; televisão regional; análise de conteúdo; audiência.

A Televisão e sua Relevância Cultural

A TV é uma daquelas mídias que, você pode até não ver por muitas horas ao longo do dia, mas é quase certeza que algum aparelho você deve ter em casa. Muitas vezes, não apenas um, mas dois ou até mais. Dizer que esta mídia está perdendo cada vez mais espaço para outras não parece ser um argumento capaz de deixá-la para segundo plano, ainda mais quando nos deparamos com dados de pesquisa sobre sua efetividade na vida do brasileiro. Sim, ela ainda está presente e muito no dia-a-dia das pessoas. É o que mostra a maior parte das pesquisas sobre mídia no Brasil.

Uma das principais e que serve como indicador quando falamos sobre a presença da TV na vida dos brasileiros é a Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM 2016). Encomendada pela Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal e realizada pelo Ibope, é um indicador que analisa os hábitos de consumo de mídia da população brasileira.

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Professor do curso de Comunicação Social da Universidade de Mogi das Cruzes (UMC - SP); Mestre em Políticas Públicas na linha de pesquisa Políticas Culturais: Diversidade e Cidadania (UMC - SP); MBA em Comunicação e Marketing (UNICSUL – SP); Especialista em Comunicação Televisiva (UNIBAN – SP); Graduado em Jornalismo (UNICSUL – SP). E-mail: herculeszoom@gmail.com

O resultado é bem claro e deixa ainda mais a TV em destaque quando mostra que 63% das pessoas entrevistadas costumam se informar por meio dela. Já a internet, 'queridinha' por muitas pessoas, principalmente os mais jovens, aparece em segundo lugar com 26% e o rádio, em terceiro, com apenas 7%. Isso sem contar que, das pessoas que assistem TV todos os dias da semana, o número chega a 77%, de acordo com os resultados da pesquisa.

Sodré (1984) dizia que a televisão não veio para atender a nenhuma espera específica e preexistente da comunicação social. Surgiu diretamente do meio técnico, como resultado da crescente autonomia dos bens eletrônicos (do mercado) com relação às reais carências humanas. A televisão é uma técnica, um eletrodoméstico, em busca de necessidades que a legitimem socialmente. Assim, ela ganhou destaque no Brasil, principalmente, devido a sua importância social, afinal ela faz parte de muitas famílias brasileiras.

> Há lares em que a televisão fica ligada o dia inteiro, às vezes até sem que ninguém a assista: é um aparelho falando sozinho. As pessoas, em geral, deixam-no ligado apenas para fazer barulho, para dar vida ao lar, para substituir uma companhia ausente com quem se pretendia dialogar. (MARCONDES FILHO, 1988, p. 9)

Diante de toda essa relevância que ela tem na vida das pessoas, se faz necessário entender também qual é o grau de responsabilidade que a mesma possui, já que é por meio de sua programação que as pessoas utilizam para se informar e entreter.

> De todos os meios de comunicação de massa, a televisão é o mais fascinante. Fabrica sonhos, destrói mitos, adultiza as crianças, infantiliza os adultos, invade nossa intimidade, transforma o mundo numa grande aldeia, é o símbolo de uma nova idade e de uma nova cultura. (WRIGHT, 1973, p. 122)

Dessa forma, cada vez mais a importância da mídia cresce junto à sua responsabilidade, afinal ela foi adotada como 'patrimônio' de informação e de lazer por parte das pessoas que a consomem. Portanto, é essencial que sua programação atenda as necessidades dessa audiência que busca cada vez mais conteúdo de qualidade e que, principalmente, tenha relevância em sua vida.

Peruzzo (2007, p. 78) afirma que televisão de qualidade é "aquela que enfatiza o desenvolvimento da cidadania cultural e, consequentemente, contribua para o desenvolvimento social e local".

TV vs Responsabilidade no Jornalismo

Um dos principais pilares de uma emissora de televisão é o jornalismo. Não apenas porque atrai prestígio e audiência, mas porque é um dos produtos que mais atrai patrocinadores para a grade de programação. Uma matéria divulgada pelo Portal Imprensa[3] mostrou que os programas jornalísticos e a dramaturgia são os mais procurados pelos anunciantes. Para se ter uma ideia de valores, um comercial de 30 segundos veiculado pelo 'Jornal Nacional' não sai por menos de R$ 600 mil reais. Isso na época em que a matéria foi veiculada no portal. Hoje, essa realidade é bem 'mais cara', já que as emissoras atualizam seus preços anualmente.

Além disso, é importante destacar também a importância das afiliadas para uma emissora de televisão. A TV Globo, por exemplo, possui mais de 117 afiliadas[4] em todo o país, responsável em levar a programação a milhões de pessoas em todas as regiões brasileiras. É por meio das emissoras afiliadas que o jornalismo se aproxima cada vez mais da comunidade, servindo muitas vezes como um prestador de serviços às pessoas que, constantemente, não têm acesso direto ao poder público. A TV, por meio de seus profissionais, pode contribuir nesse sentido.

