



Notícia com afeto: a televisão universitária como agente de construção das identidades¹

Paula Regina Puhl²

Aline Streck Donato³

Jeferson Saldanha Ramos⁴

Universidade FEEVALE, Novo Hamburgo, RS.

RESUMO:

O objetivo desse artigo é verificar de que forma a televisão universitária pode ser agente na construção de identidades a partir da veiculação das notícias sobre a comunidade em que atua. O objeto de estudo será o canal universitário TV FEEVALE vinculado a Universidade de mesmo nome, localizada na cidade de Novo Hamburgo/RS. O foco é o telejornal diário, o TV Feevale Notícias e a análise compreendeu cinco edições. São analisadas a produção da notícia, considerando a relação entre o repórter e a fonte, por intermédio da análise das sonoras. O estudo tem como hipótese que a aproximação entre repórter e fonte colabora na construção das identidades da comunidade, ou seja, nota-se a manifestação de um jornalismo mais afetivo, que de acordo com Puhl (2010) a proximidade do repórter das fontes, faz com que elas manifestem os problemas da sua comunidade.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; televisão universitária; telejornalismo local; TV Feevale

A construção das identidades pelo telejornalismo local

Esse estudo faz parte de um projeto maior intitulado, “A construção das identidades pelo jornalismo local: mapeamento e análise”⁵, que tem o intuito de analisar a construção das identidades dos moradores da cidade de Novo Hamburgo (RS), através do telejornalismo local. Já foram abordados estudos sobre os canais oferecidos pela televisão a cabo para a cidade, são eles: Canal Mais e Canal 20, além do desenvolvimento de um estudo sobre a forma em que a cidade é representada no telejornal RBS Notícias veiculado para a região metropolitana e único acesso possível para a comunidade às notícias da região na televisão aberta. Neste artigo, o foco será o telejornal diário, chamado TV Feevale Notícias veiculado no canal universitário TV FEEVALE. E para essa investigação será utilizada a ideia de jornalismo afetivo, desenvolvido por Puhl (2010), apoiado na relação mais afetuosa entre o repórter e a fonte na busca das informações.

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Coordenadora do Mestrado Acadêmico em Processos e Manifestações Culturais e Professora de Telejornalismo II do Curso de Jornalismo da Universidade FEEVALE, e-mail: ppuhl@feevale.br

³ Mestranda em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale, e-mail: alline.donato@hotmail.com

⁴ Bolsistas de Iniciação Científica da Feevale e estudante de Graduação do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade FEEVALE, e-mail: dieff_nh@yahoo.com

⁵ Projeto financiado pelo CNPq (Edital Universal 2009/2011).



A trajetória feita para a escolha do corpus contou com a observação de dados quantitativos e qualitativos de grade semanal, e assim foi percebido que no telejornal é que estavam concentradas um maior número de matérias voltadas a região e não com destaque somente às informações institucionais da Universidade.

Devido ao objeto escolhido ser um telejornal serão seguidas as ideias de Coutinho (2008, p. 98) que destaca que o telejornal local é visto com um laço social entre a comunidade e os anunciantes da localidade. Ao citar Bourdin (2001 apud Coutinho 2008), a autora considera que a produção local seria o território de pertencimento que as emissoras afiliadas tentariam constituir com a região em que se inserem, mas alerta que essa identificação só irá ocorrer caso essa programação tenha credibilidade junto aos telespectadores. Como o telejornalismo de Novo Hamburgo inicia em 2008 com o telejornal TV Feevale Notícias, constatamos que essa realidade está ainda no início e por isso merece ser estudada.

Vizeu (2008) acredita que o telejornal ocupa lugar de destaque como principal fonte de informações para a maioria dos brasileiros. Sendo assim, a notícia televisiva contribui diretamente para a construção da realidade social.

Para Hall (2005) o sujeito está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas e essa identidade fragmentada ainda é reforçada pela da televisão que é vista como lugar de referência no cotidiano dos brasileiros, fazendo do jornalista um mediador entre a realidade e o sujeito, enquanto que a produção local seria o território de pertencimento que as emissoras afiliadas tentariam constituir com a região em que se inserem, mas essa identificação só irá ocorrer caso a programação tenha credibilidade junto aos telespectadores.

Vizeu e Correia (2008) argumentam que o telejornal é fundamental na construção de uma identidade local, tornando-se lugar de referência para o telespectador: a notícia local é diferente da notícia chamada de “rede” porque gera uma relação de identificação com o telespectador, referindo-se a acontecimentos que o atingem em seu cotidiano mais próximo.

