

**DA AUDIÊNCIA PRESUMIDA AO ESPECTADOR
PARTICIPATIVO: Telejornalismo e Identidade Local no Jornal
da Alterosa Edição Regional**

***From Supposed Audience to Participative Spectator:
Telejournalism and Local Identity on Alterosa Local Edition Journal***

Simone Martins¹

RESUMO

A proposta deste artigo é a de enfatizar a dimensão discursiva do telejornalismo enquanto meio de comunicação interventor na sociedade. Analisaremos em que medida ocorre a criação de vínculos entre o telejornalismo de produção local em uma emissora afiliada ao SBT na cidade de Juiz de Fora e o público a que se destina. A premissa é de que a veiculação diária de produtos jornalísticos reforça a relação entre TV e município, e seus habitantes. Autores como Vizeu e Wolton, dentre outros, oferecem suporte teórico para o trabalho que reflete sobre as estratégias incorporadas no processo de produção das notícias em um telejornal para que o público se identifique com o material audiovisual veiculado.

PALAVRAS-CHAVE: Telejornalismo local; audiência presumida; identidade.

ABSTRACT

This paper intends to emphasize the discursive dimension of telejournalism as a Communication media that intervenes in society. In the work, we analyze how are created links between local telejournalism in Juiz de Fora, through an affiliated broadcasting station, and spectators. The premise is that the daily transmission of journalistic products reinforces the relationship among TV, municipal district and its inhabitants. Authors as Vizeu and Wolton, and others, offer theoretical support for incorporated strategies in the production of news in a telejournal to demonstrate how the spectators identifies with the transmitted audiovisual material.

KEYWORDS: local telejournalism; supposed audience; identity.

¹ Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Especialista em Comunicação e Gestão Empresarial pela PUCMinas. Jornalista, radialista e Professora da Faculdade Estácio de Sá de Juiz de Fora.

E-mail: sistema@terra.com.br

1 INTRODUÇÃO

Produzir significados sociais e culturais. Esses são os principais fatores a serem levados em conta para qualificarmos a televisão, e especialmente os telejornais, como veículo de destaque na sociedade contemporânea. Não seria exagero afirmar que a TV é um dos principais elos entre o homem e o mundo. Um mundo que se expandiu para o olhar do indivíduo, sobretudo no final do século passado, a partir da década de 90. Aliada a outros agentes de significados partilhados, a transmissão das mensagens jornalísticas através da TV é hoje um importante instrumento para a transformação dos indivíduos em cidadãos do mundo. Assim, os indivíduos assistem às mensagens jornalísticas e assimilam conhecimento, sentindo-se parte. Pelos monitores muitos acompanham o desdobramento dos fatos, muitas vezes em tempo real, se informam, formam opinião, enfim adquirem conhecimento. Vemos o mundo de dentro de casa: a televisão pode em tese nos conectar a tudo o que acontece na nossa esquina ou do outro lado do planeta.

Hoje a TV atinge praticamente todo o território brasileiro, e se consolida como a principal fonte de diversão e de notícia dos acontecimentos sociais para a maioria da população. No Brasil, este veículo de comunicação ocupa papel de fundamental importância na formação da identidade nacional já que funciona como agente unificador da sociedade brasileira. E o jornalismo tem papel de destaque neste contexto.

Na grade de programação das emissoras, os telejornais transmitem credibilidade e atraem investimentos. Além disso, oferecem conceitos, idéias e representações da cultura e da realidade nacionais. “É no espaço simbólico dos noticiários (...) que acompanhamos, julgamos e construímos o cotidiano da nação, sob o olhar dos âncoras, repórteres e editores” (BECKER, 2004, p. 48).

Assim, priorizar no âmbito deste artigo o estudo da televisão brasileira, com ênfase na produção dos telejornais locais, é de fundamental relevância, haja vista que consideramos estarem eles entre os maiores produtores de significados sociais e culturais na sociedade contemporânea, reverberando muitas vezes as ações de outros agentes não menos importantes, tais como a escola, a religião e a família. Entendemos que o telejornalismo pode, em tese, contribuir para a construção de uma identidade local, à medida que os telespectadores se identifiquem com as notícias produzidas e veiculadas, ou seja, que se vejam inseridos no contexto da sociedade construída na narrativa apresentada nos telejornais. Nossa proposta com trabalho é verificar em que medida ocorre a criação de vínculos entre o telejornalismo de produção local da cidade de Juiz de Fora e o público a que ele se destina.

