



Factualidade e serviço no telejornalismo da TV Guairacá¹

Ariane PEREIRA²

Luciana GRANDE³

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava/PR

RESUMO

A TV Guairacá é a única emissora aberta do município de Guarapuava e existe há mais de 10 anos. Ela pertence à maior empresa de Comunicação do Paraná (RPC) que é afiliada da maior rede de televisão do país (a TV Globo). Além disso, essa emissora é a menor e mais nova das filiais da RPC. Esse artigo tem por objetivo fazer uma análise quantitativa das notícias veiculadas em oito telejornais produzidos pela TV Guairacá, classificando-as em *softnews*, *hardnews*, factuais, não factuais e de serviço, a fim de delinear a linha editorial e a identidade desse telejornal perante o público ao qual se destina.

PALAVRAS-CHAVE: telejornalismo, *soft news*, *hard news*, jornalismo de serviço, TV Guairacá.

Muitas cores e formas de notícias

Os telejornais diários, em geral, possuem um modelo semelhante e convencional no que diz respeito ao formato. No entanto, o que os difere, além da estética, são a abrangência (internacional, nacional ou local) e os conteúdos vinculados. Alguns são notadamente voltados para temas “leves”, como comportamento ou cotidiano, enquanto outros têm grande parcela das pautas de cunho social, político ou investigativo, isto é, assuntos mais “pesados” e “quentes”. Há uma grande variedade de gêneros jornalísticos presentes na programação. Esse aspecto costuma variar de acordo com a audiência, o público, a estrutura e a proposta editorial desses telejornais.

É óbvio que, na maioria das vezes, há temas de naturezas variadas em uma mesma seleção diária de pautas. Porém, alguns gêneros se repetem com maior frequência, o que acaba por moldar a relação deles com o público a quem se destinam e,

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

² Jornalista, mestre em Letras, doutoranda em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). É professora efetiva do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO), em Guarapuava/Paraná, líder do Grupo de Pesquisa Conversas Latinas em Comunicação e autora de “Rota 66 em revista: as resistências no discurso do livro-reportagem” (Editora Unicentro, 2011) e co-organizadora de coletâneas como “Recortes Brasileiros de Ativismo Midiático” (Editora Unicentro, 2010). e-mail: ariane_carla@uol.com.br

³ Acadêmica de Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro) e bolsista de Iniciação Científica do CNPQ – lucianagrande_@hotmail.com



dessa forma, constroem uma identidade sobre si e sobre a população, que se configura como substrato das produções.

Em “Gêneros e Formatos da Televisão Brasileira”, José Carlos Aronchi de Souza utiliza uma citação de José Marques de Melo para discorrer sobre a multiplicidade dos gêneros jornalísticos na cultura brasileira:

O jornalismo brasileiro tem uma fisionomia entrecortada por múltiplas diretrizes, algumas convivendo contraditoriamente no estilo que nos trouxeram os portugueses, outras que nos chegaram através dos processos de comunicação intercultural implícitos nos movimentos migratórios, e também aquelas que emergiram de situações de dependência tecnológica e econômica, que incluem no seu bojo alterações simbólicas fundamentais [...]. Compreender os gêneros jornalísticos significa, portanto, estabelecer comparações, buscar identidades, indagar procedências. (ARONCHI, 2004, p. 150)

Essa pesquisa tem como propósito analisar as espécies dos conteúdos informativos veiculados pelo telejornal diário produzido pela TV Guairacá, que tem sede em Guarapuava, Paraná, sendo ela a única emissora aberta da região, filial da Rede Paranaense de Comunicação (RPC), que é, por sua vez, afiliada da Rede Globo. Esse telejornal atualmente ocupa dois blocos do Paraná TV 2ª Edição (no período da noite) e é transmitido para cerca de 30 municípios. Até outubro de 2009, ele possuía apenas um bloco de aproximadamente seis minutos. Depois dessa data o tempo de exibição dobrou e, dos telejornais analisados, apenas os dois últimos contam com dois blocos.

A análise propõe uma classificação dos assuntos veiculados em oito telejornais da TV Guairacá a partir de 2004, o que totaliza um por ano (quantidade concedida pela própria emissora para a pesquisa, diretamente do seu arquivo, visto que esses telejornais não se encontram disponíveis *on-line*). Sendo assim, os temas foram classificados de acordo com os seguintes gêneros de notícia: *soft news* (factuais e não factuais), *hard news* (factuais e não factuais) e de serviço, que serão explicados mais detalhadamente na sequência.