No entanto antes de apresentar o nosso objeto de análise julga-se pertinente fazer uma breve contextualização sobre a presença das televisões universitárias no Brasil e suas finalidades.

Apresentação da TV Universitária no Brasil:



As televisões universitárias ganham relevância após a promulgação da lei federal 8977, de 5 de janeiro de 1995, conhecida como a “Lei do Cabo”. No artigo 23, institui-se o chamado “Canal Básico de Utilização Gratuita”, que expõe o que as operadoras de TV paga são obrigadas a disponibilizar sem custos para seus assinantes. Entre eles, especifica-se “um canal universitário, reservado para o uso compartilhado entre as universidades localizadas no município ou municípios da área de prestação do serviço”.

As primeiras emissoras operadas por Instituições de Ensino Superior (IES) no campo da radiodifusão (TV aberta, nas frequências VHF ou UHF), não ofereciam ao público telespectador uma programação especificamente universitária, uma vez que Magalhães (2002) reforça que:

uma televisão universitária é aquela produzida por Instituições de Ensino Superior (IES) e transmitida por canais de televisão (abertos ou pagos) e/ou por meio convergentes (satélites, circuitos internos de vídeo, Internet, etc.), voltadas estritamente à promoção da educação, cultura e cidadania. (MAGALHÃES, 2002, p. 15)

Visando a ocupação desse espaço, as IES começam a se organizar internamente na estruturação de núcleos de produção televisiva e, na busca do compartilhamento com outras instituições para a administração dos canais, redirecionaram sua produção como extensão das atividades acadêmicas, tanto curriculares como de projetos de comunicação social.

De acordo com publicação da Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), em 1997 realiza-se em Caixas do Sul (RS), o I Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias. Já nesse primeiro evento, 50 IES se reuniram para a troca de experiências e planejamento do desenvolvimento do setor.

Em 30 de outubro de 2000, em São Paulo, um grupo de IES funda a ABTU – Associação Brasileira de Televisão Universitária. De acordo com o site oficial⁶:

a ABTU é reconhecidamente a entidade nacional representativa do segmento, inclusive pelas IES não afiliadas - que têm na associação a referência do setor – como pelos órgãos públicos e governamentais (Ministérios da Educação, Ciência e Tecnologia, Comunicação, Cultura, Anatel, Ministério Público Federal), como por entidades privadas (NET, Canal Futura, Sebrae), organizações sociais (FNDC), demais associações de comunicação social televisiva brasileiras (ABERT, ABCCOM, ASTRAL, ABEPEC) e instituições internacionais (UNESCO, ATEI - Associação de Televisão Educativa Ibero-americana, a Virtual Educa, a Rede CLARA - Cooperação Latino-Americana de Redes Avançadas).

⁶ Acesso em 07 de junho de 2011.



Em 2004, através de pesquisa realizada pela UNESCO, onde se viabilizava traçar uma espécie de mapa da TV Universitária no país, contabilizava-se mais de trinta canais de cabodifusão mantidos por sessenta e quatro Instituições de Ensino Superior, sendo onze canais compartilhados por várias Universidades e vinte canais exclusivos, ou seja, ocupados por apenas uma Instituição de Ensino Superior. Portanto, a quantidade de IES envolvidas, a variedade das propostas de programação e a multiplicidade dos sistemas técnicos utilizados para a transmissão dos sinais são indicadores irrefutáveis da expansão da Televisão Universitária no país. Assim, a Universidade brasileira vai deixando para trás antigos preconceitos contra a televisão e passa a confiar no potencial dessa mídia para a difusão de informação, cultura, educação e cidadania.

No conceito adotado pela ABTU, “a Televisão Universitária é aquela produzida no âmbito das IES ou por sua orientação, em qualquer sistema técnico ou em qualquer canal de difusão”. Independente da natureza de sua propriedade, uma televisão universitária pode ser feita com a participação de estudantes, professores e funcionários e esta deve ser “ecclética e diversificada, sem restrições ao entretenimento, e que corresponda e respeite o Código de Ética da entidade”.

A ABTU estima que as televisões universitárias produzam cerca de 240 horas/semana no país de programas inéditos. Assim, percebe-se que a transmissão é determinante, já que as emissoras universitárias transitam entre as abertas (13h20min) e as a cabo (2h50min).

O Jornalismo nas TVs Universitárias:

A ABTU ressalta que os programas de entrevistas e de debates são maioria nas TVs Universitárias. Isso se deve ao fato de que este tipo de programa é mais fácil de formatar e possui um baixo custo de produção. Além disso, a Associação defende que os programas realizados por estudantes têm preferência nas grades universitárias, sob supervisão acadêmica, voltados para um amplo rol de interesses: cultura, esporte, educação, saúde, meio-ambiente, juventude, cinema, produção independente, cidadania e projetos sociais.