A investigação compartilha das premissas do sociólogo francês Dominique Wolton (2004; 2006), de que a TV não é um veículo narcotizante e que os telespectadores não são receptores passivos. Os indivíduos, segundo Wolton (2004), assimilam o que vêem na TV e produzem sentido a partir de sua compreensão, aprimorando conhecimento. A “análise crítica” de cada telespectador seria constituída a partir do que assistiram, e confrontada com seus julgamentos de valor. Cabe destacar aqui a importância desempenhada pelos demais agentes produtores de significados sociais, tais como a religião, a escola e a família, à medida que também influenciam, e ao mesmo tempo sofrem influência desse telespectador. A interação das experiências vivenciadas pelo indivíduo em seu nicho sócio-cultural com a recepção da mensagem televisiva será de fundamental relevância para a sua transformação. Considerar a inter-relação de tais agentes tende a minimizar possíveis aspectos alienantes e ideológicos dos veículos de comunicação no que diz respeito à formação de uma análise crítica do telespectador. Neste sentido, as relações entre o telejornalismo local e seus destinatários – portanto, quando trabalhadas no contexto da formação de identidades de sujeitos – não podem ser passivas e indiferenciadas. Elas passam a contribuir para transformar o conhecimento do espectador enquanto sujeito sócio-cultural.

No escopo de nossa pesquisa de mestrado, da qual o presente artigo é um fragmento inicial, analisaremos o trabalho desempenhado pela TV Alterosa e sua atuação como sistema de representação social para a sociedade juizforana. O telejornal local é um mediador entre o receptor e a cidade, uma vez que o telespectador se conecta a ela através do telejornal; conhece e compartilha pela tela da televisão as histórias de cidadãos como ele, e que vivem problemas semelhantes aos seus.

O jornalismo de TV que tenha um caráter realmente local pode influenciar o sentimento de pertencimento do cidadão, de reconhecimento por ele do que seria o seu espaço público; o telespectador que assiste ao telejornal local se identifica com o que está vendo porque a notícia da cidade apresentada na tela efetivamente faz parte da sua vida cotidiana.

Alfredo Vizeu nos oferece suporte teórico para analisarmos neste artigo como, e sob quais critérios, a notícia produzida no Jornal da Alterosa Edição Regional, uma afiliada do SBT em Juiz de Fora, incorpora a preocupação com essa relação de identificação do público com o conteúdo jornalístico apresentado. O estudo também será feito a partir do embasamento postulado por Kathryn Woodward, no qual “a produção de significados e a produção das identidades que são posicionadas nos (e pelos) sistemas de representação

estão estreitamente vinculadas” (2000, p.18). Em tese, portanto, a população deve se identificar com o telejornalismo veiculado pela TV Alterosa por estar localizada na cidade de Juiz de Fora, na Zona da Mata mineira, e por retratar a realidade da sociedade (dos indivíduos) deste local.

2 SOBRE TELEVISÃO E IDENTIDADE LOCAL

Para Wolton, “a televisão é atualmente um dos principais laços sociais da sociedade individual de massa. Aliás, ela é também uma figura desse laço social” (WOLTON, 2004, p. 135). A visão de laço social está, contemporaneamente, mudando o foco das pesquisas que anteriormente viam no telespectador um ser passivo diante da TV, entregando-se ao que o produto pronto e acabado lhe oferecia. As novas reflexões indicam que a mídia televisiva contém o formato adequado para a recepção do telespectador.

Ora, o conceito de laço social diz respeito a um discurso televisivo que pressupõe um telespectador ativo, não mais passivo. Ganham cada vez mais força os argumentos que apresentam o espectador como aquele que encontra na programação uma fonte de informações para conversas sociais. Tal fato representa de maneira inequívoca uma re-significação do discurso da informação televisiva sobre os processos comunicacionais.