Segundo Arbex Jr. (2001, p.98) "a televisão é um polo ativo do processo de seleção e divulgação das notícias e também dos comentários e interpretações que dela são feitas. Ela não é mera "observadora" ou "repórter": tem o poder de interferir nos acontecimentos".

Já outros autores chamam a atenção, principalmente, para o impacto que as notícias divulgadas pela TV podem causar, já que a mídia ainda possui bastante popularidade.

> Os efeitos que o desenvolvimento da televisão produz no campo jornalístico e, por meio dele, em todos os outros campos de produção cultural são incomparavelmente mais importantes em sua intensidade e sua amplitude que aqueles que o surgimento de literaturas industrial, com a grande imprensa e o folhetim, provocara, suscitando nos escritores reações de indignação ou de revolta, das quais saíram, segundo Raymond Williams, as definições modernas de cultura. (BOURDIEU, 1996, p. 101)

[3] Portal Imprensa: audiência e credibilidade garantem preferência de anunciantes pela Rede Globo. Acesso em 04/07/2017.
[4] Número divulgado pela reportagem do Portal Imprensa. Acesso em 04/07/2017.

Um dos principais objetivos de uma emissora de TV regional é aproximar o público dos fatos que acontecem em sua região. Para isso, ela utiliza uma linguagem própria como estratégia até mesmo para manter essa proximidade e despertar o hábito nos telespectadores, além de fidelizá-los. Elas, quando trabalham de maneira adequada, poderão servir como uma importante ligação entre as reivindicações da comunidade e o poder público que, muitas vezes, só resolve um determinado problema, quando a imprensa está envolvida, noticiando e cobrando providências. Novamente aqui, a televisão mostra seu importante papel social.

Uma emissora de televisão, seja ela nacional ou regional, possui necessidades, principalmente de audiência e anunciantes. É aí que está o perigo, já que muitas vezes a ética e o compromisso com as pessoas são colocados em segundo plano.

> As redes de televisão organizam os noticiários de forma tal a garantir um maior público porque seu interesse principal é a audiência, que se satisfaz com apenas leves pinceladas sobre o título da notícia, e não com uma audiência mais restrita que exige um aprofundamento dos fatos. (SCHWARTZ, 1985, p. 78, apud HERNANDES, 2006, p. 121)

Um dos principais estudiosos da comunicação no Brasil, Wilson Costa Bueno, também descreveu sua constatação sobre isso por meio de sua tese de mestrado.

> a imprensa interiorana de São Paulo não tem outra vinculação com a comunidade (se é que podemos aceitar a afirmação de que existe comunidade autêntica numa cidade do interior) senão a de que circula naquele determinado espaço geográfico. Comprometida com o poder local e editada por pessoas mais velhas, a imprensa do interior paulista representa um empreendimento personalista de seus proprietários, cujas relações com os leitores limitam-se ao aspecto mecânico da circulação e eventualmente à aceitação de certas pressões que possam acarretar perigos para a estabilidade mercadológica ou política do jornal. (Bueno, 1977, apud MELO, 2006, p. 129)

Quando esse tipo de interesse é colocado à frente do compromisso com a notícia e a qualidade da informação significa que o sentido da função jornalística precisa ser repensada.

Para Arbex (2001) o telenoticiário diário adquiriu o estatuto de uma peça política "cuja lógica é determinada pelas relações de cada veículo de mídia com o sistema político, financeiro e econômico do país ou região em que ele se encontra".

Critérios de Noticiabilidade: responsabilidade do veículo e do profissional

Já que apontamos a importância da televisão na vida das pessoas e a responsabilidade que o jornalismo tem no cotidiano de um município é importante que façamos uma reflexão a respeito do critério adotado pelo jornalista em transformar ou não um fato em notícia. Em comunicação há algumas teorias que ajudam a entender melhor de que maneira esse processo ocorre. Para Wolf (1999, p. 191) a definição e a escolha "daquilo que é noticiável – em relação àquilo que, pelo contrário, não o é – são sempre orientadas pragmaticamente, isto é, em primeiro lugar, para a factibilidade de produto informativo a realizar em tempos e com recursos limitados".

> Definida a noticiabilidade como o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que selecionar as notícias, podemos definir os valores/notícia (*news values*) como uma componente da noticiabilidade. Esses valores constituem a resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias? (WOLF, 1999, p. 195)

Já Felipe Pena também ressalta que definir esses critérios não é uma atividade muito simples, uma vez que "na rotina produtiva diária das redações de todo o mundo, há um excesso de fatos que chegam ao conhecimento dos jornalistas. Mas apenas uma pequena parte deles é publicada ou veiculada". (PENA, 2007, p. 71)

O fato é que quanto maior o grau de noticiabilidade, maior a chance do fato virar notícia. De acordo com Pena (2007, p. 72) a teoria de Wolf é denominada valores-notícia, de acordo com os seguintes critérios:

- **Categorias substantivas** (importância dos envolvidos, quantidade de pessoas envolvidas, interesse nacional, interesse humano e feitos excepcionais);
- **Categorias relativas ao produto** (brevidade, atualidade, novidade, organização interna da empresa, qualidade e equilíbrio - diversificar assuntos);
- **Categorias relativas ao meio de informação** (acessibilidade à fonte/local, formatação prévia/manuais e política editorial);
- **Categorias relativas ao público** (plena identificação dos personagens, serviço/interesse público e protetividade);
- **Categorias relativas à concorrência** (exclusividade ou furo, gerar expectativas e modelos referenciais).