Tendo como síntese uma boa parte de preocupação social, como o esclarecimento de questões sobre saúde, direitos sociais, prevenção, apoio à educação e disseminação da cultura regional, Calligaro (2007) defende que as TVs das Universidades “representam uma das únicas oportunidades de conhecimento, de

reflexão. A emissora universitária seria, então, uma porta por onde essas informações poderiam ser difundidas”.

Segundo Magalhães, por meio da TV universitária, “é possível compartilhar conhecimentos com a sociedade, estabelecer um elo com as suas comunidades, acadêmica e social; é o lugar em comum e não o lugar comum” (2002, p. 51).

O telejornalismo também está presente, na programação, a ABTU afirma que cerca de 18% das TVs Universitárias já se aventuram no telejornalismo diário, enfrentando os altos custos de sua produção e a concorrência das emissoras tradicionais.

Por isso, aliado aos próprios objetivos culturais e educativos das IES, o telejornalismo universitário busca um formato de reportagens diferenciado, privilegiando a informação que esclareça com mais profundidade e oriente os seus telespectadores na formação de uma massa crítica.

Para Rogério Bazi (2001, p.16), de maneira simplificada, afirma que a “televisão regional é aquela que retransmite seu sinal a uma determinada região e que tenha a sua programação voltada para a mesma”. Nessa perspectiva, entende-se que as emissoras regionais devem ter seu foco na comunidade ao qual está inserida, difundindo para determinado grupo social as notícias relevantes causadas pelos mesmos.

Entende-se, a partir das premissas abordadas, que os telejornais locais proporcionam uma aproximação entre a comunidade que o assiste com a política ideológica estabelecida no local, ao mesmo tempo em que ofertam ao cidadão comum a possibilidade de “ganhar voz” na mídia tevê. É um lugar de referência dentro do contexto local. É nesse contexto, aliás, em que a TV Feevale está inserida.

A TV Feevale

Fundada no ano de 2002 pela Universidade Feevale da cidade de Novo Hamburgo/ RS e no mesmo ano começa a ser veiculada pelo canal 15 da NET⁷, apoiada pela Lei do Cabo⁸, que dá a possibilidade de emitir a programação de sua TV universitária para a cidade de Novo Hamburgo.

A programação foi se modificando a cada ano, possui desde programas feitos por profissionais, mas também veicula produções acadêmicas. A partir do ano de 2007 que a TV Feevale deixa de lado seu caráter unicamente acadêmico de transmitir produções dos alunos da Universidade Feevale e passa a ter um desígnio mais

⁷ Empresa privada que fornece serviços de TV por assinatura, internet e telefone.

⁸ Lei n° 8.977 de 6 de janeiro de 1995. Deu oportunidade para que os distribuidores de sinais de TV aberta optassem por transformar sua outorga em concessão de TV a Cabo. As licenças têm caráter local, limitadas a um município.

profissional, com a produção voltada para a comunidade. Rodrigo Teixeira afirma que “apesar de ser um canal de NET, temos uma visibilidade muito boa, pois a própria comunidade se vê nesse espaço televisivo e comenta sobre”.

A TV Feevale, nesse aspecto, por ser Universitária e possuir um vínculo direto com o grupo social ao qual se destina, aproxima-se da lógica do jornalismo público, cujas principais características o comprometimento com o interesse público, considerando o telespectador como um cidadão e não apenas como um consumidor de notícias como um outro qualquer. Afirmando tal assertiva, Rodrigo Teixeira conta que a TV Feevale tem a noção de sua capacidade em resolver os problemas da comunidade, e o poder público, para ele, também adquiriu essa noção.

Por ser uma televisão universitária e não obedecer às amarras de uma lógica mercadológica, a TV Feevale tem algumas vantagens em matéria de conteúdo e veiculação que não são permitidas em emissoras privadas. Conforme Rodrigo Teixeira, a linha editorial é diferenciada dos outros canais informativos veiculados na região – todos eles particulares –, pois a TV Feevale tem a possibilidade de produzir e veicular a notícia em um tempo consideravelmente maior. Para o jornalista, é um canal que aborda temas mais leves, livres de sensacionalismo e que dá voz para a comunidade.