Definições teóricas

As notícias podem ser classificadas de acordo com o seu objetivo perante o público, seu teor e, ainda, conforme a factualidade que apresentam. Dentro das pautas selecionadas para uma mesma edição de um telejornal, pode haver vários gêneros noticiosos.



No que diz respeito ao conceito de *soft news*, Jorge Pedro de Sousa, em “Teorias da Notícia e do Jornalismo”, entende como “notícias ‘brandas’, referentes a ocorrências sem grande importância e que, geralmente, são armazenadas e apenas difundidas quando tal é conveniente para a organização noticiosa” (SOUSA, 2002, p.26). Ou seja, são informações com temas menos relevantes socialmente, que possuem uma liberdade maior no que se refere à narrativa e tornam mais próximos do público os assuntos referentes ao cotidiano imediato. Como exemplos, podem ser citadas notícias sobre comportamento, esporte, cultura e entretenimento.

As *hard news*, contudo, são notícias mais incisivas, que dizem respeito a acontecimentos que interessam ao público e possuem relevância social. Seu formato tende a ser mais objetivo e imparcial, uma vez que os aspectos subjetivos da notícia geralmente são excluídos. Exemplos desse modelo são temas como saúde, segurança, denúncias sociais, política, educação, etc. Ao citar os estudos de Gaye Tuchman (1978), Bruna Brokonski e Leonardo Medeiros Barreta, no artigo “Debate público ou entretenimento: a visibilidade de *hard* e *soft news* nas primeiras páginas do JM e DC”, estabelecem algumas diferenças básicas entre essas duas espécies de notícias.

No que diz respeito ao conteúdo, as *hard news* tratam de temas relevantes para o interesse público. As *soft news* abordam assuntos com apelo humano. Quanto ao formato, as *hard* são construídas a partir do modelo tradicional de texto jornalístico objetivo. As *soft* apresentam maior liberdade criativa no texto. (BARRETA e BRONOSKI, 2009, p.02)

Sousa estabelece, ainda, mais duas subdivisões para os gêneros de notícia, de acordo com a sua factualidade:

As *hot news*, notícias “quentes”, seriam aquelas que, sendo *hard news*, se reportam a acontecimentos muito recentes. As *spot news* são as notícias que dizem respeito a acontecimentos imprevistos. Finalmente, as *running stories* são notícias em desenvolvimento. (SOUSA, 2002, p.26)

Outra categoria de notícias utilizada na análise dos telejornais da TV Guairacá é a de serviço, também chamada de utilitária por alguns autores. De acordo com Tyciane Viana Vaz, no artigo “Jornalismo de Serviço: as espécies utilitárias como gênero na mídia brasileira”, esse modelo de notícia tem como objetivo primordial transmitir ao público uma informação que ele necessita ou pode ser útil a ele em algum momento. No entanto, é importante ressaltar que, em alguns casos, esse tipo de material jornalístico



acaba se enquadrando em aspectos da publicidade, o que pode acabar induzindo o receptor a consumir determinados bens.

Conforme sugere a análise dos telejornais da Rede Globo, elaborada por Ana Carolina Temer (*apud* VAZ, 2008), as matérias de serviço possuem características pedagógicas, além de cumprirem as reais necessidades da comunicação. Essa espécie de jornalismo possui, também, uma função orientadora, uma vez que pode direcionar a formação do comportamento do público, principalmente para aqueles que não têm acesso à informação através das instituições de ensino ou pelos meios de comunicação pública. Isso ocorre porque boa parte das pessoas que lêem um jornal, ouvem um programa jornalístico de rádio ou assistem um telejornal procuram por informações que possam ser úteis para a sua vida de alguma forma. “De fato, este tipo de jornalismo pode ser visto como uma consequência natural do jornalismo enquanto responsabilidade social, uma vez que oferece opções, propostas, soluções e variados tipos de informações úteis para se enfrentar a vida cotidiana” (TEMER, 2001, p.135).