Nesse sentido, fica claro que o jornalista assume um papel determinante no processo de produção da notícia, já que ele tem o poder de "investigar/divulgar ou não" um determinado acontecimento.

> O *gatekeeper* é um clássico exemplo de teoria que privilegia a ação pessoal. A metáfora é clara e direta. O conceito refere-se à pessoa que tem o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia. Ou seja, diante de um grande número de acontecimentos, só viram notícia aqueles que passam por uma cancela ou portão (*gate* em inglês). E quem decide isso é uma espécie de porteiro ou selecionador (o *gatekeeper*), que é o próprio jornalista. Ele é o responsável pela progressão da notícia ou por sua "morte", caso opte por não deixá-la prosseguir, o que significa evitar a publicação. (PENA, 2007, p. 133)

Independentemente disso, é fator determinante que o profissional de jornalismo leve em consideração, principalmente, a zona geográfica que esse assunto pode alcançar. Quanto maior a abrangência que o fato pode interessar, maiores serão as chances de ele ser noticiado.

Já outra teoria importante para associar a esse estudo é o *newsmaking* que pressupõe que as notícias são como são devido à rotina industrial de produção que assim as determina. Como são muitos fatos diariamente, sem a organização do trabalho jornalístico seria impossível produzir as notícias. Dessa forma, o planejamento se faz essencial para que o fato possa ser transformado em notícia.

Pena (2007) diz que a noticiabilidade é negociada, o que faz com que todos os critérios sejam variáveis. O repórter negocia com o editor, que negocia com o diretor de redação, e assim por diante. E os próprios critérios estão inseridos na rotina jornalística, ou melhor, tornam possível essa rotina.

Análise sobre os critérios de noticiabilidade do Diário TV – 1ª Edição

Entre os dias 12 e 16 de junho de 2017 realizamos uma análise de conteúdo por meio das reportagens exibidas pelo Diário TV – 1ª Edição. O telejornal vai ao ar de segunda a sábado, ao meio-dia. Para este estudo, foi analisado apenas os cinco dias úteis, ou seja, de segunda a sexta-feira.

SEGUNDA-FEIRA | 12 DE JUNHO	**TEMPO***
▪ Motoristas e pedestres pedem aumento da segurança em avenida de **Brás Cubas**	4'10"
▪ Previsão do Tempo para as cidades da região (Climatempo)	-
▪ Onda de crimes em escola de **Suzano** deixa alunos sem aula (*link* na escola com repórter + sonora com dirigente de ensino do município)	8'28"
▪ Comentários sobre esportes (Pedro Vieira, apresentador do Esporte D, informativo esportivo exibido após o Diário TV – 1ª Edição, comenta a atuação dos grandes times do futebol paulista).	-
▪ Igreja de Santo Antônio, em **Mogi das Cruzes**, tem programação especial	2'10"
▪ Boletim do G1 regional – acidente envolvendo carro no centro de **Mogi das Cruzes**, vagas disponíveis no programa Emprega **Mogi**, aplicativo de relacionamento para o dia dos namorados	1'07"
▪ Caixa libera FGTS inativo para nascidos em setembro, outubro e novembro (nota ao vivo/pelada)	21"
▪ Moradores do Alto Tietê apostam no aluguel de roupas para economizar com as festas juninas **(detalhe: as imagens e sonoras foram realizadas em um colégio e ateliê de Mogi das Cruzes)**	4'16"
▪ Série de reportagens sobre o Dia dos Namorados (matéria produzida pela Globo SP)	-

TERÇA-FEIRA | 13 DE JUNHO	**TEMPO***
▪ Pacientes do Alto Tietê continuam na espera por atendimento na AACD de **Mogi**	4'27"
▪ Homem é preso quatro anos depois de ter matado a companheira em **Mogi**, diz polícia (nota ao vivo/pelada)	51"
▪ Previsão do Tempo para as cidades da região (Climatempo)	-
▪ Abrigos do Alto Tietê iniciam trabalhos de apoio aos moradores de rua **(mesmo o tema sendo amplo, mostrou apenas imagens de abrigo em Mogi das Cruzes e Suzano – então não é do Alto Tietê e sim das duas cidades)**	3'41"
▪ Boletim sobre o SEBRAE móvel em **Mogi das Cruzes**	1'05"
▪ Quadro "De Olho nas Compras" exibido às terças-feiras em que telespectadores enviam dúvidas sobre direito do consumidor	4'17"
▪ Boletim do G1 regional – homem esfaqueado por causa de dívida em **Mogi das Cruzes**, PM registra caso de embriaguês ao voltante em **Mogi das Cruzes**, vagas de emprego para shoppings da região	55"
▪ Dia de Santo Antônio movimenta paróquia em **Mogi das Cruzes** (*link* na	3'07"