Como já afirmamos anteriormente, a hipótese assumida neste artigo é de que a construção da identidade dos sujeitos é feita a partir de suas relações com outros indivíduos e com a sociedade na qual se inserem. E hoje essa relação é mediada também pelos meios de comunicação, principalmente os telejornais. Em estudo sobre o valor do telejornal, Beatriz Becker (2004) afirma que o telejornalismo funciona como experiência única, cotidiana e coletiva de representação e construção da realidade para a sociedade contemporânea. Alfredo Vizeu (2005) compartilha desta abordagem ao trabalhar a informação televisiva como bem público, por ser o meio mais cômodo, econômico e fácil de informação para a sociedade atual; o telejornal é o produto de informação de maior impacto na atualidade.

Se o jornalismo de TV é um importante espaço na construção de sentidos do nacional, acreditamos que o telejornal local funciona como fator determinante para a (re)construção de uma cultura do local, do resgate às raízes, para a criação de vínculos entre público e emissora. Vizeu e Correia (2006) argumentam que o telejornal é fundamental na construção de uma identidade local, tornando-se lugar de referência para o telespectador. Isso porque a notícia local é diferente da notícia chamada de “rede” porque gera uma relação de

identificação com o telespectador, já que se refere a acontecimentos que o atingem em seu cotidiano mais próximo.

3 O LOCAL E A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE

Para que possamos entender os efeitos da produção de um telejornal sobre a formação das identidades, é preciso em primeiro lugar tentar analisar como se processa essa formação. Os termos identidade e identidade local serão utilizados várias vezes ao longo deste artigo, merecendo atenção para a diversidade de seus significados. Segundo Johnson (1997), o conceito de identidade está relacionado à definição do self, ou seja, “um conjunto relativamente estável de percepções sobre quem somos em relação a nós mesmos, aos outros e aos sistemas sociais”. No caso da identidade local, seu conceito baseia-se no anterior. Contudo, as percepções associadas ao self são de caráter mais restrito quanto aos sistemas sociais, ou seja, enfatizam as percepções do universo local, restrito à comunidade a que pertencemos.

A partir da perspectiva de Vizeu e Correia (2006), percebemos que o conceito do jornalismo está associado a um lugar de referência para a construção social da realidade. Neste sentido, passa a ganhar importância o conhecimento sobre a localização na qual se constituem os laços entre emissora e telespectador, ou seja, entre a televisão e a sociedade, para se chegar ao conceito de construção da identidade. Segundo Coutinho e Fernandes, “um dos aspectos por meio dos quais é possível buscar a compreensão da construção da identidade é identificar em qual lugar/espço ou por meio de que estratégias discursivas a TV regional ou local estabelece vínculos com seu público” (2007, p. 5).

Se a mídia nos insere no espaço público, influenciando nossa percepção de pertencimento, podemos afirmar que, quando as notícias se referem à nossa cidade, esta mediação se torna ainda mais estreita, pois o lugar do qual se fala também é o lugar em que o telespectador está. No momento em que a globalização nos atinge com a ampliação do universo de informações e a facilidade de acesso para obtê-las, a cidade torna-se o lugar em que o indivíduo se reconhece, para além das transmissões televisivas. O indivíduo pertence a ela.

Sob esse aspecto, também é interessante buscar a opinião de Bourdin que, a partir de suas considerações sobre a questão local, pode-se depreender que “o lugar para o enlace entre telejornal e espectador ocorre a partir da valorização do encontro, da proximidade, da existência e das especificidades sociais e culturais partilhadas” (BOURDIN, 2001 p. 25 apud

COUTINHO; FERNANDES, 2007, p. 6). Para Bourdin, será a proximidade entre as duas pontas no processo de comunicação a produtora de vínculos sociais. Tais vínculos poderiam assim ser estabelecidos através de toda e qualquer mensagem transmitida ao telespectador, seja ela a cobertura de fatos jornalísticos, seja por meio de iniciativas para aproximar a emissora da comunidade local; todas essas representações veiculadas contribuem para a manifestação das ilusões e paixões de identidade local.

4 BREVE HISTÓRICO SOBRE AS PRODUÇÕES LOCAIS

Juiz de Fora foi a primeira cidade do interior do Brasil a sediar uma emissora de televisão, a TV Industrial. Criada pelo empresário Sérgio Mendes e seus filhos em 1964, a emissora teve quase a totalidade de seus programas produzidos na cidade, ao vivo. Os primeiros programas produzidos em emissoras de cidades do interior, a exemplo de Juiz de Fora, eram basicamente programas de auditório e telejornais, porque tinham baixo custo de produção e eram populares.

