

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

ANDERSON LUÍS DE VARGAS SILVA

**AFINAL, O QUE A CLASSE MÉDIA QUER VER NO JORNAL DO ALMOÇO?
UM ESTUDO DE RECEPÇÃO JUNTO A TELESPECTADORES GAÚCHOS**

Porto Alegre
2013

ANDERSON LUÍS DE VARGAS SILVA

**AFINAL, O QUE A CLASSE MÉDIA QUER VER NO JORNAL DO ALMOÇO?
UM ESTUDO DE RECEPÇÃO JUNTO A TELESPECTADORES GAÚCHOS**

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação social, pelo programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof.^a Dra. Ana Carolina D. Escosteguy

Porto Alegre
2013

ANDERSON LUÍS DE VARGAS SILVA

**AFINAL, O QUE A CLASSE MÉDIA QUER VER NO JORNAL DO ALMOÇO?
UM ESTUDO DE RECEPÇÃO JUNTO A TELESPECTADORES GAÚCHOS.**

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação Social, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovado em: ____ de _____ de 2013.

BANCA EXAMINADORA:

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Ana Carolina Escosteguy – PUCRS

Prof.^a Dr.^a Cristiane Freitas Gutfreind – PUCRS

Prof.^a Dr.^a Fabiana Piccinin – UNISC

Porto Alegre
2013

AGRADECIMENTOS

À minha esposa Anelise, pela paciência e encorajamento nos momentos mais difíceis.

Ao meu filho Tiago, que dá cada vez mais sentido para o meu existir.

Aos meus pais, pelo caminho que me ensinaram a seguir.

À minha tia Ceres, a Dadá, pela dedicação.

À minha avó Vilda, pelo carinho.

Ao meu irmão Everson, pelos anos de lutas e recompensas que passamos juntos.

Aos mestres e colegas Daniela, Letícia e Sílvio, pelo ensino do caminho das pedras.

Aos colegas do “balcãozinho” do núcleo da Globo, Melissa, Fabiana, Luciana e Jefferson, pela compreensão e a ajuda nas saídas para assistir às aulas.

Ao Gérson Cruz, Eurico Meira e Cezar Freitas, pela crença em mim.

À minha primeira professora do mestrado Cristiane Gutfreind, pelo incentivo.

Aos 55 entrevistados que possibilitaram essa dissertação e ao editor-chefe do Jornal do Almoço, que sempre colaborou com a investigação.

À minha orientadora Ana Carolina Escosteguy, o meu muito obrigado pela ajuda, pela paciência e por não me deixar esmorecer. E, principalmente, pelo “sim” quando me aceitou como orientando.

Jornalismo é contar uma história com uma finalidade. A finalidade é fornecer às pessoas a informação que precisam para entender o mundo. O primeiro desafio é encontrar a informação que as pessoas precisam para tocar suas vidas. O segundo desafio é tornar essa informação significativa, relevante e envolvente.

(Kovach e Rosenstiel, 2003, p. 226)

RESUMO

Esta pesquisa possui como objetivo geral investigar como integrantes da classe média, categoria econômica e social que mais cresceu nos últimos anos no Brasil, veem o Jornal do Almoço da RBS TV e o que querem assistir neste programa. A partir de uma observação da história e da produção do JA, de aplicação de questionário socioeconômico a telespectadores do programa, de acompanhamento do programa por uma semana junto aos informantes e de imersão no cotidiano dos mesmos, mediante pesquisa em profundidade, foi possível compreender como integrantes da classe média (C) veem e também o que querem ver ao meio-dia na TV, especificamente no Jornal do Almoço da RBS TV. Investigamos, assim, o “ritual” que compõe o assistir ao Jornal do Almoço, analisando os hábitos e costumes de nossos entrevistados, as suas preferências e opiniões, e observando o local da televisão na casa, quais as companhias no momento da recepção, a atenção dispensada ao programa, as atividades paralelas e as respectivas reações dos telespectadores. Tudo isso frente às mudanças operadas no telejornal em 2010, com base num “plano de ação” da RBS, que transformou o programa em um espaço de notícias e entretenimento. A ênfase diz respeito aos rituais cotidianos de assistência do telejornal; por essa razão, toma-se os Estudos Culturais como perspectiva de abordagem, adotando-se como modelo teórico-metodológico a teoria das mediações culturais: em especial, *institucionalidade*, *tecnicidade* e *ritualidade*, de Jesús Martín-Barbero (2009). De modo geral, a pesquisa conclui que a classe média gosta de notícias e quer estar sempre bem informada sobre tudo o que acontece, entretanto, considera que o programa do meio-dia da RBS é muito voltado para as classes mais populares (D e E). Sendo assim, é possível afirmar que o conteúdo produzido, depois das mudanças feitas no Jornal do Almoço, ainda não conseguiu conquistar e ajustar-se a esse estrato econômico — classe média — que forma a base de sua audiência.