paróquia)	
▪ Hospital municipal receberá feira noturna saudável (nota ao vivo/pelada)	44”
▪ Estado prorroga vacinação contra a gripe (mencionou a situação dos postos em todas as cidades do Alto Tietê)	1’26
▪ Aprenda a fazer cuscuz vegetariano e dadinhos de tapioca – época junina	5’19”
▪ Série de reportagens sobre o Dia dos Namorados (matéria produzida pela Globo SP).	-

QUARTA-FEIRA | 14 DE JUNHO	**TEMPO***
▪ Troca de tubulação deve melhorar abastecimento de água em **Santa Isabel**	2’49”
▪ Mudanças climáticas provocam "choque térmico" e afetam saúde das crianças **(imagens e sonoras foram realizadas em Mogi das Cruzes)**	2’56”
▪ Feriado de Corpus Christi altera expediente de serviços de saúde do Alto Tietê **(*link* sobre o assunto realizado na própria sede da emissora em espaço externo. Basicamente, abordou apenas ambulatórios de Mogi das Cruzes. A repórter mencionou que as prefeituras e câmaras da região não teriam expediente, mas isso não tem relação direta com o tema geral da reportagem, que era sobre serviços de saúde)**	1’08”
▪ Justiça concede liminar que autoriza atuação de 39 motoristas do Uber em **Mogi das Cruzes**	1’39”
▪ Estradas terão operação especial durante feriado de Corpus Christi	1’25”
▪ **Mogi das Cruzes** promove 1ª Olimpíada Mogiana de Robótica	4’22”
▪ Hospital de Brás Cubas, em **Mogi**, passa a receber Feira Saudável a partir desta quarta **(*link* entrevistando o responsável em trazer a feira para o hospital, mas realizado na área externa da emissora, não no local do acontecimento)**	2’07”
▪ Parte do comércio deve funcionar durante Corpus Chisti (nota ao vivo/pelada)	47”
▪ Boletim do G1 regional – moradores de condomínio reclamam de ocupação irregular em **Mogi das Cruzes**, mulher vítima de violência procura polícia em **Mogi das Cruzes**, vagas de emprego na região	58”
▪ Padre explica importância e significado da celebração de Corpus Christi **(o padre e a catedral abordada são em Mogi das Cruzes)**	3’01”
▪ Grupos produzem tradicionais tapetes de Corpus Christi com fuxicos em **Mogi das Cruzes**	5’57”
▪ Série de reportagens sobre o Dia dos Namorados (matéria produzida pela Globo SP)	-

QUINTA-FEIRA | 15 DE JUNHO – FERIADO DE CORPUS CHRISTI	TEMPO*
▪ Feriado de Corpus Christi movimenta estradas do Alto Tietê (repórter ao vivo com informações sobre horários de pico + reportagem gravada)	4'40"
▪ Trens circulam com intervalo maior nesta quinta-feira (nota ao vivo/pelada)	33"
▪ Previsão do Tempo para as cidades da região (Climatempo)	-
▪ Festeiros da Festa do Divino Espírito Santo de 2018 são anunciados em **Mogi das Cruzes**	41"
▪ Liminar que autoriza atuação de Uber anima profissionais e consumidores em **Mogi**	2'54"
▪ Feiras noturnas conquistam moradores do Alto Tietê **(na cabeça-vt o apresentador comentou sobre a feira em Suzano, mas a matéria mostrou a feira em um hospital de Mogi das Cruzes)**	3'27"
▪ Veja como fazer petisco saudável com berinjela **(a matéria foi gravada em Mogi das Cruzes)**	4'08"
▪ Criatividade e religiosidade: grupos montam tapetes de Corpus Christi no Alto Tietê **(o tema da matéria aborda o Alto Tietê, mas o foco foi apenas Mogi das Cruzes)**	3'48"
▪ **Guararema** recebe título como município de interesse turístico	4'17"
▪ Reportagem sobre o cardápio envolvendo arroz (matéria produzida pela Globo SP).	-

SEXTA-FEIRA | 16 DE JUNHO	TEMPO*
▪ Furtos e assaltos preocupam moradores do Jardim Quaresmeira II em **Suzano**	4'53"
▪ Comerciantes isentados do IPTU dizem que foram inseridos na dívida ativa em **Poá**	2'59"
▪ Parque das Varinhas, em **Mogi**, receberá Mutirão de Limpeza (nota ao vivo/pelada)	51"
▪ Boletim do G1 regional – dica cultural de teatro em **Mogi das Cruzes**, show com as músicas do repertório de Zé Ramalho, também em **Mogi das Cruzes**, show de grupo inspirado em MPB e caipira em **Suzano**, exposição itinerante com fotos sobre biodiversidade em **Mogi das Cruzes**	3'38"
▪ Músicos podem se inscrever para apresentação no shopping de **Itaquaquecetuba**	1'06"
▪ Sesi de **Mogi** oferece curso de 'contador de histórias' (*link* no local)	3'36"
▪ Receita libera primeiro lote de restituição do IR nesta sexta-feira (nota ao vivo/pelada)	34"