Barbeiro e Lima (2002) reforçam tal afirmativa ao discorrer que a condição de não depender fundamentalmente de verbas publicitárias e, conseqüentemente, buscar a audiência que justifique esses investimentos. Isso permite à emissora pública um ritmo próprio de produção de reportagens que incitam a reflexão. A complementar, ainda se justifica que “o jornalismo público não objetiva a conquista do mercado, por isso, pode se comprometer com o conjunto da sociedade em exercer a busca do interesse público”. (BARBEIRO e LIMA, 2002, p.37)

Bazi (2001, p. 63) alega que a conquista da audiência de uma emissora regional passa, necessariamente, pela questão de qualidade de seus programas e de sua credibilidade junto ao público. A TV Feevale se preocupa em atingir e alcançar visibilidade na região de Novo Hamburgo e, por esse motivo, busca sempre focar suas produções nos interesses dessa localidade.

Rodrigo Teixeira ressalta que a TV Feevale tem como dever mostrar as a cidade de Novo Hamburgo, “Hoje, quem mostra a cidade na mídia somos nós, e a população já tem a noção disso”. Uma das formas de alcançar tal intento, segundo o responsável pela TV Feevale, é trazer assuntos nacionais para o cotidiano de Novo Hamburgo, utilizando fontes da própria localidade.



A emissora ainda não realizou uma pesquisa de audiência, mas os responsáveis garantem que a aproximação com a população hamburguesa rendeu frutos, como relata Teixeira: “*no início da TV, nós os procurávamos muito mais do que eles nos procuravam, hoje ocorre o inverso*”. Prova de tal afirmativa, ainda segundo ele, pode ser medida pela quantidade de e-mails e ligações que a TV Feevale recebe diariamente dos telespectadores com comentários e sugestões, são cerca de 15.

Outra característica importante da TV Feevale está na escolha de suas pautas. Por não ter compromisso com a factualidade, a emissora aborda temas culturais que não tem espaço nas emissoras privadas.

Tendo o telespectador da cidade de Novo Hamburgo como foco central, a TV Feevale tenta inseri-lo no contexto local da cidade, utilizando a mídia como forma de divulgar ações e fatos recorrentes na mesma, sendo eles cotidianos ou não, como expõe Teixeira: “*quando Novo Hamburgo aparece em outras emissoras é porque algo ruim aconteceu na cidade. Elas têm pouco espaço e priorizam, assim, acontecimentos da Capital ou tragédias. Aqui o telespectador tem a possibilidade de enxergar as coisas boas da região e com um tempo melhor*”.

A programação da TV Feevale

Os nove programas produzidos pela TV Feevale são o *Feevale no Ar*, programa em formato de telejornal que destaca as principais atividades e manifestações acadêmicas que culturais que ocorrem dentro do campus; *Autografando*, programa de entrevistas com personalidades; *Extensão*, programa que se distingue por oferecer aos telespectadores informações sobre os cursos oferecidos pela IES; *Peça Única*, programa que destaca as modas e referências das temporadas brasileiras, *Líderes & Empreendedores*, programa de entrevista com empresários de sucesso de Novo Hamburgo e região; *Toca Ai*, programa em formato de show de bandas semiprofissionais, na qual se destacam o repertório e história de criação das mesmas; *Café Comunitário* programa de rádio da Instituição e veiculado na rádio ABC 900 AM da cidade, adaptado para a TV; *Interrogando o Pensamento* que propõe uma reflexão aos principais problemas enfrentados pela sociedade brasileira e suas devidas soluções e, por fim, o *TV Feevale Notícias*, telejornal diário (de segunda a sexta) e ao vivo (das 18h:30 as 19h) da emissora, que destaca as principais notícias da Universidade Feevale e da cidade de Novo Hamburgo, escolhido como foco desse artigo.

Análise do TV Feevale Notícias pelo viés do jornalismo afetivo

O telejornal iniciou as suas atividades em 2008 e desde a sua criação o objetivo segundo Teixeira (2011) foi aproximar o canal da comunidade e tentar mesclar as notícias da região com as pautas institucionais. Para verificar essa aproximação foi escolhido para a análise o período de 27 de junho a 01 de julho de 2011, ao todo foram assistidas cinco edições do TV Feevale Notícias. As matérias em primeiro momento foram classificadas e ordenadas a partir do seu formato de apresentação e definidas por *nota pelada*⁹, *nota coberta*¹⁰ ou reportagem¹¹. Serão analisadas apenas as reportagens, por julgar que nesse formato existe a troca de uma espécie de “olhar”, entre repórter e fonte, a partir da sonora.

Entende-se que a reportagem é mais que a evolução da notícia, pois busca desenvolver uma sequência investigativa que apura as razões e efeitos da notícia e abre debate sobre o acontecimento, desdobrando-o, dividindo-o e esgotando-o.