Do ponto de vista de Alberto Dines (*apud* VAZ, 2008) o jornalismo de serviço já está naturalmente contido nos jornais diários, já que “o jornal, pela sua periodicidade diária, é o melhor instrumento para o fornecimento desse material utilitário, o serviço, que vai tornar a existência, na sociedade organizada, possível e mais fácil” (DINES *apud* VAZ, 2008, p.06). Entretanto, o autor atenta para o tamanho do espaço destinado a ele, já que outras categorias de notícia socialmente relevantes acabam sendo substituídas. “Compensa gastar duas ou três páginas inteiras com a relação dos aprovados no vestibular? Vale desperdiçar um precioso espaço publicando a lista de postos de vacinação contra a pólio ou as farmácias de plantão, as feiras livres, etc?” (*apud* VAZ, 2008). Embora os estudos de Dines tenham o foco voltado aos jornais impressos, essas ideias podem ser perfeitamente aplicadas aos telejornais, visto que sua periodicidade também é diária.

Em relação à factualidade das notícias a classificação pode ser feita entre factuais e não factuais. Como a própria denominação já sugere, a primeira se refere a fatos muito recentes, as chamadas pautas “quentes”, enquanto a segunda diz respeito a informações “frias”, isto é, que podem ser divulgadas em qualquer momento sem que percam a validade.

Todos os gêneros de notícia mencionados serão utilizados para elaborar a análise que se segue.

Um breve histórico

A TV Guairacá foi oficialmente inaugurada em novembro de 2000 e, desde então, passou por uma série de dificuldades. Isso se deve ao fato, principalmente, de ela ser a mais nova e a menor das filiais da RPC, mesmo sendo responsável, desde a sua criação, pela maior área de cobertura em extensão territorial. Conhecer a sua trajetória é importante para compreensão da análise dos telejornais que produz.

Sua história pode ser didaticamente resumida em três momentos distintos. O primeiro (de 2000 a 2002), foi bastante difícil para a equipe, já que a estrutura física da emissora era bastante precária. De acordo com o primeiro chefe de redação da TV Guairacá, Adailton Bittencourt, não havia sequer um estúdio apropriado para a produção dos telejornais. Por isso, durante todo esse período, os telejornais não eram apresentados ao vivo, mas sim gravados algum tempo antes de irem ao ar para evitar maiores problemas.

Não havia um estúdio de verdade. A gravação do telejornal era feita onde atualmente funciona uma sala de reuniões. Era um espaço com paredes de madeira. Por isso, às vezes, aconteciam imprevistos como vazar barulho de chuva, carros e até mesmo do mugido de vacas da chácara ao lado, no meio da gravação. (BITTENCOURT, 2010, entrevista concedida a autora)

Em razão dessa precariedade estrutural, no segundo semestre de 2002 houve uma pausa na produção diária de telejornais até que a sede passasse por uma reforma e se adequasse às necessidades de trabalho. Nesse período, portanto, a TV Guairacá se tornou sucursal da TV Esplanada, em Ponta Grossa. A equipe foi dividida e, os poucos que permaneceram em Guarapuava, continuaram produzindo materiais. Estes, entretanto, eram enviados “brutos” para a Esplanada (por meio de ônibus, já que naquela época a gravação de imagens era feita com fitas) e lá eram editados. Porém, a frequência de exibição das notícias produzidas pela equipe guarapuavana não era muito alta, o que deixava os anunciantes da TV Guairacá e os telespectadores, de uma maneira geral, bastante descontentes.

Por essa razão, em 2004 o processo de reestruturação da emissora já havia sido concluído. Havia um novo estúdio apropriado, equipamentos modernos e de boa qualidade, além de uma equipe mais completa. Desde então, a TV Guairacá se consolidou e não houve mais pausas na produção diária de telejornais para a região. Em

abril desse mesmo ano foi ao ar o primeiro telejornal dessa nova fase e é a partir deste que a análise dessa pesquisa será feita, haja vista que os materiais anteriores a esta data não se encontram disponíveis nos arquivos da emissora. O chefe de redação que coordenou a equipe nessa época, José Nascimento, comenta tanto a equipe da emissora quanto os telespectadores estavam ansiosos para a reestréia.