PALAVRAS-CHAVE: Jornal do Almoço, Classe Média, Institucionalidade, Tecnicidade e Ritualidade.

ABSTRACT

The present study investigates how the middle classes - the social strata that have shown the most growth in numbers in Brazil in the past few years - think of *Jornal do Almoço*, the most traditional TV news program in southern Brazil, produced by RBS TV. We researched the history and the production of the show that has been aired at noon for more than 40 years now. Social and economical questionnaires were conducted with the viewers as well as comprehensive surveys to assess what they want to watch in midday TV, specially in *Jornal do Almoço*. By analyzing habits, costumes, preferences and opinions of these viewers, we investigated the “ritual” of watching *Jornal do Almoço*. Details like where the TV set was placed in the house, parallel activities taken while the show was on and the viewers reactions to what was presented were also taken into account. These observations were confronted with the changes in the program, implemented from 2010, as part of “RBS’s plan of action” which made *Jornal do Almoço* into a more news and entertainment oriented attraction. To emphasize the daily ritual of watching the program, we adopted the Media and Cultural Theory as a model, specially de Institutionalidade, tecnicidade and ritualidade by Jesús Marin-Barbero (2009). In general, our study shows that the middle classes are interested in news and want to keep themselves up to date, even though they consider that the program is primarily aimed at more popular classes than their own, i.e. classes D and E. Thus, it would be possible to ascertain that the content of *Jornal do Almoço*, even after the changes it went through, is still somehow disconnected with the middle class proper - which is the foundation of its audience.

KEY WORDS: *Jornal do Almoço*, middle class, Institutionalidade, tecnicidade, ritualidade

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Mapa das mediações.....	22
Figura 2 – Antiga logomarca do JA.....	57
Figura 3 – Nova logomarca do JA.....	58
Figura 4 – Cristina Ranzolin e Carla Fachim.....	61
Figura 5 – Paulo Brito e Alice Bastos Neves.....	61
Figura 6 – Carolina Bahia e Lasier Martins.....	62
Figura 7 – Antigo cenário com bancada.....	64
Figura 8 – Período de transição com apresentadoras em pé no antigo cenário.....	65
Figura 9 – Projeção do novo cenário.....	65
Figura 10 – Projeção do novo cenário – Entrevistas.....	66
Figura 11 – Cristina Ranzolin no novo cenário I.....	66
Figura 12 – Cristina Ranzolin no novo cenário II.....	67
Figura 13 e 14 – Televisor na cozinha e na sala de Caio e Débora.....	133
Figura 15 – Televisor na sala de Davi e Cloé.....	134
Figura 16 – Televisor da casa de Sálmana e Silas.....	135
Figura 17 – Televisor da casa de Diná.....	136
Figura 18 – Televisão do quarto de Rubem.....	137
Figura 19 – Televisão da sala de Rubem.....	137
Figura 20 – Televisor na cozinha da casa de Gade.....	138

LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS

Tabela e gráficos 1 – Perfil dos telespectadores JA.....	36
Gráfico 2 – Classes sociais.....	39
Tabela 2 – Análise dos temas do JA.....	78
Tabela 3 – Audiência das emissoras RS.....	96
Gráfico 3 – Audiência do JA.....	97
Gráfico 4 – <i>Share</i> do Jornal do Almoço.....	97
Tabela 4 – Audiência 2008-2012.....	98
Gráfico 5 – Audiência 2008-2012.....	99
Gráfico 6 – <i>Share</i> 2008-2012.....	99
Tabela 5 – Sexo.....	102
Tabela 6 – Idade.....	102
Tabela 7 – Estado civil.....	103
Tabela 8 – Moradia.....	103
Tabela 9 – Imóvel.....	103
Tabela 10 – Sustento da casa.....	104
Tabela 11 – Escolaridade	104
Tabela 12 – Classe social.....	105
Tabela 13 – Renda.....	105
Tabela 14 – Reportagens e classe média.....	107
Tabela 15 – Aprendizado.....	108
Tabela 16 – Representação da classe social.....	109
Tabela 17 – Gostar do JA.....	110
Tabela 18 – Horário do meio-dia.....	110
Tabela 19 – Mudanças no JA.....	112
Tabela 20 – Aprender com o JA.....	115
Tabela 21 – Rotinas.....	116
Tabela 22 – JA e bairros.....	117
Tabela 23 – Preocupação com a classe média.....	117
Tabela 24 – Fato marcante.....	118
Tabelas 25 – Acompanhamento diário do JA.....	123
Tabela 26 – JA 16/07/2012.....	124
Tabela 27 – JA 17/07/2012.....	125