Outro critério para a escolha das matérias está vinculado os temas que estão dividimos em: matérias com características *Institucionais*; que dão importância aos acontecimentos da própria IES e *Comunitárias* por manterem a relação da notícia com o público externo, ou seja, com o cidadão de Novo Hamburgo. Em seguida será feita a análise a partir da ideia de jornalismo afetivo segundo Puhl (2010) aplicada nas reportagens de cunho comunitário, com foco nas falas tanto do repórter quanto da fonte, expressas nas sonoras¹².

Puhl (2010) desenvolveu a ideia de jornalismo afetivo, apoiada no conceito de Barthes (2003) sobre o viver junto a partir da linguagem, que para o autor é o lugar da sociabilidade, onde o poder é exercido pelas palavras e pela utopia em minimizar as diferenças entre sujeitos, buscando, assim, o viver junto. Puhl (2010), por sua vez, adapta esse conceito na relação entre repórter e fonte, já que a linguagem os une pelas diferenças, pela disputa de forças de poder que ambos possuem, ou seja, a autora acredita que um precisa do outro para terem uma existência social legítima. A fonte precisa que a sua fala seja divulgada pelo repórter para que o seu discurso seja legitimado, enquanto que o repórter, mesmo tendo o poder para publicizar, precisa de uma boa história, apoiada em fatos para ter a credibilidade da comunidade que está inserido. Dessa forma é instalado um processo de interdependência dos sujeitos e é

⁹ Notícia lida pelo apresentador do telejornal, sem nenhuma imagem de ilustração;

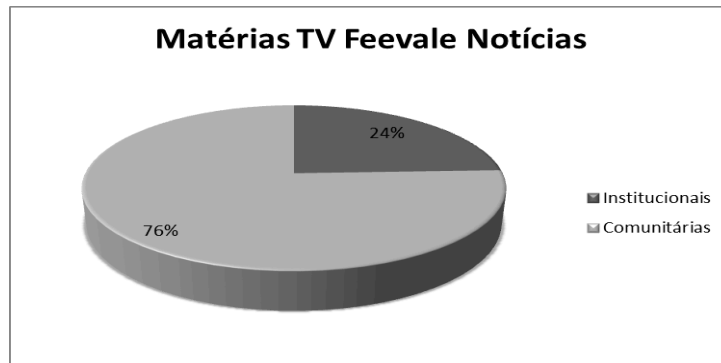
¹⁰ Notícia que é lida pelo apresentador e coberta com imagens;

¹¹ Notícia que conta com boletim do repórter, sonora com as fontes e off.

¹² Breve entrevista que compõe a reportagem televisiva.

nesse limiar entre a legitimidade (desejo da fonte) e a credibilidade (desejo do repórter) é que se acredita que o afeto pode ser um fator diferencial na apuração da notícia.¹³

Cada edição do TV Feevale Notícias tem a duração de 30 minutos. Na semana de análise foram veiculadas 41 matérias, sendo que 10 tinham foco institucional e 31 abordavam assuntos ocorridos na comunidade hamburguesa. Assim, podemos afirmar que na semana escolhida 24% das matérias do telejornal eram Institucionais e 76%, comunitárias:



Dessas 31 matérias geradas pelos acontecimentos junto a comunidade, 16 seguiam o formato de reportagem, representando 56%. As outras matérias foram apresentadas da seguinte forma: 8 notas peladas (26%), 2 notas cobertas (6%) e 5 entrevistas apresentadas sempre ao final de cada edição do telejornal (6%).



As 16 reportagens produzidas junto à comunidade representaram 57 minutos das 2h30 totais da veiculação semanal do telejornal, representando um percentual de 38% das notícias veiculadas.

¹³ A ideia de jornalismo afetivo, foi desenvolvido a partir da análise do Programa Profissão Repórter. Esse estudo pode ser conferido no artigo **O viver junto no Programa Profissão Repórter: o afeto na Construção da Reportagem Televisiva**. Rio de Janeiro: Revista Eco-Pós, Vol 13, n.2, 2010. Acesso disponível em: <http://www.pos.eco.ufjf.br/ojs-2.2.2/index.php/revista/article/view/325/0>

Para se ter uma análise mais detalhada foram escolhidas e reportagens das edições dos dias 27, 28 e 30 de junho de 2011¹⁴. A justificativa das escolhas foi a partir da pauta dessa reportagem que falam especificamente dos problemas enfrentados pelos habitantes da cidade junto aos órgãos públicos, ou seja, na TV Feevale é permitido reclamar da prefeitura, pois o veículo não possui ideologia partidária e nem está atrelado aos anunciantes. As falas descritas das sonoras dessas matérias serão apresentadas em itálico para diferenciar do texto analítico.