Devido a problemas financeiros, a TV Industrial foi vendida para a Rede Globo de Televisão em 1980, e perdeu o status de emissora da cidade. A partir daí, apenas o jornalismo local e alguns programas eram mantidos. A emissora passou a veicular mais de 90% de sua programação com material produzido pela rede, e tinha que seguir a nova linha editorial definida pela matriz, adequando-se ao “Padrão Globo de Qualidade”. Já em 1998 ela passou a se chamar TV Panorama, e voltou-se para o público regional, numa tentativa de resgate do local para atrair novos mercados publicitários, buscando enfrentar o processo de globalização.

A história da emissora que é foco das relações de que trata este artigo na pesquisa em curso começa em 1990, quando a TV Tiradentes foi inaugurada em Juiz de Fora, com o objetivo de produzir programas locais. No começo, a TV veiculava apenas telejornais e programas de auditório, e agradou o público ao inserir na programação matérias policiais, esportivas, telejornais, programas de calouros e mesas de debate retratando a realidade local. Mas brigas internas causaram o fim de vários programas e a sua afiliação à Rede Record.

Já em 1999 a emissora passa a pertencer ao Grupo Associados Minas, com sede em Belo Horizonte, e afilia-se ao SBT. Passa a se chamar TV Alterosa Juiz de Fora e atualmente apresenta uma programação voltada para as classes C, D e E1. No início, sua

¹ A definição do público da emissora foi informada pela editora regional, Gilze Bara.

programação local limitava-se ao Jornal da Alterosa Edição Regional, veiculado de segunda a sábado, no horário de almoço. A identidade impressa pelo telejornalismo da TV Alterosa na sociedade juizforana foi de uma TV local, com matérias voltadas para a segurança pública e a exibição de VT's ágeis com imagens em plano seqüência¹.

A retransmissão de programas do SBT imprimiu características populares nas produções locais da TV Alterosa, inclusive no próprio telejornal. Atualmente a emissora produz três programas, mas apenas um jornalístico, o Jornal da Alterosa Edição Regional, objeto de nosso trabalho.

5 A PRODUÇÃO DA NOTÍCIA NO JORNAL DA ALTEROSA EDIÇÃO REGIONAL

O Jornal da Alterosa Edição Regional, veiculado de segunda a sábado às 11h50, aborda o cotidiano da cidade e é, portanto, o responsável pela construção de uma identidade local no âmbito da programação da emissora juizforana. Neste sentido, torna-se necessário analisar a construção de laços de pertencimento entre emissora e público, e verificar se realmente existe uma identificação dos telespectadores com as informações veiculadas por ele.

Ao inserir em sua programação, especialmente nos telejornais, imagens do cidadão comum, de entrevistados que estão nas ruas, prontos a dar sua opinião e ter sua imagem multiplicada, a emissora busca reconstruir sua marca local, de realização do que denominou-se de jornalismo de proximidade. (COUTINHO, 2006, p. 15)

No único telejornal regional veiculado pela TV Alterosa estão presentes os recursos típicos de seu formato: a apresentadora faz a cabeça das matérias², chama os VT's³ e as entrevistas. O tempo de exibição do programa analisado é de, em média, 17 minutos diários⁴. O jornal é veiculado antes do Alterosa Esporte, um dos programas de grande audiência da emissora em Minas Gerais, e do Jornal da Alterosa 1ª Edição, com notícias de todo o estado.

¹ O plano seqüência é um plano cinematográfico, utilizado inicialmente pelo programa Aqui e Agora e que se difundiu nas produções jornalísticas do SBT e suas afiliadas. Segundo a editora regional do Jornal da Alterosa, ele é utilizado no telejornal para narrar uma história, sem muitos cortes na hora da edição da matéria, com o repórter no local do acontecimento contando como o fato aconteceu.

² Vale esclarecer: Cabeça de matéria ou cabeça de vt é o lide da matéria. Quem lê é sempre o apresentador que introduz o assunto da matéria feita pelo repórter.

³ Videotape ou matéria editada feita pelo repórter cujo assunto já tenha sido introduzido pelo apresentador na cabeça da matéria.

⁴ Vale esclarecer : No cálculo de tempo médio do telejornal não estão incluídos aqueles destinados à veiculação de comerciais.