Tabela 28 - JA 18/07/2012.....	126
Tabela 29 – JA 19/07/2012.....	127
Tabela 30 – JA 20/07/2012.....	128

LISTA DE SIGLAS

- ABEP** – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa
- AC** – Análise de Conteúdo
- CAGED** – Cadastro Geral de Empregados e Desempregados
- CCCS** – Centre of Contemporary Cultural Studies
- ESPM** – Escola Superior de Propaganda e Marketing
- FGV** – Fundação Getúlio Vargas
- JA** – Jornal do Almoço
- MBA** – Mestre em Administração de Negócios (*Master in Business Administration*)
- MST** – Movimento Sem-Terra
- NC** – Nota Coberta
- NP** – Nota Pelada
- OCN** – Outros Canais Nacionais
- PEA** – População Economicamente Ativa
- TLE** – Total Ligados Especial
- TP** – Teleprompter
- VT** – Vídeo Tape

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
2	OS ESTUDOS CULTURAIS.....	18
2.1	AS MEDIAÇÕES E O USO SOCIAL DOS MEIOS.....	21
2.2	A RECEPÇÃO E O JORNAL DO ALMOÇO.....	23
2.2.1	Outras pesquisas sobre o Jornal do Almoço.....	26
3	JORNAL DO ALMOÇO.....	28
3.1	A HISTÓRIA DE UM FORMATO.....	29
3.1.1	Jornal do Almoço – 40 anos.....	33
3.2	PERFIL DOS TELESPECTADORES DO JA EM 2011.....	35
3.3	O TELESPECTADOR DA CLASSE MÉDIA.....	37
3.3.1	A classe média brasileira.....	38
3.3.1.1	História da classe média no Brasil.....	43
3.3.1.2	A “nova” classe média brasileira.....	45
4	OPÇÕES METODOLÓGICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA.....	50
5	INSTITUCIONALIDADE: UM NOVO JA.....	55
5.1	PLANO DE AÇÃO.....	56
5.1.1	Logomarca	56
5.1.2	Mudanças no conteúdo.....	58
5.1.3	Apresentação	60
5.1.4	Cenário	63
5.1.5	Reportagem.....	67
5.2	COMPARATIVO ENTRE JA E RJTV 1ª EDIÇÃO.....	69
6	TECNICIDADE: O JORNAL DO ALMOÇO QUE CHEGA À CASA DOS TELESPECTADORES.....	71
6.1	PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS.....	71
6.1.1	Quem faz o Jornal do Almoço.....	76
6.2	TEMAS DO JORNAL DO ALMOÇO.....	77
6.3	EVOLUÇÃO DA AUDIÊNCIA E DO <i>SHARE</i>	94
6.3.1	A distribuição do <i>share</i> e da audiência no RS.....	98
7	RITUALIDADE: OS TELESPECTADORES DO JA.....	100
7.1	PRIMEIRA FASE – QUESTIONÁRIO SOCIOECONÔMICO.....	100
7.1.1	Perfil socioeconômico dos entrevistados.....	102
7.1.2	Rotinas e assistência do Jornal do Almoço.....	106
7.1.3	Transformações do JA.....	112

7.2	SEGUNDA FASE - ACOMPANHAMENTO DO PROGRAMA.....	120
7.2.1	Recorte do Jornal do Almoço: julho de 2012.....	121
7.3	TERCEIRA FASE – O JA NO COTIDIANO DOS ENTREVISTADOS.....	129
7.3.1	Rotina familiar e telejornal.....	130
7.3.1.1	Casa de Caio e Débora.....	131
7.3.1.2	Casa de Davi e Cloé.....	133
7.3.1.3	Casa de Sálmana e Silas.....	134
7.3.1.4	Casa de Diná.....	135
7.3.1.5	Casa de Rubem.....	137
7.3.1.6	Casa de Gade.....	138
7.3.2	As falas dos receptores da classe média.....	138
7.3.3	A opinião dos telespectadores frente à dos responsáveis pelo JA.....	147
8	CONCLUSÕES	151
	REFERÊNCIAS.....	156
	APÊNDICE A – Questionário aplicado	162
	APÊNDICE B – Roteiro de acompanhamento.....	168
	APÊNDICE C – Tabelas e gráficos do questionário aplicado.....	169
	ANEXO A – Espelhos do Jornal do Almoço – Temas do programa.....	179
	ANEXO B – Espelho do RJTV 1ª edição.....	201
	ANEXO C – Script do Jornal do Almoço.....	202
	ANEXO D – Script do RJTV 1ª edição.....	203
	ANEXO E – Espelhos do Jornal do Almoço – Semana de Acompanhamento....	204