A primeira reportagem escolhida veiculada no dia 27/06/2011, com 6 minutos e 5 segundos aborda o fechamento pela prefeitura de uma rua de muito movimento da cidade perto da BR-116 e que acabaria por prejudicar o comércio local e o acesso dos moradores. O destaque dessa reportagem foi a sequência que mostrou imprudência de um jovem ao passar de bicicleta no meio do trânsito movimentando da BR -116 próximo ao trecho que será fechado pela prefeitura. Após mostrar essas imagens, o acadêmico de Jornalismo Jerônimo da Paz entrevista o jovem da bicicleta, na passarela que é feita para a travessia de pedestres e de bicicletas, acompanhe o diálogo.

Repórter: *Luiz você colocou a sua vida em risco ao atravessar, por que você não utiliza a passarela que serve para cortar a BR-116?*

Fonte: *Pra mim é mais fácil passar lá, senão aqui fica muito dificultoso, de repente eu posso estar mais atrasado, mais apurado e pra mim fica mais fácil passar lá na sinaleira que eu passei, do que na passarela.*

Repórter: *Tu acredita que a passarela está muito distante do lugar para atravessar?*

Fonte: *eu acredito que sim, por isso eu não vim até aqui para atravessar.*

Nesse diálogo é percebido a intimidade do repórter com a fonte, o repórter chega a aconselhar o morador e o adverte dos perigos, ao mesmo tempo que a fonte expõe os seus motivos.

Já em outra sonora, dessa vez com comerciantes do local, um comerciante fala ao repórter sobre a ausência do prefeito nas reuniões junto à comunidade para definir o funcionamento das obras.

Fonte: *Uma das reuniões que era muito importante que a gente fez aqui que era para o pessoal do bairro... era para o prefeito vir, ele não veio, mandou o secretário, o outro, mas o prefeito, pessoalmente não veio.*

¹⁴ As matérias podem ser conferidas na íntegra no canal do YouTube da TV Feevale, disponível em: www.youtube.com/user/tvfeevale.

Outro comerciante também reclama junto ao repórter a falta da presença do prefeito da cidade:

Fonte: Nós convocamos reunião com ele e nem satisfação nos deu, simplesmente poderia te dado satisfação que não poderia vir numa reunião com nós, só que geralmente quando precisa pedir voto, até vem o futuro deputado, pediu voto prá nós pediu para ajudar e tal, ai tava bom pra ele, ele nem pra dar uma satisfação prá nós que temos comércio na volta aqui, ta que muita gente investiu no comércio na volta, tu pode olhar aqui pelos prédios na volta...isso nada interessa pra ele ta bom, que mora em Hamburgo Velho, num bairrinho nobre, né! Por que ele vai se preocupar com o bairro Rio Branco com que tem comércio na volta...Com certeza vai afetar. O quê que o prefeito faz? Nem nos receber não nos recebe. Isso é uma falta de consideração.

A partir dessa duas falas é visto algo que quase não recebe visibilidade nas grandes redes, sonoras longas que possibilitam ao cidadão reclamar da falta da presença do prefeito, inclusive permite “lavar a roupa suja”, quando um dos comerciantes coloca que para pedir votos, o prefeito era assíduo na localidade, mas para conversar com os moradores nesse momento complicado ele nem aparece. Mais uma vez, o repórter permitiu às fontes manifestarem a sua indignação seja na fala ou na postura diante da câmera, já que ambos os comerciantes falam diretamente para a câmera.

Outro dados importante que demonstra a proximidade com a comunidade e a vontade de ouvi-la, foi que a reportagem contou no total com 7 sonoras, distribuídas da seguinte forma: 2 com os pedestres e moradores do local, 1 com o secretário de Trânsito do município e 4 com comerciantes da localidade.

A aproximação do repórter ao personagem da comunidade é confirmada nas sonoras das reportagens veiculadas no TV Feevale Notícias, Medina (2000) aborda a entrevista como uma técnica de interação social e de quebra de isolamentos grupais, individuais e sociais. Para tanto, o diálogo entre os interlocutores deve ser impingido de características pessoais e singularidades de cada agente, fazendo uso da emotividade para convencer o receptor de sua veracidade.

A segunda reportagem, exibida no dia 28 de junho de 2011, era a respeito dos projetos da Prefeitura para regularização fundiária para cerca de mil famílias de Novo Hamburgo. Nas sonoras que são duas uma com o secretário de habitação e outra com uma moradora, se estabelece relação da manifestação dos problemas e soluções no seguinte trecho “o investimento maior vai ser feito na Vila Palmeira, no bairro Santo

Afonso”, “*serão construídas 336 novas casas. Só aí, dá pra ver a dimensão desse programa*”, diz o secretário.

