



## **Frederico Westphalen: estudo do agendamento no Jornal do Almoço<sup>1</sup>**

Rossana Zott ENNINGER<sup>2</sup>

Marcelo Freire Pereira de SOUZA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

### **RESUMO**

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

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

### **Introdução**

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

Em virtude disso, desde março de 2011 funciona uma sucursal da RBS TV Passo Fundo em Frederico Westphalen, que conta com o trabalho de repórter abelha Éder Calegari. Diante dessa situação, esta pesquisa buscou verificar em que medida a veiculação de notícias de Frederico Westphalen no Jornal do Almoço da RBS TV Passo Fundo aumentou e, também, se houve alterações de abordagens e formatos utilizados na veiculação de conteúdos, após a instalação da sucursal da emissora na cidade.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 04 – Comunicação Audiovisual do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

<sup>2</sup> Recém-graduada em Comunicação Social – hab. em Jornalismo pela UFSM, campus de Frederico Westphalen. Mestranda em Comunicação Midiática na UFSM, email: rozenninger@gmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM, campus de Frederico Westphalen, email: marcelofreire@gmail.com



A partir da pesquisa, pretendeu-se fazer uma comparação entre o conteúdo divulgado antes e depois do início das atividades de reportagem. Buscou-se analisar o Jornal do Almoço local levando em consideração as hipóteses de *Agenda-setting* e Enquadramento, procurando observar quais os assuntos que mais são tratados pelo jornal e como os temas relativos à cidade são abordados durante a programação.

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

### **As Hipóteses de *Agenda-setting* e Enquadramento**

Os meios de comunicação de massa e os efeitos que eles causam no público são objetos de estudos desde os anos de 1920. Contudo, como destaca Wolf (2008), é a partir da década de 1970 que começam a se desenvolver pesquisas dentro do que ficou conhecido como *communication research* nos Estados Unidos, focando suas análises na área da comunicação especificamente.

Porém, conforme acrescenta Wolf (2008), essas estruturas de pesquisa se modificam quando começam a ser adotados os denominados estudos de efeitos a longo prazo e cumulativos, que abandonam o conceito de que a mídia e as comunicações influenciam diretamente o comportamento do receptor, mas sim, tendem a influenciar como o destinatário da mensagem organiza e depois interpreta o ambiente.

Nesta linha de pesquisa de efeitos a longo prazo, surgem os estudos que trazem a hipótese de *agenda-setting*, que foi introduzida às comunicações após a publicação de um artigo de Maxwell McCombs e Donald Shaw, em 1972. Traquina (2008) diz que antes de McCombs e Shaw, porém, o jornalista norte-americano Walter Lippmann, em 1922, publicou seu livro “Opinião Pública” e defendia que a mídia funciona como uma forte e principal ligação entre aquilo que acontece no mundo que nos cerca e a imagem que é construída na cabeça das pessoas a respeito desses acontecimentos circundantes, antecipando de certa forma a hipótese de agendamento. Conforme Lippmann (1922), a opinião que é veiculada acaba se tornando e influenciando a opinião do público sobre os temas em discussão na mídia.



McCombs e Shaw (1972) investigaram a capacidade de agendamento da mídia, a partir do estudo de Chapel Hill, durante a campanha presidencial de 1968. Foram entrevistados eleitores que ainda não haviam decidido seu voto, pois os consideraram mais suscetíveis às informações de campanha a que eram submetidos.

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

A hipótese de *agenda-setting* foi desdobrada a ponto de serem desenvolvidos novos conceitos a partir dela. O enquadramento ou *framing* foi anexado como o segundo nível de *agenda-setting* pelo próprio McCombs (2009), dizendo que além do que e sobre o que pensar, a mídia também nos influencia em como pensar. Porém, esses temas são quadros da realidade que são apresentados aos leitores ou espectadores. São alguns desses quadros que podem ser mais perceptíveis ou deixados de lado no momento em que a notícia for divulgada. “Produzir um enquadramento é selecionar alguns aspectos da realidade percebida e dar a eles um destaque maior no texto comunicativo, gerando interpretação, avaliação moral e/ou tratamento recomendado para o item descrito” (COLLING, 2001, p.95).