1 INTRODUÇÃO

A televisão ainda tem a soberania sobre os telespectadores, mas já enfrenta uma disputa ferrenha com ela mesma (profusão de canais de redes de televisão e a cabo). Outra parte desse enfrentamento é com outras mídias, como a internet. A renda do brasileiro aumentou e hoje nosso país tem mais de 90 milhões de internautas¹ navegando por diversos sites e blogs em busca da informação que querem ouvir, ou, nesse caso, ler. Temos que levar em conta que os programas vistos por toda a família, atualmente, são poucos, já que a televisão passou a ser vista individualmente, principalmente no quarto. Cabe ressaltar que, mesmo assim, ela continua a ser, para muitas pessoas, a única fonte de informação e entretenimento:

É que se sabe, por outro lado, que há uma proporção muito importante de pessoas que não leem nenhum jornal; que estão devotadas de corpo e alma à televisão como fonte única de informação. A televisão tem uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população (Bourdieu, 1997, p. 23).

Reconhecemos que essa afirmação de Pierre Bourdieu é antiga, mas ela não perdeu a validade em termos do que diz. O caso brasileiro é exemplar a esse respeito. Mesmo assim, já há uma preocupação com a migração e até mesmo uma queda no número de pessoas ligadas nos programas televisivos. Para não perder audiência, as empresas de comunicação buscam diversificar a programação e chegar mais perto dos anseios de seus potenciais espectadores. Já faz algum tempo que o conteúdo da Rede Globo se enquadra nessa realidade e, por isso, que o telejornalismo, assim como séries e telenovelas, vem sofrendo alterações na forma e no conteúdo.

No caso específico do telejornal, os primórdios foram com o apresentador lendo as notícias, tendo ao fundo um cenário estático. Depois, os jornalistas passaram a ocupar uma bancada, com direito a emitir opinião, exibir *links* ao vivo e ter a participação de convidados para entrevistas no estúdio. Agora, os programas contam, principalmente no horário do meio-dia, com linguagem e ambientes informais, além de comentaristas fixos sobre assuntos da cobertura.

No Rio Grande do Sul, essa mudança, marcada pelos cada vez maiores investimentos

¹ O Brasil registrou 94,2 milhões de pessoas com acesso à internet durante o terceiro trimestre de 2012, segundo relatório divulgado pelo Ibope Media.

em tecnologias e inovações, que são ferramentas para conquistar os mercados consumidores, aconteceu principalmente no Jornal do Almoço. O programa, conhecido pela sigla JA, é o mais antigo e tradicional telejornal do sul do país, com veiculação também em Santa Catarina. Ele é exibido de segunda a sábado, geralmente com 45 minutos de produção (no sábado, o tempo de produção é menor, dependendo da grade de programação da Rede Globo). No ar desde 1972, ele sempre teve sua trajetória marcada por mudanças editoriais; um exemplo disso foi na década de 80, quando introduziu uma bancada em que todos os colunistas e apresentadores sentavam juntos, conversando de forma descontraída, em uma versão atualizada dos noticiários locais americanos. Ainda nos anos 80, em vez de quadros isolados e separados por comerciais, sem um apresentador comum, surge a dupla Maria do Carmo e Lasier Martins, improvisando conversas em meio às reportagens. Nessa época, o Jornal do Almoço foi transmitido ao vivo de cidades do interior do Estado, em praças públicas, mostrando a cultura de cada região. Desde sua origem, o programa tem seu foco voltado para as notícias de caráter local e estadual, além de variedades, agenda cultural, entrevistas e opiniões.