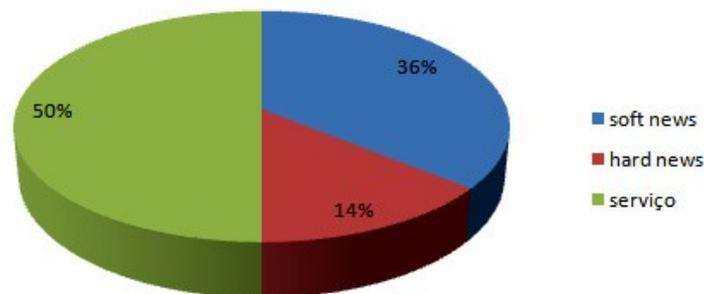
A cidade esperava muito ter uma emissora de TV mais completa, com jornalismo local. Onde a gente ia as pessoas perguntavam quando o jornal ia pro ar. A população se identifica com o veículo de comunicação, fazendo dele um representante, um porta-voz, o que é muito interessante e aumenta a responsabilidade dos profissionais. (NASCIMENTO, 2010, entrevista concedida a autora)

A análise

A partir da avaliação quantitativa dos conteúdos veiculados em oito telejornais da TV Guairacá (de abril de 2004, dezembro de 2005, março de 2006, março de 2007, março de 2008, outubro de 2009, agosto de 2010 e março de 2011), no que se refere aos gêneros de notícia, pretende-se analisar quais são as espécies que predominam e de que forma isso constrói a identidade desse telejornal local perante o público.

Nos telejornais analisados foram somadas 50 notícias no total, considerando todos os formatos presentes: nota pelada, nota coberta, VT, link e lapada.

Gráfico 01: percentual de *soft news*, *hard news* e notícias de serviço



Em um primeiro momento, foi avaliado o volume percentual (em relação à quantidade, não ao tempo de exibição) de notícias de serviço, *soft news* e *hard news*, como apresenta o gráfico.



A partir desses dados, nota-se que as notícias de cunho utilitário são claramente predominantes na programação, visto que ocupam exatamente metade do volume total de notícias no telejornal. Exemplos desse tipo de informação veiculada na TV Guairacá são inscrições para concursos públicos, divulgação de eventos que vão ocorrer na cidade (fornecendo dados como horários e valores), avisos sobre regiões que vão permanecer sem água ou energia por algum período do dia, formas de doações para creches, entre muitos outros.

Como já mencionado anteriormente, são notícias que se enquadram no gênero de jornalismo de serviço, ou seja, têm como principal objetivo fornecer informações e dados que possam ser úteis para o telespectador de alguma forma. Ao mesmo tempo, não são socialmente relevantes e, por essa razão, pode-se considerá-las como notícias mais “fáceis” de serem produzidas e divulgadas (ao contrário, por exemplo, de assuntos como crimes ou denúncias políticas). Contudo, ainda de acordo com Tyciane Viana Vaz, esse gênero utilitário pode ser compreendido como uma forma de promover o bem comum, visto que se enquadra dentro das características do próprio jornalismo como um todo.

Enxerga-se o jornalismo como um processo comunicativo social que envolve informação, orientação, educação e diversão. (...) No papel de orientadores, os meios de comunicação de massa funcionam como suporte esclarecedor, conselheiro e útil, principalmente numa era em que há muita informação e pouco tempo por parte do receptor. (VAZ, 2008, p.02)

Portanto, não se pode condenar a divulgação de informações dessa espécie, pelo contrário, já que elas são uma forma de orientar o público. Por outro lado, o espaço destinado às notícias de serviço é muito grande, o que pode prejudicar a imagem do telejornal perante o seu público, haja vista que este, na maioria das vezes, busca principalmente por informações com certa relevância social, geralmente da categoria das *hard news*.

Estas últimas, por sua vez, ocupam o menor volume percentual de notícias na programação, totalizando apenas 14%. É importante ressaltar que, nesse gráfico, foram englobadas *hard news* tanto de caráter factual quanto não factual, visto que nem todas elas são, necessariamente, notícias que dizem respeito a um acontecimento “quente”, do dia corrente. Algumas se enquadram nas características dessa categoria, mas não são factuais. Um exemplo desse tipo de informação, veiculada em um telejornal de março

de 2007, foi uma nota coberta sobre a insatisfação dos moradores guarapuavanos frente à poluição da água no Parque do Lago.