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

## **O início do Telejornalismo no Brasil**

Programas de auditório, novelas, entrevistas e *shows* estavam entre as atrações dos primeiros tempos. Como coloca Paternostro (2006), o telejornal brasileiro veio junto com a TV Tupi, primeira emissora de televisão do país, ainda em 1950. O primeiro deles, o Imagens do Dia, ficou cerca de um ano no ar. Mas o principal



destaque da época foi o Repórter Esso, a “testemunha ocular da história”, como ficou conhecido, que teve início em 1953 e se manteve no ar até 1970.

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

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

A notícia na TV, como também nos outros veículos jornalísticos, é aquilo que de mais importante aconteceu no dia e que o telespectador precisa saber. Como acrescenta Curado (2002), a reportagem de televisão depende de uma equipe de produção e é resultado do trabalho desta. Tudo que vai ao ar precisa do trabalho conjunto de profissionais responsáveis pela captação das imagens, pelas entrevistas, apuração e edição da notícia.

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

Mas, mesmo o repórter abelha ou a equipe com mais jornalistas seguem determinados padrões na produção das notícias que serão veiculadas nos telejornais. Há modelos de tratamento prontos, que são comuns a todos os programas de notícias de televisão e baseados no modelo norte-americano de *hard news*.

Squirra (1993, p.71) divide as notícias apresentadas nos telejornais em três categorias maiores: “as notas simples, as notas cobertas e as aberturas e encerramentos



para matérias editadas”. Conforme o autor, as notas simples são notícias sem imagens, de textos curtos, obtidos de agências de notícias, rádio escutas, *releases* que informam algo que está acontecendo ou por acontecer. A presença de imagens de cobertura para a informação caracterizam as notas cobertas, que se divide em duas partes, a cabeça narrada com o apresentador aparecendo na tela e a segunda parte em *off*, quando a imagem do apresentador é substituída pelas imagens que complementam a informação.

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

Rezende (2000) propõe uma classificação dos gêneros presentes nos telejornais baseado naqueles considerados por Marques de Melo. Nos telejornais, que normalmente se atêm a assuntos factuais do dia, tem-se a prevalência de dois gêneros jornalísticos: o informativo e o opinativo, cada um com uma subdivisão de formatos que são dados às notícias televisivas. Ao gênero informativo, cabem cinco formatos: 1) nota, um relato mais sintético e objetivo; 2) notícia, mais completo que a nota, que combina apresentação ao vivo e narração em *off* do apresentador; 3) reportagem, fornece um relato ampliado do acontecimento; 4) entrevista, diálogo do jornalista com o entrevistado; 5) indicador, matérias que se baseiam em dados, que dão sentido ao jornalismo de serviço.

O autor supracitado ainda classifica três formatos característicos do gênero opinativo presentes no telejornalismo, que traz a informação expressa em uma opinião da emissora ou mesmo do jornalista, que seriam 1) Editorial, que expressa a opinião da emissora; 2) Comentário, interpretação de jornalista especializado sobre o assunto; e 3) Crônica, remete a um acontecimento da realidade, mas com produção aos moldes literários.

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



## Telejornalismo local

A cidade de Frederico Westphalen não apresenta uma tradição de produção de conteúdo para televisão. O fazer jornalismo sempre esteve atrelado ou aos jornais impressos ou ao veículo rádio. Produzir conteúdo jornalístico para televisão, na e sobre a cidade, depende da emissora da RBS TV localizada em Passo Fundo, distante 190 km de Frederico Westphalen. Instalada há mais de 30 anos, tem seus profissionais atuando numa região de cobertura de 84 municípios. A emissora passofundense já contava com repórteres na sucursal do município de Carazinho e em março de 2011 foi inaugurada a de Frederico Westphalen<sup>4</sup>.