O Jornal da Alterosa Edição Regional segue o modelo clássico dos telejornais locais, com notícias da cidade sede (Juiz de Fora) e das cidades da área de cobertura. Em tese, as notícias precisam ter alcance e interesse não só para quem é de Juiz de Fora, mas para as 127 cidades da região que recebem o sinal da emissora. Vale ressaltar, entretanto, que embora tanto a TV Alterosa – objeto de nosso estudo neste artigo – quanto a TV Panorama (afiliada da Rede Globo em Juiz de Fora) sejam caracterizadas como emissoras regionais, elas não necessariamente produzem telejornalismo regional. O que se vê são produções locais. A editora regional do Jornal da Alterosa Edição Regional, Gilze Bara, explica que existe a dificuldade estrutural para deslocar uma equipe para essas cidades para cobrir um fato, mas que as notas secas¹ cumprem o papel de dar visibilidade a elas. Apesar de parecer secundária para alguns, essa visibilidade, mesmo que limitada, faz com que o telespectador da região se veja inserido no telejornal, e com ele crie laços de pertencimento, identidade.

Percebe-se que, na produção das edições do telejornal, procura-se enfatizar assuntos relacionados ao âmbito local, incluindo as notícias referentes a problemas do dia-a-dia do cidadão. A cobertura dos problemas da comunidade, expostos e debatidos com as autoridades, através de flashes nas ruas, entrevistas e reportagens compõe a estrutura do Jornal da Alterosa. O telejornal também procura seguir a missão estabelecida pela TV Alterosa-JF, de informar e auxiliar no bem-estar da comunidade, ao produzir matérias de serviço e saúde.

Algumas matérias que vão ao ar são de cunho assistencialista, e se mostram como canal facilitador para a solução de problemas do cotidiano da cidade. Por divulgar principalmente as notícias de Juiz de Fora, o Jornal da Alterosa Edição Regional é freqüentemente acionado pelo público para intervir efetivamente na solução de problemas, e é visto como um mediador entre o cidadão e o Poder Público, o que pode ser constatado através dos telefonemas e e-mails dos telespectadores para o Canal da Alterosa² com a sugestão de pautas que abordem os problemas da comunidade. Os moradores esperam que a divulgação de seus problemas motive soluções.

Mas a relação do telespectador com o telejornal que fala de sua cidade não gira só em torno do assistencialismo. O Jornal da Alterosa Edição Regional tem maior foco em matérias sobre os problemas da cidade, além de segurança e justiça. Mas sua produção é voltada

¹ Notas lidas pelo apresentador do telejornal no estúdio.

² O Canal da Alterosa é um canal interativo no qual o telespectador entra em contato com a emissora através de um número de telefone disponibilizado pela TV Alterosa-JF durante toda a programação.

principalmente para os fatos mais importantes do dia, sempre pensando no interesse público. “Mas também entram matérias que a gente sabe que o público quer ver, como os faits-divers¹”, completa Gilze Bara.

Neste sentido vale destacar que fazer uma avaliação da notícia é pensar no público a que ela se dirige, porque se pressupõe que as seleções efetuadas vão ao encontro dos desejos da audiência. Segundo Vizeu (2005), o julgamento da noticiabilidade de um fato se decide perguntando-se em que medida o público teve conhecimento dele e quando. Por isso a participação popular sempre foi relevante ao longo da história do Jornal da Alterosa, e o telespectador participa – e se informa – do cotidiano de Juiz de Fora através do telejornal.

Para se falar em construção da identidade, é preciso se dedicar ainda a estudar como isso acontece no processo da construção da notícia, ou seja, da reconstrução do fato jornalístico. Ao estudar a natureza das notícias, Robert Park argumenta que elas têm como incumbência a construção da coesão social, à medida que permitem às pessoas ficarem sabendo o que acontece em volta delas para tomarem atitudes e, através das suas atitudes, construir uma identidade comum (apud VIZEU, 2005, p. 67), e que as possibilite viverem em sociedade. Partindo-se desta afirmativa, podemos dizer que o Jornal da Alterosa é construído e/ou concebido no processo de produção noticiosa para tornar-se lugar de referência para o telespectador juizforano.