O Jornal do Almoço serviu de referência para a Rede Globo iniciar a criação de seus noticiários do meio-dia, que não existiam, pois o horário não era considerado nobre. Basta ver que o programa gaúcho tem 40 anos de existência, enquanto o seu similar no Rio de Janeiro, o RJTV 1ª edição, completou 30 anos. Acompanhando as mudanças ocorridas no JA em novembro de 2010, sentimo-nos curiosos e instigados a estudar os efeitos de tais mudanças junto a um grupo em franca ascensão no Brasil: a classe média, também chamada de classe C. Em nosso estudo, crucial também é entender quem é a “nova” classe média; sendo essa a terminologia usada correntemente para qualificar pessoas que ascenderam socialmente das classes D e E para a C. Adiantamos que tais termos merecem nossa atenção neste relatório, embora seu questionamento teórico não seja nosso foco, e por essa razão adotamos apenas o critério da renda das famílias para classificá-las. Atualmente, os componentes dessa categoria social tornaram-se disputadíssimos por todos os segmentos da economia brasileira; são famílias com renda entre três e dez salários mínimos e, segundo a Fundação Getúlio Vargas (2010), o grupo já corresponde à metade da população brasileira: 95 milhões de pessoas que ascenderam socialmente nos últimos anos.

Portanto, o interesse desta pesquisa é contribuir para os estudos sobre comunicação, mais especificamente os de recepção. Para isso, propomos uma investigação sobre como os telespectadores da classe média compreendem as transformações ocorridas no telejornal Jornal do Almoço da RBS TV, afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul. O objeto

concreto desta pesquisa é tanto a produção de conteúdo jornalístico veiculado diariamente no telejornal quanto sua assistência junto a um grupo de telespectadores. Do seu início, até agora, o JA passou por inúmeras mudanças como cenários, apresentadores e divisão de blocos jornalísticos. A partir do ano de 2010, novas alterações foram feitas em relação ao formato de sua apresentação. Pretendemos compreender como funciona esse fazer jornalístico, com base no estudo de seu processo produtivo, e assim perceber se o programa está conseguindo atingir e representar o que se considera como o principal estrato consumidor da sociedade brasileira atual. Essa proposta foi viabilizada mediante as reflexões de Jesús Martín-Barbero (2009), que, segundo Itania Maria Gomes (2011, p. 113),

[...] busca identificar as articulações entre as práticas comunicativas e os movimentos sociais, de modo a compreender ‘a materialidade social e a expressividade cultural da televisão’ (MARTÍN-BARBERO, 2006^a, p. 294). Em lugar de analisar as lógicas da produção ou da recepção, ele propõe partir do lugar onde se estabelece sua relação de enfrentamento, do lugar onde a relação entre os receptores e os meios acontece — *o campo das mediações*.

Da proposta metodológica de Martín-Barbero (2009) destacamos as mediações da *institucionalidade*, *tecnicidade* e *ritualidade*. Adiantamos que a escolha de somente três das mediações (deixamos de fora a *socialidade*) diz respeito à ênfase nos rituais cotidianos de assistência do telejornal. O estudo da *institucionalidade* se concretiza através da análise dos princípios do jornalismo da RBS; a análise da *tecnicidade* engloba o estudo do Jornal do Almoço que chega à casa das pessoas; e a *ritualidade* é alcançada mediante a investigação da assistência do programa por seus receptores.

Para tanto, este relatório está estruturado em oito capítulos. A primeira parte deste trabalho (capítulo 2) faz uma breve retomada sobre os Estudos Culturais, fundados na Inglaterra no fim dos anos 50. Também abordamos a chegada desses estudos na América Latina e seus expoentes, dada a importância que eles adquirem no desenvolvimento dos estudos de recepção. Ainda nesse capítulo, o *Modelo das mediações*, de Martín-Barbero (2009), é escolhido para nortear esta investigação sobre o Jornal do Almoço. Numa tentativa de conhecer o que já foi produzido academicamente sobre esse programa, identificamos os estudos de recepção que envolveram o telejornal do meio-dia da RBS TV.

Num segundo momento (capítulo 3), buscamos a história do JA, seu formato e a importância jornalística e cultural que tem ao longo de 40 anos de existência. Para entender o atual conteúdo produzido, analisamos o perfil dos telespectadores do programa e principalmente o público formado pela classe média, também chamada de classe C, que

representa 55% da assistência do telejornal, de acordo com pesquisa Ibope encomendada pela RBS TV. Para conhecer um pouco mais sobre as pessoas que compõem mais da metade da audiência do programa, buscamos subsídios na história desse grupo social no Brasil, mediante consulta de alguns estudos da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e consultoria Data Popular (usada em pesquisas de audiência e mercado pela Rede Globo e Grupo RBS²).