▪ Instituto Pró Mais Vida de **Mogi das Cruzes** arrecada doações de alimentos para idosos **(sonora gravada na área externa da emissora)**	2'32"
▪ "Junho Verde" é tema de atrações em **Mogi das Cruzes**	2'18"
▪ Ação "Pipa Legal" recolhe linhas cortantes em **Suzano** (nota ao vivo/pelada)	1'03"
▪ Festival de Orquídeas atrai **mogianos** durante o feriado	3'55"
▪ Cadastro selecionará artistas para se apresentarem no aniversário de **Santa Isabel** (nota ao vivo/pelada)	37"
▪ **Mogi das Cruzes** cria novo fluxo de validação do cartão SIS (nota ao vivo/ pelada)	26"

**Tempo da chamada VT+ reportagem (às vezes, também a nota pé)*

Analisando as reportagens produzidas pelo Diário TV – 1ª Edição fica muito claro, primeiramente, qual o principal município em destaque durante a semana: Mogi das Cruzes. Algo que acaba sendo contraditório, principalmente porque a afiliada da TV Globo, até mesmo de acordo com o seu site, é para todo o Alto Tietê, ou seja, para os dez municípios (Arujá, Biritiba Mirim, Ferraz de Vasconcelos, Guararema, Itaquaquecetuba, Poá, Salesópolis, Santa Isabel, Suzano, além de Mogi das Cruzes).

De maneira geral, foram apresentadas 33 reportagens (exceto boletim do G1, nota ao vivo/pelada, previsão do tempo, matéria produzida pela Globo/SP e quadros específicos). Dessas 33, 24 são relacionadas a Mogi das Cruzes, 5 relacionadas a Suzano, e 1 relacionada a Guararema, Itaquaquecetuba, Poá e Santa Isabel, respectivamente. Os municípios de Arujá, Biritiba Mirim, Ferraz de Vasconcelos e Salesópolis não tiveram matérias específicas relacionadas durante a semana de análise.

Algumas reportagens apresentaram temas de interesse dos municípios do Alto Tietê, mas observamos alguns detalhes relevantes:

- **Segunda, dia 12:** Moradores do Alto Tietê apostam no aluguel de roupas para economizar com as festas juninas **(as imagens e sonoras foram realizadas em um colégio e ateliê de Mogi das Cruzes)**
- **Terça, dia 13:** Abrigos do Alto Tietê iniciam trabalhos de apoio aos moradores de rua **(mesmo o tema sendo amplo, mostrou apenas imagens de abrigo em Mogi das Cruzes e Suzano – então não é do Alto Tietê e sim das duas cidades)**

- **Quarta, dia 14:** Mudanças climáticas provocam "choque térmico" e afetam saúde das crianças **(imagens e sonoras foram realizadas em Mogi das Cruzes)**
- **Quinta, dia 15:** Feiras noturnas conquistam moradores do Alto Tietê **(na cabeça-vt o apresentador comentou sobre a feira em Suzano, mas a matéria mostrou a feira em um hospital de Mogi das Cruzes)**; Criatividade e religiosidade: grupos montam tapetes de Corpus Christi no Alto Tietê **(o tema da matéria aborda o Alto Tietê, mas o foco foi apenas Mogi das Cruzes)**

Durante a análise de conteúdo observamos que a maior parte dos *links* foram realizados na área externa da própria TV Diário, quando normalmente, esse tipo de entrada do repórter, deveria ocorrer no local da notícia. Essa observação ocorreu em, pelo menos, três reportagens.

A própria vinheta da emissora traz como slogan o "TV Diário, a sua Rede Globo no Alto Tietê". Isso sem contar as chamadas dos programas produzidos pela afiliada que também relacionam o tema a 'você que mora na região do Alto Tietê', numa referência clara a chamar a atenção de todas as pessoas para aquele determinado produto ou aquela determinada pauta.