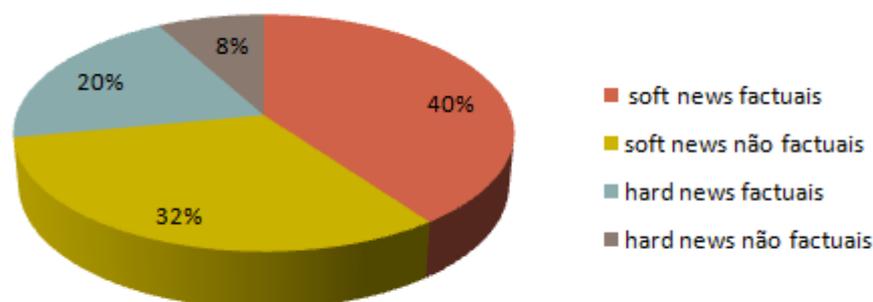
Já as *soft news*, factuais e não factuais, ocupam um espaço bem mais significativo do que as *hard* na seleção de pautas do telejornal da TV Guairacá, totalizando 36%. Somando-se os percentuais das notícias de serviço às *soft news*, tem-se um total de 86%, o que demonstra a predominância de informações mais “leves” e com temas que se aproximam mais do cotidiano imediato do público. Exemplo disso é uma notícia exibida como VT em outubro de 2009 sobre um projeto nas escolas públicas de Guarapuava que possibilita aula gratuita de balé para as crianças (informação que se enquadra como *soft new* não factual).

Vera França, em seu artigo publicado no livro “A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo”, comenta sobre essa tendência à temas de utilidade pública e cotidianos nos telejornais.

A televisão reflete e responde a tendência de retorno ao próximo e à necessidade de segurança. Sobretudo no âmbito dos telejornais, cresce o enfoque da realidade cotidiana, da vida de todos os dias, do entorno, das práticas comunitárias. (...) O cotidiano, este lugar dos hábitos consolidados e também da imprevisibilidade; lugar de vivência, onde somos passíveis de ser atingidos de forma mais direta pelos acontecimentos, ganha prioridade. (FRANÇA In: FREIRE FILHO (Org.), 2009, p.37 e 38)

A própria TV Guairacá, em seu telejornal de reestréia (que foi ao ar em abril de 2004), define sua linha editorial dizendo, por meio da então apresentadora Miriane Mucciato, “nosso foco á a notícia, o jornalismo comunitário, a prestação de serviços”.

Gráfico 02: percentual de *soft* e *hard news* factuais e não factuais



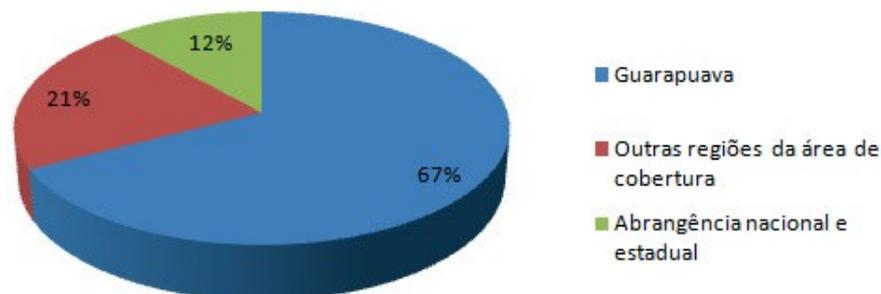
Sob outra perspectiva de análise, levando-se em conta a factualidade das *hard* e *soft news* exibidas nos oito telejornais avaliados e desconsiderando as informações de serviço, é possível estabelecer outras conclusões, como apresenta o gráfico acima.

Ao analisá-lo, nota-se que há certa predominância de notícias factuais, visto que, sem considerar se são *soft* ou *hard news*, tem-se o valor percentual de 60% de factuais e 40% não factuais (embora a diferença seja apenas de 10%). No entanto, a maior parte dessas informações “quentes” se caracteriza como *soft news*, ou seja, não abordam temas que possuem relevância social e, portanto, são relativamente mais fáceis de serem produzidas. Exemplo disso são notícias sobre o resultado de jogos dos times da região ou demais eventos esportivos (temas que estão inseridos na programação quase todos os dias).