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

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

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

Contudo, Bazi (2001) ainda explica que a programação das emissoras regionais está atrelada às brechas na programação da rede nacional. A RBS TV, pertencente ao Grupo RBS, conta com 18 emissoras filiadas distribuídas nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. É a afiliada mais antiga da Rede Globo, reproduzindo 85% da grade de programação da rede nacional e os outros 15% de produção direcionada ao

---

<sup>4</sup> Informações disponíveis na página da emissora  
<http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/noticia/2011/12/passo-fundo.html>



público local<sup>5</sup>. Entre essas produções, destacam-se os telejornais. A RBS TV produz conteúdo em horários predeterminados pela Rede Globo, de quem é afiliada. Por sua vez, a RBS TV Passo Fundo depende das normas da matriz em Porto Alegre/RS para veicular suas produções.

Mas é através das emissoras regionais que as Redes conseguem manter sua audiência e o vínculo com a comunidade. E é justamente conhecendo o público que é possível construir uma ligação entre o conteúdo nacional e o regional. Traquina (2008) explora essa proximidade como um critério de seleção de notícias pelos jornalistas. Dessa forma, a aproximação do conteúdo com a região geográfica e cultural é fator importante na escolha de um acontecimento noticiável. Isto porque as histórias que tenham algum interesse humano local acabam chamando a atenção do público que assiste ao telejornal e vê seu município ou região representados na programação.

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

### **Metodologia de pesquisa**

O foco de observação consiste apenas nos blocos de produção local da emissora de Passo Fundo que são transmitidos para sua região de abrangência, 84 municípios do norte e noroeste do Rio Grande do Sul, incluindo Frederico Westphalen.

Como o trabalho da sucursal de Frederico Westphalen iniciou em março de 2011, utilizou-se como amostra do período anterior o mês de janeiro do mesmo ano. Para o período posterior, foi escolhido o mês de novembro de 2011, em virtude de que a partir do mês de dezembro houve a inclusão do site da RBS TV ao do G1 da Rede Globo. Os vídeos foram obtidos mediante *download* do arquivo de vídeos, diretamente do site da emissora<sup>6</sup>. O período coletado compreende o mês de janeiro de 2011, que teve 26 edições do telejornal, com um bloco de duração média de 8 minutos cada (aos sábados o tempo de duração fica em torno de 5 minutos); e o mês de novembro de 2011, também com 26 edições, porém com dois blocos de produção local, com duração média

---

<sup>5</sup> Dados disponíveis no site <http://www.gruporbs.com.br/midias/index.php?pagina=televisao>

<sup>6</sup> <http://mediacenter.clicrbs.com.br>



de 8 minutos cada (exceto aos sábados, quando é veiculado apenas um bloco da região de Passo Fundo).

Foram criadas fichas de anotações que permitiram analisar cada uma das edições, conforme os itens de classificação descritiva a que foram submetidos. Cada uma das fichas de classificação contém: data de exibição, tempo de duração, formato (conforme as classificações de Squirra (1993) e Rezende (2000)), assunto e editoria.

Ainda, como complementação e para compreender os processos que influenciam na divulgação dos acontecimentos da cidade, foi realizada uma entrevista em profundidade com o repórter Éder Calegari que atua na sucursal.

### **Número de exibições**

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

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

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

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

Entretanto, em 6 destas ocasiões os temas tratados dizem respeito a acontecimentos de outros municípios próximos, mas que acabam tendo alguma relação



com Frederico, e por isso foram classificados e contabilizados como sendo referente à cidade. Isto porque, a sucursal de Frederico Westphalen cobre 33 municípios da região<sup>7</sup>.

### **Tempo de duração**

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

Relacionando com o tempo do conteúdo veiculado pelo telejornal no mês de janeiro de 2011 é possível perceber que a exibição de material sobre Frederico Westphalen varia bastante, chegando a representar até 22,46% do tempo de duração total da edição do dia 06 de janeiro a 0,94% no dia 19. Na maior parte das edições não há exibição de nenhum acontecimento a respeito da cidade, tendo, portanto, um indicador nulo. Apenas em 9 das 26 edições veiculadas durante o mês trouxeram alguma notícia sobre o município. Referenciando ao tempo total mensal do JA, Frederico Westphalen representa apenas 2,31% do conteúdo veiculado no telejornal em janeiro.