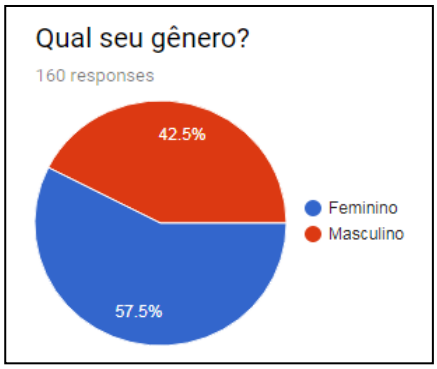
> As chamadas divulgam a programação de determinada grade e são veiculadas nos intervalos comerciais das próprias emissoras que produzem as peças. A televisão utiliza seu próprio espaço para falar de si, por esta razão, pode-se afirmar que a mensagem das chamadas é uma metalinguagem. (PALACCE, 2016, p. 74)

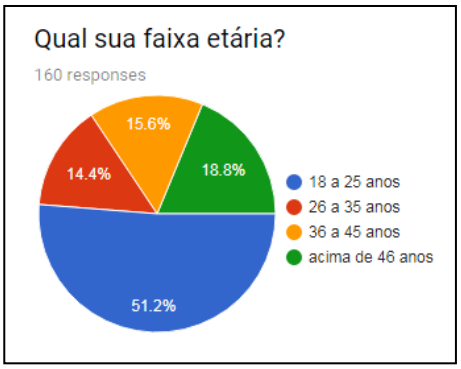
Portanto, é como se as características substantivas, apontada pela teoria de Wolf, fossem apenas direcionadas ao telespectador mogiano. Lembrando que a TV Diário tem, ou deveria, ter sua programação focada no Alto Tietê e não apenas no município de Mogi das Cruzes, mesmo que ele seja o mais populoso e o mais desenvolvido entre os dez. Já as características relativas ao público, de acordo com a análise, praticamente não existe, uma vez que as pautas não são direcionadas a todos os municípios da região.

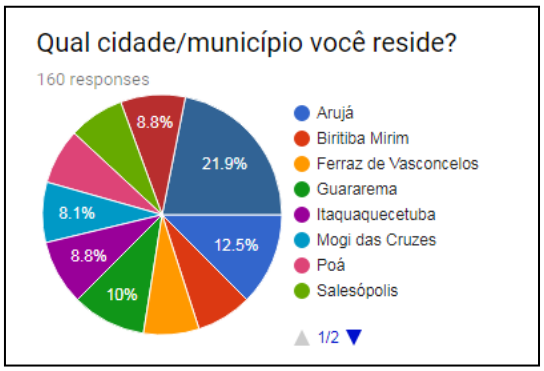
Breve resumo da entrevista estruturada

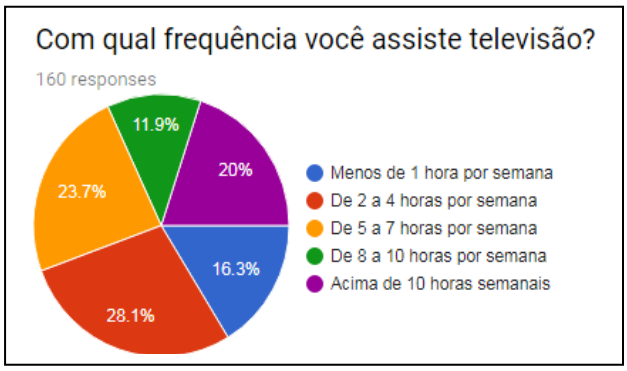
Além da análise de conteúdo e relação com algumas teorias do jornalismo, esse artigo também teve como propósito 'dar voz' à audiência atingida pelo conteúdo da TV Diário, a afiliada da TV Globo na região.

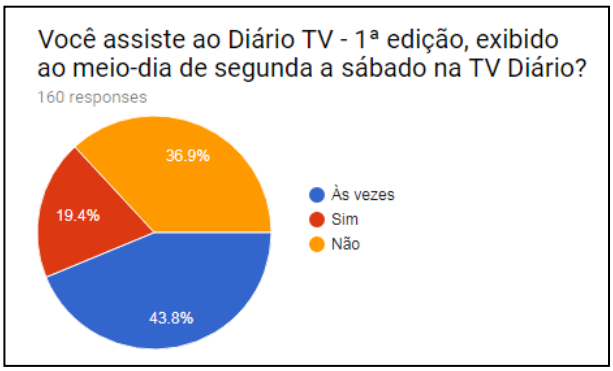
Entre os dias 2 e 11 de julho realizamos uma pesquisa com questões fechadas, abertas e dicotômicas, junto às pessoas que residem nos dez municípios do Alto Tietê. O questionário foi disponibilizado na plataforma *Google Forms* e teve a participação de 160 pessoas de diferentes idades.