Segundo Vizeu (2005), o processo de seleção das notícias é subjetivo e arbitrário, com as decisões dependendo muito de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas dos produtores e editores dos telejornais. Os valores-notícia estão, portanto, sempre relacionados à idéia da audiência, ao que deve ser veiculado. Ele acredita que os jornalistas levam em conta esses valores fundamentais para construir as notícias para o seu público. A noticiabilidade, então, relaciona-se diretamente aos processos de rotinização e estandardização das práticas produtivas, também em TV, uma vez que os primeiros estudos de newsmaking² referiam-se aos meios impressos.

E a identidade no Jornal da Alterosa Edição Regional é construída a partir de representações simbólicas que buscam corresponder a uma identificação deste com o seu público, e contribuir para que ele assista ao telejornal. Esta identidade, segundo a editora regional, é criada através da seleção das matérias e da linguagem utilizada em todo o

¹ Faits-divers é uma expressão de jargão jornalístico que designa os assuntos não categorizáveis nas editorias tradicionais dos veículos. São fatos desconectados de historicidade jornalística, ou seja, referem-se apenas ao seu caráter interno e seu interesse como fato inusitado, pitoresco.

² Estudos de newsmaking correspondem aos estudos acerca da produção das notícias em jornalismo.

processo de produção. E é papel da produção do telejornal selecionar o que deve ser noticiado. Existem vários critérios para essa seleção, mas o que mais se destaca no discurso construído pela editora para explicar a rotina produtiva é “o próprio instinto de ser repórter”.

Apesar de realizar pesquisas anuais para medir sua audiência em Juiz de Fora, a TV Alterosa não as realiza no que diz respeito à noticiabilidade de um fato. O que deve ou não ser noticiado é decidido arbitrariamente pela própria editora, o que faz com que os critérios de produção de notícias também sejam arbitrários: é priorizado o factual para depois analisar quais matérias devem entrar no jornal. “Eu costumo dizer que os critérios de fechamento e seleção são pessoais, instintivos. Aqui é assim. Até porque a estrutura é muito enxuta”, completa Gilze.

A rotina da produção do telejornal da TV Alterosa segue, de maneira geral, a regra das demais emissoras regionais. A ronda e a pesquisa na internet fazem parte do processo de construção de pautas, mas leva em consideração a sugestão de produtores, repórteres, editores e, sobretudo, da comunidade que envia sugestões de matérias. Não há dados concretos desta participação popular. A editora argumenta que, quando o telespectador sugere uma pauta interessante e há condições estruturais para apurá-la, uma equipe de jornalismo produz e o telejornal veicula a matéria, dando crédito ao telespectador na exibição da notícia.

As notícias no Jornal da Alterosa Edição Regional são distribuídas segundo critérios de importância. De acordo com a editora Gilze Bara, não há a interferência da direção da emissora no que diz respeito a esses critérios, nem mesmo em relação ao conteúdo das edições. A matéria que abre o telejornal sempre possui maior impacto, devendo ser factual e, sobretudo, tratar de um assunto local. Assim, cumprindo uma das premissas do jornalismo regional, o telespectador se sentirá representado na notícia.

A utilização da linguagem coloquial, adequada ao seu público-alvo, é outra das preocupações da editora. Gilze afirma que a hipótese que orienta o trabalho na emissora é a de que a maioria dos telespectadores do Jornal da Alterosa Edição Regional seja formada por jovens e mulheres, e reforça a importância de produzi-lo para toda a comunidade. É inegável, portanto, que o jornal apresente serviços de utilidade pública, além de dicas para o telespectador que participa efetivamente, segundo a editora chefe, da construção do telejornal, seja através de telefonemas, e-mails ou pelo contato na rua com os repórteres e editores.

Esta maior interação também ocorre por meio da promoção constante de eventos pela emissora na cidade de Juiz de Fora, como o passeio ciclístico, ou ainda com visitas à TV. Esses eventos, promovidos pela TV Alterosa-JF, têm como objetivo a aproximação da comunidade com a emissora, e sempre são noticiados pelo telejornal, reforçando o vínculo entre TV e sociedade juizforana na produção veiculada na telinha. De acordo com a editora regional, o Jornal da Alterosa Edição Regional sempre teve o diferencial de contar com a participação do povo, o que implica laços de pertencimento com a emissora.