A reportagem feita pela jornalista Daiana Lenz, com duração de 1m56s, ao contrário da primeira analisada, permite ao secretário de habitação falar mais sobre as obras, valores destinados e como está vai funcionar, ou seja, nem sempre o TV Feevale Notícias somente denuncia, mas também informar os projetos desenvolvidos pelos órgãos públicos.

Mas a fim de não perder o foco na palavra da comunidade, a reportagem encerra com a sonora feita com uma moradora do local.

Repórter: *Na morada dos Eucaliptos, alguns moradores reclamam da falta de infraestrutura, principalmente na rede de esgoto. Nilva, que mora há dez anos no local, comemora a regularização*

Fonte: *“Ah, vai mudar muita coisa, né? Principalmente se puserem asfalto aí, né? Porque é só o que nós precisamos. Porque a vila em si tá muito boa. Boa mesmo.”*

Na declaração da fonte é percebida a forma carinhosa que a mesma cita o local onde mora, dizendo que *a vila tá boa* e que com as obras vai ficar melhor ainda, ela quer expressar isso para a repórter e de alguma forma está agradecendo para a prefeitura as novas obras.

Já a reportagem de 6 minutos exibida no dia 30 de junho de 2011, produzida pela acadêmica de Jornalismo Joceline Silveira, nota-se um tom bem mais de denúncia desde a apresentação da matéria “pedido de socorro” dos moradores do bairro Alpes do Vale. O tema são os problemas ao acesso principal ao bairro - interrompido desde abril - devido ao deslizamento de parte da via, além das atividades de uma pedreira localizada a poucos metros do bairro.

Repórter: *Um paraíso verde dentro de Novo Hamburgo: o bairro Alpes do Vale fica há 7 minutos do centro da cidade. Mas todas essa tranquilidade foi abalada ano passado, quando a pedreira voltou suas atividades”e em “os abalos consequentes das detonações, além de medo, estão causando outros transtornos”*

A utilização das palavras “paraíso”, “tranquilidade” e “medo” usadas no texto de apresentação da repórter repetem as palavras citadas nas sonoras feitas junto aos moradores, é como se a repórter legitimasse e se colocasse a favor dos moradores do bairro, ou seja, notou-se uma proximidade e identificação entre repórter e fonte, além de ter sido percebido a “vontade” de falar dos habitantes do local, que somaram ao todos 4 depoimentos, sendo que todos possuíram mais de 30 segundos.



Na primeira sonora o morador do bairro Claudio Petry, diz:

Fonte: *A gente tá tentando se mobilizar através da associação para ver se a prefeitura nos ouve, nos enxerga aqui em cima, por que tudo bem a agente sabe que eles nos vêem como a minoria , mas nós não somos a burguesia, todos nós pagamos impostos aqui em cima ente quer o que é de direito, o de ir e vir para a nossa casa.*

Outra sonora que demonstra essa falta de atenção do poder público é a do presidente da associação de moradores:

Fonte: *Toda que fez que existe a necessidade do poder público, esse apoio pára ele é estanke, então tudo que se consegue é através de eventos (...) as 82 famílias arrecadam mais de 120 mil de imposto, mas o retorno é zero.*

Ao todo nessa reportagem foram 6 sonoras, 4 com moradores do local e 2 com responsáveis da prefeitura da cidade. O teor das falas das sonoras da comunidade, mais uma vez deixa evidente o espaço que o telejornal permite a eles, em geral, é o momento da reclamação, da fala direta ao prefeito da cidade, uma linha direta que possa colaborar com a resolução do problema.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

A televisão está presente nos lares brasileiros e tem o objetivo tanto de informar com entreter. No caso da TV universitária essa não tem o compromisso de obter audiência, não tem que respeitar patrocinadores para que a TV Universitária mantenha ritmo de programação ou determinado formato. Justamente por isso, possui a tranquilidade de pesquisar mais, de ouvir mais e de privilegiar o conhecimento científico produzido dentro da Universidade.

A TV universitária não é só importante para o desenvolvimento acadêmico das instituições como para o próprio telespectador. Existe um aprofundamento do conteúdo, uma informação de qualidade ,algo nem sempre encontrado na televisão aberta.

A formação dos estudantes universitários que também é citada como objeto de relevância das TVs universitárias, uma vez que as mesmas também possuem função profissionalizante é vista em duas das matérias selecionadas, assim os alunos têm a oportunidade de treinar, de ver seu trabalho indo ao ar, e as conseqüências do mesmo.