Já as *hard news* factuais, que se enquadram como *hot news*, de acordo com a definição de Sousa (2002), ocupam apenas 20% do volume de notícias nos telejornais analisados. Estas tratam de assuntos socialmente relevantes e decorrentes do dia em que foi exibido o telejornal. Como exemplos desse tipo de informação há uma notícia exibida em março de 2008 e outra em agosto de 2010. A primeira, no formato de VT, referia-se a uma operação da Polícia Militar que ocorreu naquele mesmo dia, em Guarapuava, que visava revistar todos os carros que passavam por uma avenida da cidade, a fim de apreender armas e drogas. Depois, havia uma nota pé informando o que foi apreendido pela PM. A segunda, exibida como nota pelada, informava que, naquele dia, seis homens armados fizeram uma família guarapuavana refém para roubá-la. Em seguida, havia uma lapada sobre outra notícia decorrente do dia com o mesmo tema: um assalto nos Correios do município de Nova Laranjeiras. É importante ressaltar que grande parte das informações dessa espécie são veiculadas como notas peladas no jornalismo da TV Guairacá, o formato mais simples dentro de um telejornal, em que o apresentador apenas narra o fato sem que haja a exibição de imagens ou outros dados.

Por fim, as *soft news* não factuais, o formato mais leve de notícias, ocupam parcela considerável na programação, totalizando 32%. Estas podem, também, ser chamadas matérias “de gaveta”, uma vez que, além de não tratarem de assuntos de relevância social, podem ser exibidas no momento em que for mais conveniente, já que possuem um grande “prazo de validade”. Exemplo desse tipo de material foi exibido como VT em dezembro de 2005 e tratava sobre a história da Catedral de Guarapuava.

Gráfico 03: percentual de informações sobre Guarapuava, demais municípios da área de cobertura da emissora e de abrangência estadual ou nacional



O último gráfico confeccionado para a análise considera o volume percentual de notícias sobre fatos ocorridos em Guarapuava, nas outras localidades da área de cobertura da TV Guairacá e também informações que não possuem abrangência somente local.

Ao considerar as informações contidas nesse gráfico, nota-se claramente a predominância de notícias sobre a cidade sede da TV Guairacá, que ocupam 67% do volume total nos oito telejornais analisados, levando-se em consideração todas as categorias de notícias já mencionadas (*soft news*, *hard news* e utilitárias). Até mesmo a previsão do tempo tem foco apenas em Guarapuava que, de fato, é maior cidade da região, mas existem outras de relevância, como Prudentópolis, Irati e União da Vitória. Estas, por sua vez, juntamente com as demais localidades incluídas na cobertura da emissora, ocupam 21% do espaço nos telejornais.

As informações que ocupam um volume de 12%, como mostra o gráfico, correspondem a notícias de cunho utilitário que podem interessar tanto aos telespectadores de Guarapuava e região, como outros de todo o estado ou do país, mesmo se tratando de um telejornal local. Exemplos disso são as seguintes informações exibidas nos telejornais de março de 2006 e março de 2007, respectivamente: prorrogação do prazo de pedidos de financiamento da Caixa Econômica Federal e a abertura das inscrições da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), sendo que essas duas universidades não estão localizadas em municípios integrantes da cobertura da TV Guairacá.

É necessário salientar que, dos oito telejornais cedidos pela própria emissora para essa pesquisa, dois são especiais. Um deles tem como tema principal o aniversário de Guarapuava, em dezembro de 2005, e o outro foi exibido ao vivo diretamente da Exposição Feira Agropecuária e Industrial de Guarapuava (Expoguá), um evento bastante significativo para o município, em agosto de 2010.

Ao considerar esses dois telejornais, nota-se que a emissora se preocupa em apresentar ao público, em casos específicos, uma proposta editorial diferenciada, que agrade e fuja das temáticas e modelos convencionais. Ao mesmo tempo, quando isso ocorre, os temas remetem à Guarapuava.

Essa tendência a noticiar com maior frequência assuntos sobre a cidade sede da emissora pode ser justificada pela estrutura pequena da TV Guairacá, visto que, como já explicado, trata-se da menor filial da RPC, mesmo sendo responsável pela maior área de cobertura em extensão territorial. Por essa razão, muitas vezes, é difícil enviar uma equipe de reportagem para os municípios mais distantes, até porque a equipe de redação como um todo conta apenas com 12 pessoas. A viagem para União da Vitória, por exemplo, leva seis horas (considerando ida e volta), tanto é que, de acordo com o atual chefe de redação da TV Guairacá, Marçal Jordan, uma das metas da emissora é ter uma equipe fixa nesse local.