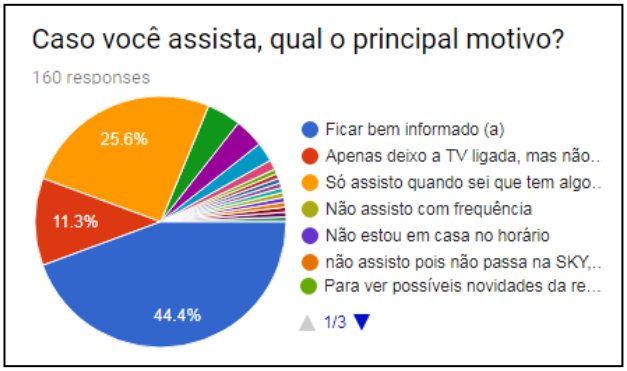


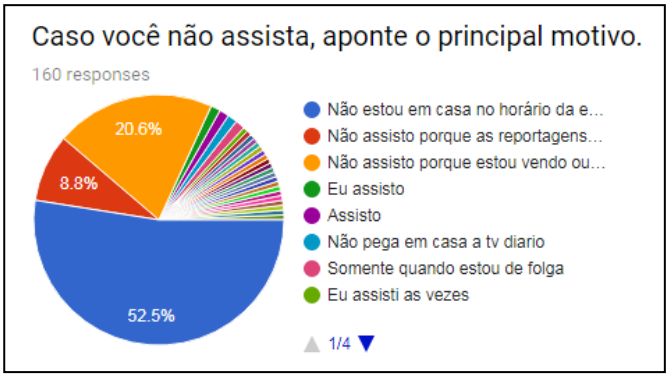


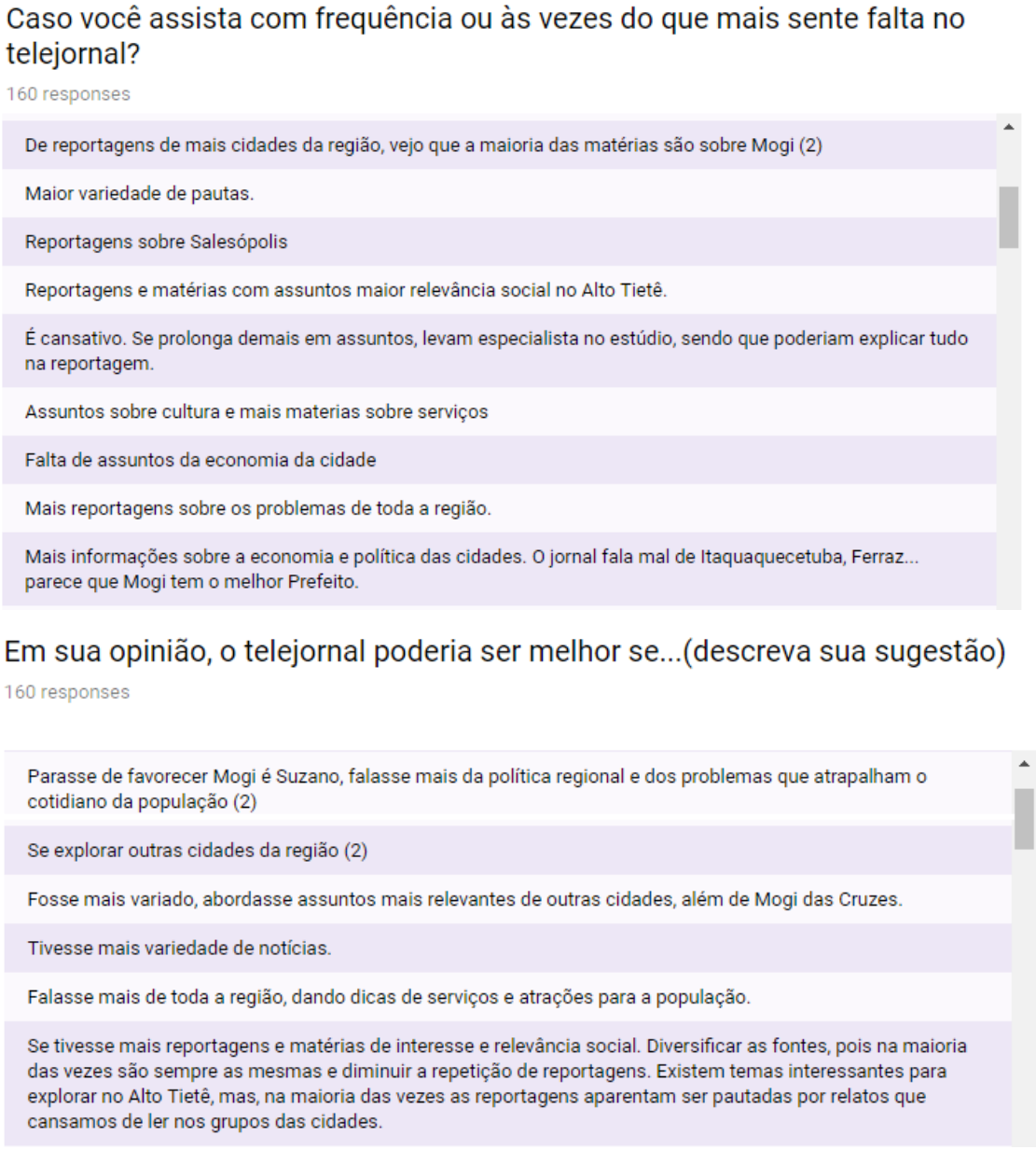












No geral, o resultado da pesquisa mostrou que as pessoas veem televisão com frequência e o principal motivo apontado para assistir o telejornal é ficar bem informado (a). Já algumas pessoas apontaram que não assistem ao Diário TV – 1ª Edição porque não estão em casa (por volta do meio-dia) ou estão vendo outro programa no horário. O fato de 'as reportagens não serem interessantes' também foi apontado pelos entrevistados. Já as duas últimas questões (abertas) deram oportunidade para o entrevistado expor sua opinião sobre o Diário TV – 1ª Edição. Os *prints* acima mostram algumas das respostas, mas, de maneira geral, as pessoas sentem a falta de reportagens sobre a sua região e opinaram que o telejornal poderia ser melhor se abordasse mais as notícias de todo o Alto Tietê e não apenas de Mogi das Cruzes ou Suzano.