Por intermédio dos dados quantitativos e qualitativos foi verificado que o telejornal diário TV Feevale Notícias busca estimular o diálogo intercultural entre os telespectadores, através de matérias de diferentes formatos, estilos e temáticas, porém tem como foco os problemas da comunidade. Atuando como um o únicos meio televisivo que a população possui para divulgar suas reivindicações, a equipe do



telejornal atua como um suporte e, em nome do programa jornalístico, torna-se parte significativa do processo de afeto formado por repórter-fonte.

A afetividade exposta nas matérias demonstram a necessidade do viver junto. O afeto percebido na fala dos repórteres que aconselham, deixam a fonte expor suas queixas, é visto como elemento essencial na busca das informações e colabora para a relação mais amistosa com as fontes, que ligam para a redação do telejornal indicando pautas.

Certamente, compreendemos que falar e aceitar o fato de que o jornalismo esteja mais afetivo possa deixar os jornalistas apreensivos em conseguir mensurar quais são os limites dessa aproximação e até que ponto a afetividade pode colaborar ou não na construção de uma reportagem. No entanto, no caso do TV Feevale Notícias, sendo o único telejornal diário da região, ele consegue, certamente por seu posicionamento mais afetivo, colaborar com a construção das identidades da população de Novo Hamburgo. Mesmo tendo papéis e discursos diferentes repórter e fonte, essa relação de alteridade permite o pertencimento e faz com que a população tenha um lugar de segurança ao ver os seus problemas cotidianos na “sua” televisão, no seu “canal”, que está vinculado a maior instituição de ensino da região. Essa legitimidade faz com que a TV Feevale com a sua programação seja um meio de difusão do conhecimento, da promoção da cultura em prol do desenvolvimento regional.

O TV Feevale Notícias é um espaço privilegiado que consegue expor os anseios da comunidade ao mesmo tempo que precisa dela para existir. Esse estar junto entre veículo e comunidade é uma necessidade cultural de conviver e respeitar o outro e a prática jornalística precisa considerar que o estar junto significa respeitar tanto o depoente quanto os sentimentos do jornalista, que também tem o direito de sentir, de ter dúvida quando está produzindo a sua reportagem. Dessa forma, acredita-se na ideia de que as emissoras que se dedicam à veiculação de matérias referentes ao contexto local têm a possibilidade de recobrir tal realidade com mais profundidade, apostando em um jornalismo afetivo atento aos limites do uso do mesmo durante a construção de uma reportagem.

Referencias Bibliográficas

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002;
BARTHES, Roland. **Como viver junto: simulações romanescas de alguns espaços cotidianos**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.



- BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. **TV regional: trajetórias e perspectivas**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2001;
- CALLIGARO, Donesca. **TVs Universitárias: um panorama das emissoras no Rio Grande do Sul**. Disponível em < <http://www.openthesis.org>>. Acesso em maio 2011;
- COUTINHO, Iluska. **Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento** (p. 91-107). In: A sociedade do Telejornalismo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. 127 p.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- MAGALHÃES, Cláudio. **Manual para uma TV Universitária**. Belo Horizonte: Ed. Autêntica, 2002;
- MEDINA, Cremilda. **Entrevista: O diálogo possível**. São Paulo: Ática, 2000;
- PUHL, Paula Regina. **O viver junto no Programa Profissão Repórter: o afeto na Construção da Reportagem Televisiva**. Rio de Janeiro: Revista Eco-Pós, Vol 13, n.2, 2010. Acesso disponível em: <http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php/revista/article/view/325/0>
- RAMALHO, Alzimar Rodrigues. **O perfil da TV universitária e uma proposta de programação interativa**. Disponível em < <http://www.teses.usp.br>>. Acesso em junho 2011.
- TEIXEIRA, Rodrigo. História da TV Feevale. Novo Hamburgo, 02 jun. 2011. Entrevista concedida a Aline Streck Donato.
- TV universitária: uma televisão diferente**. Disponível em: <<http://www.abtu.org.br>>. Acesso em maio 2011;
- UNESCO, **Pesquisa: A TV Universitária no Brasil**. Unesco, 2004. Disponível em <www.unesco.org.br>. Acesso em junho 2011;
- VIZEU, Alfredo Pereira Júnior (org). **A sociedade do Telejornalismo**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2008.
- VIZEU, Alfredo Pereira Júnior; CORREIA, João Carlos. **A Construção do Real no Telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência**. In: A Sociedade do Telejornalismo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.