Outra estratégia adotada pela equipe do telejornal é a não determinação do tempo das matérias, para não “engessar” o trabalho feito pelo repórter. “Quem melhor que o repórter, na rua, para saber o que aquela matéria vai render?”, pergunta Gilze, e afirma que o retorno que os profissionais têm do público mostra que a alternativa tem dado certo. “Eles dizem que entendem o que foi dito e que as matérias são completas”, explica. Ela acredita que assim os jornalistas da emissora produzem um jornalismo menos superficial. O jornal ainda cumpre com sua função pedagógica ao instruir os telespectadores sobre determinados assuntos. Segundo Coutinho e Fernandes, “nesta função se enquadram as notícias em que fica claro qual é o comportamento que se espera do telespectador diante das informações veiculadas” (2007, p. 9).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os indivíduos, segundo Wolton (2004), assimilam o que vêem na TV e produzem sentido a partir dessa interação com o veículo, aprimorando conhecimento. Analisadas sob esse prisma, as relações entre o telejornalismo local e o público por ele atingido podem não ser passivas e indiferenciadas. Ao contrário, entende-se que podem contribuir para transformar o indivíduo enquanto sujeito sócio-cultural.

Neste sentido, a proposta de nosso trabalho é a de enfatizar a dimensão discursiva do telejornalismo enquanto meio de comunicação interventor na sociedade, em consonância com os conceitos formulados por Vizeu. Tal dimensão discursiva pode contribuir de maneira ativa para a formação de grupos sociais e mutações de identidades. O processo de produção da notícia em um telejornal, portanto, é responsável pela criação de sua identidade como produto midiático. Pudemos notar com este trabalho que, quando se produz notícias em uma emissora de TV local, como é o caso da TV Alterosa na cidade de Juiz de Fora, o telespectador participa mais ativamente do processo de comunicação, ao menos no discurso da editora do programa.

A identidade criada pela emissora em Juiz de Fora, construída ao longo do processo de fazer telejornalístico, faz com que a população se identifique com a TV Alterosa Juiz de Fora. A partir disso, o retorno a ser alcançado pela emissora pode ser auferido por meio da audiência conquistada, e não mais presumida. Em tese, quanto maior for a identificação do público no que diz respeito ao telejornal, maior será seu interesse em acompanhar as edições diárias, fortalecendo assim um laço social no qual tanto a emissora quanto o público são beneficiados. Isso porque tanto o Jornal da Alterosa Edição Regional quanto o público pertencem à mesma cidade e compartilham dos mesmos acontecimentos.

No caso do telejornalismo produzido pela TV Alterosa em Juiz de Fora, a cidade é um denominador comum que faz com que telespectador e jornalista se articulem; assim a produção “conjunta” da notícia é capaz de caracterizar a inserção desses dois atores sociais em um processo de comunicação.

Podemos concluir que, se a programação veiculada pela televisão em rede nacional é concebida como uma narrativa e/ou agente unificador, o telejornalismo regional se torna ainda mais importante na construção da identidade local, à medida que pode ressaltar e em alguns casos mesmo resgatar a cultura das comunidades às quais se destina, fazendo com que as pessoas se sintam retratadas, e lembradas, através da TV.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARA, Gilze. **Entrevista concedida à autora**. Juiz de Fora, 2007.

BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal**: um estudo da cobertura dos 500 anos do Descobrimento do Brasil. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2004.

COUTINHO, Iluska. **Telejornalismo e Identidade em Emissoras Locais**: a construção de contratos de pertencimento. IV Encontro Nacional de Pesquisadores de Jornalismo. Porto Alegre: UFRS e SBPJor, 2006. CD'Rom.

COUTINHO, Iluska; FERNANDES, Lívia. **Telejornalismo Local e Identidade**: o Jornal da Alterosa e a construção de um lugar de referência. XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Região Sudeste. Juiz de Fora: 2007.

JOHNSON, Allan G. **Dicionário de sociologia**: guia prático da linguagem sociológica. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia**: os bastidores do telejornalismo. 4. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

_____. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.

VIZEU, Alfredo Eurico; CORREIA, João Carlos. **A construção do real no telejornalismo**: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: SBPJor 2006, Porto Alegre. Anais... Porto Alegre: 2006.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 2006.

_____. **Pensar a Comunicação**. Brasília: UnB, 2004.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.