Guarapuava tem um destaque maior nos telejornais da TV Guairacá por se tratar da maior cidade da área de cobertura, gerar mais pautas e também pela questão logística. Mas a nossa intenção é trazer cada vez mais as notícias das cidades importantes da nossa área de cobertura para o telejornal. (JORDAN, 2010, entrevista concedida a autora)

Conclusões

Ao analisar os conteúdos veiculados no telejornal diário produzido pela TV Guairacá foi possível estabelecer algumas características predominantes acerca do mesmo, ou seja, projetar a identidade que possui perante seus telespectadores.

A primeira delas é que as notícias que se enquadram no gênero de jornalismo de serviço são predominantes no que se refere ao volume total de notícias diárias (ocupam exatamente metade do espaço percentual dos telejornais avaliados). Isso demonstra uma preocupação em fornecer informações que possam ser úteis para o público de alguma maneira. Tyciane Viana Vaz, ao citar os estudos de Maria Pilar Diezhandino (1994), discorre sobre esse aspecto orientador do jornalismo utilitário.

Diezhandino (1994) diz que o jornalismo de serviço faz da informação um instrumento útil para a vida diária. Assim considera que esse tipo de jornalismo pode ser considerado como uma necessidade pessoal das pessoas, que irão aplicar essas informações em alguma atitude que possam tomar. Dessa forma, diz que o jornalismo utilitário leva o receptor a uma possibilidade de ação e reação. (VAZ, 2008, p.10)

Isso fica ainda mais evidente ao se considerar as notas peladas gravadas e exibidas após o término do telejornal, no período noturno, sempre com informações utilitárias (como cursos no SESC ou apresentações teatrais na cidade). Geralmente vão ao ar duas ou três notas desse tipo no decorrer da programação da RPC.

Outra característica percebida (ao desconsiderar as informações de serviço) é a predominância de notícias factuais e *soft news*. De uma forma ainda mais específica, há uma frequência maior de *soft news* factuais. Isso demonstra certa preocupação em noticiar acontecimentos decorrentes do dia, mas que, ao mesmo tempo, não abordam temas socialmente relevantes (como é o caso dos conteúdos que se enquadram na categoria *hard news*, que ocupam um espaço bem menor nos oito telejornais analisados).

É importante levar em conta que o telejornal vai ao ar as 19h30 (2ª edição do Paraná TV). Ou seja, teoricamente deveria fazer um resumo dos acontecimentos do dia, ao contrário do que ocorre com telejornais que são exibidos no período da manhã ou do almoço, por exemplo. Mesmo assim, dedica-se, principalmente, a reportagens de cunho utilitário e *soft news*.

Nota-se, ainda, a inserção de notícias especificamente sobre Guarapuava com muito mais frequência do que informações a respeito das outras regiões que fazem parte da área de cobertura da TV Guairacá. Esse fato, contudo, pode ser justificado pela estrutura pequena da emissora (a menor filial da RPC), que não tem suporte suficiente para atender à elevada demanda de pautas na região.

Em suma, foi possível perceber, a partir da análise do material exibido pelas oito edições fornecidas pela emissora, que o telejornal ostenta uma postura editorial pouco contundente frente ao público, com temas não muito incisivos. Essa pesquisa, por sua vez, é importante não apenas sob a ótica da instituição em questão, mas também de todas as pessoas que estão ligadas a ela de alguma forma, visto que essa emissora atua na construção e armazenamento das imagens e histórias do dia-a-dia da região que integra.



Referências

BARRETA, Leonardo M., BRONOSKI, Bruna e CERVI, Emerson U. *Debate público ou entretenimento: a visibilidade de hard e soft news nas primeiras páginas do JM e DC*. In: Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, 2010, disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1620-1.pdf>, acesso em 22/06/2011.

BITTENCOURT, Adailton. Entrevista a autora em 26/10/2010

FRANÇA, Vera V. In: FREIRE FILHO, João (Org.). *A TV em transição*. Porto Alegre: Sulina, 2009, p.27-52.

JORDAN, Marçal. Entrevista a autora em 13/10/2010

NASCIMENTO, José. Entrevista a autora em 03/11/2010

SOUSA, Jorge Pedro de. *Teorias da notícia e do jornalismo*. Argos, Chapecó, 2002

SOUZA, José Carlos A. *Gêneros e formatos na televisão brasileira*. São Paulo, Summus, 2004

VAZ, Tyciane V. *Jornalismo de Serviço: as espécies utilitárias como gênero na mídia brasileira*. In: Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal, 2008, disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0482-1.pdf>, acesso em 22/06/2011