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

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

A partir dessa observação, então, já se pode perceber que o tempo dado para temas que abrangem a cidade teve uma elevação considerável (de 2,31% em janeiro para 6,59% em novembro) na duração total mensal do programa. Dessa forma,

---

<sup>7</sup> Informações do repórter Eder Calegari.



Frederico Westphalen passa a ter uma maior representatividade em termos de veiculação no JA.

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

### **Formato mais comuns das matérias**

Os conteúdos acerca de Frederico Westphalen foram divulgados de diversas maneiras pelos jornalistas do Jornal do Almoço. O Quadro 1 ilustra os formatos mais comuns das matérias e o número de utilizações destes em cada um dos períodos analisados.

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

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

No mês de novembro, por outro lado, podemos visualizar uma maior presença e atuação do jornalista no material veiculado. Isto porque, nas 18 edições que trouxeram notícias da cidade, houve a produção e exibição de 10 reportagens, 2 *stand ups* e 13 notas cobertas. A partir desta observação, é possível notar que a instalação da sucursal da emissora com o trabalho de reportagem contribuiu para, além da elevação temporal e numérica, o aprimoramento do conteúdo divulgado no JA.



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

Quadro 1 - Comparativo dos formatos utilizados nas edições

Com o aumento no número de reportagens realizadas, que é o principal enquadramento de qualidade do telejornal, há um maior predomínio da imagem, mais detalhamento das informações, participação das fontes através das entrevistas, ou seja, um conteúdo mais completo a respeito dos acontecimentos. Portanto, o agendamento midiático gerado com esse aprimoramento nos enquadramentos utilizados na divulgação das notícias é ampliado e, também, tem um ganho de qualidade.

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

### **Editorias abrangidas**

Os temas tratados em cada notícia também foram divididos conforme editorias. Assim, é possível analisar as preferências ou não a abordagens de uma ou outra editoria. No decorrer do mês de janeiro, as editorias mais trabalhadas pela equipe do telejornal foram Variedades e Esporte, com 4 e 3 abordagens respectivamente. Talvez por serem mais “frias” do que matérias de outras editorias, como Polícia e Geral, ou então submetidas a uma agenda temporal, como os jogos do União Frederiquense, em virtude



de não precisar deslocar a equipe de reportagem ou fazê-lo de forma programada. Desta forma, há certa limitação de conteúdos da cidade que foram noticiados neste período.

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

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

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

### **Número de fontes**

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

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

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

De toda forma, é imprescindível que esse contato seja realizado e que haja a presença das fontes no curso das reportagens. A apuração jornalística pressupõe a



consulta às fontes de informação e, se a reportagem traz os depoimentos e versões dos acontecimentos conforme os envolvidos, reforça-se a credibilidade e a imparcialidade do jornalista.

### **Considerações**

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

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

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

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

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



a declarar sobre o assunto tratado na reportagem, o que aumenta a credibilidade na informação.

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

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

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

### **Referências bibliográficas**

BARBEIRO, H.; LIMA, P. R. de. **Manual de telejornalismo**: os segredos da notícia na TV. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. 4ª reimpressão.

BAZI, R. E. R. **TV Regional**: trajetória e perspectivas. Campinas, SP: Editora Alínea, 2001.

CALEGARI, E. Entrevista concedida pessoalmente no dia 11 de julho de 2012.

COLLING, L. **Agenda-setting e framing**: reafirmando os efeitos limitados. Revista Famecos. Porto Alegre, n. 14, abr. 2001. Quadrimestral.

COUTINHO, I. **Telejornalismo e identidade em emissoras locais**: a construção de contratos de pertencimento. IN: VIZEU, A. (Org.) A sociedade do telejornalismo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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