Considerações Finais

Mesmo com o avanço, cada vez maior, da internet, a televisão ainda tem seu espaço garantido na vida do brasileiro. O gênero informativo, além de ainda ter vida longa na TV – por atrair audiência e bom faturamento, é de fato, importante porque leva até as pessoas assuntos que são relevantes para sua vida em sociedade.

Mas, esses critérios de noticiabilidade precisam ser investigados, até para entendermos melhor o que as emissoras estão produzindo, de que forma e, principalmente, se estão levando em consideração as necessidades do telespectador. A TV é uma mídia plural e o trabalho jornalístico deve respeitar essa diversidade.

Esse estudo foi importante para analisar algo muito comum na maioria das emissoras brasileiras: elas precisam entender mais sobre necessidades de sua audiência para produzir, com mais qualidade e eficácia, sua programação, principalmente a jornalística. A pesquisa mostrou que a TV Diário, afiliada da TV Globo na região do Alto Tietê, em São Paulo, produz boas pautas jornalísticas para o Diário TV – 1ª Edição, principalmente para a cidade de Mogi das Cruzes. Mas, a grande lacuna é a falta de matérias sobre os outros nove municípios da região. A pesquisa realizada junto à audiência comprovou o que analisamos neste artigo: as pessoas só não se interessam mais porque não se veem representadas no telejornal.

Portanto, não seria exagero, após a análise de conteúdo realizada e a entrevista com o público telespectador, se afirmássemos que o Diário TV – 1ª Edição está mais para um telejornal comunitário do que um telejornal regional, diferentemente do que a emissora propaga por meio de suas vinhetas, slogan ou até mesmo no site, quando afirma que o produto 'traz as principais notícias do Alto Tietê'. Por abordar muito mais o município de Mogi das Cruzes, podemos afirmar que o telejornal é mais local do que regional.

A emissora precisa estudar com mais atenção o telespectador e perceber que as possibilidades vão além de Mogi das Cruzes. Existem mais nove cidades no Alto Tietê, ou seja: audiência existe, mas ela será motivada a acompanhar cada vez mais a programação, principalmente jornalística, a partir do momento em que a TV Diário começar a dar atenção e visibilidade para esses municípios, afinal pautas sempre irão existir, cabe agora o jornalismo da emissora cumprir o seu papel e colocar em prática o que diz o slogan presente em sua vinheta: "TV Diário: a sua afiliada da Rede Globo no Alto Tietê". Até o momento o slogan não condiz com a realidade...

REFERÊNCIAS

ARBEX JR, José. **Showrnanlismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

BOUDIEU, Pierre. **Sobre Televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1996.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016**. Brasília: Secom, 2016

COMERCIAL. **TV Diário**. Disponível em: <http://www.tvdiario.com.br/comercial/index.php?option=com_content&view=article&id=153:diario-tv-1o-edicao&catid=44:programas-&Itemid=53>. Acesso em 04/07/2017.

G1. **Diário TV 1ª Edição**. Edições de 12 a 16 de junho de 2017. Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/mogi-das-cruzes-suzano/diario-tv-1edicao/videos/>. Acesso em 01/07/2017.

HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques: o que o jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público**. São Paulo: Contexto, 2006.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.

MELO, José Marques de. **Teoria do Jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

OLIVEIRA, Jéssica; PARAIZO, Danúbia. **Portal Imprensa: Audiência e credibilidade garantem preferência de anunciantes pela Rede Globo**. Disponível em: http://www.portalimprensa.com.br/cdm/caderno+de+midia/71354/audiencia+e+credibilidade+garantem+preferencia+de+anunciantes+pela+rede+globo>. Acesso em 04/07/2017.

PALACCE, Jamile Marinho. **Chamadas: a propaganda da tevê**. Curitiba: Appris, 2016.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2007.

PERUZZO, Cicilia. **Televisão comunitária: dimensão pública e participação cidadã na mídia local**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

SEVERINO, Antônio Joaquim**. Metodologia do trabalho científico**. 23ª ed. São Paulo: Cortez: 2007.

SODRÉ, Muniz. **O Monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1984.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 5ª ed. Lisboa: Presença, 1999.

WRIGHT, Charles R. **Comunicação de Massa: uma perspectiva sociológica**. Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1973.