Após delimitarmos as bases teóricas de nossa investigação, estabelecemos as opções metodológicas (capítulo 4) para o desenvolvimento da pesquisa. Para responder o questionamento: “Afim, o que a classe média quer ver no Jornal do Almoço?”, nos apropriamos de três mediações de Martín-Barbero: *institucionalidade*, *tecnicidade* e *ritualidade*. Este trabalho seguiu a perspectiva desenvolvida pelos Estudos Culturais, pois consideramos que a “pesquisa de comunicação não é a que focaliza estritamente os meios, mas a que se dá no espaço de um circuito de consumo da cultura midiática” (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 39). A corrente latino-americana dos Estudos Culturais norteará a dissertação, pois traz as investigações que começaram no final dos anos 1950 através das pesquisas de Richard Hoggart, Edward Palmer Thompson e Raymond Williams, incorporando mais tarde autores como Stuart Hall, com o modelo *Encoding and decoding*, até o que acontece na América Latina, principalmente no que dispõe Jesús Martín-Barbero, com sua obra *Dos meios às mediações* (2009).

Sendo assim, dedicamos o capítulo 5 à *institucionalidade*. Ele mostra os princípios do jornalismo da RBS, via estudos da produção do Jornal do Almoço; estratégias como o plano de ação usado para transformar o programa mais tradicional da emissora afiliada da Rede Globo. A seguir, no capítulo 6, temos a *tecnicidade*, que aborda o programa diário que chega à casa dos telespectadores com seus temas e evolução de audiência ao longo dos últimos cinco anos. Na sequência (capítulo 7), trazemos a mediação da *ritualidade*, que diz respeito ao consumo do JA e conecta os formatos industriais com as competências da recepção. Aqui, a investigação sobre o conteúdo produzido frente a sua assistência foi dividida em três partes: questionário socioeconômico, roteiro de acompanhamento do telejornal e cotidiano mediante entrevista em profundidade. Ressaltamos o recorte feito, já que não nos apropriaremos da mediação da *socialidade*, pois ela diz respeito ao cotidiano mais amplo do telespectador e, portanto, não nos sentimos aptos a problematizá-la.

Por fim, sendo esta uma investigação que tem por objeto o Jornal do Almoço, que vai ao ar de segunda a sábado, ao meio-dia, por 45 minutos, na RBS TV, afiliada da Rede Globo

² Do Grupo RBS fazem parte a televisão, jornais, rádios e conteúdos produzidos para a internet.

no Rio Grande do Sul, ela pode representar uma contribuição aos estudos de recepção que são escassos na área do telejornalismo, como tivemos oportunidade de comprovar. Nosso esforço dá-se no sentido de compreender o que pensam sobre o conteúdo e o que gostariam de ver no principal telejornal gaúcho, justamente a classe média, aquela que tem registrado um crescimento vertiginoso no Brasil e se configura como o maior público do programa.

2 OS ESTUDOS CULTURAIS

Os estudos culturais têm início na Inglaterra com manifestações no final dos anos 50, mas foi em 1964 que Richard Hoggart, fundou o *Centre of Contemporary Cultural Studies* (CCCS), na Universidade de Birmingham, uma escola que mudou a forma de pensar a cultura contemporânea. Segundo Ana Carolina Escosteguy, o eixo principal da observação dos CCCS serão suas formas culturais, instituições e práticas culturais, assim como suas relações com a sociedade e as mudanças sociais. A ideia fundadora do Centro está em três textos do final de 1950:

[...] são identificados como a base dos estudos culturais: Richard Hoggart com *The Uses of Literacy* (1957), Raymond Williams com *Culture and Society* (1958) e E. P. Thompson com *The Making of the English Working-class* (1963). O primeiro é em parte autobiográfico e em parte história cultural do meio do século XX. O segundo constrói um histórico do conceito de cultura, culminando com a ideia de que a “cultura comum ou ordinária” pode ser vista como um modo de vida em condições de igualdade de existência com o mundo das Artes, Literatura e Música. E o terceiro reconstrói uma parte da história da sociedade inglesa de um ponto de vista particular – a história “dos de baixo” (ESCOSTEGUY, 2010, p. 27-8).

Embora não seja um dos fundadores do *Centre of Contemporary Cultural Studies*, Stuart Hall é considerado um dos importantes fomentadores dos estudos de recepção. Foi no período da direção dele (1968 a 1979) que se consolidaram os Estudos Culturais. Ele escreveu muitos artigos influentes nos anos que seguiram, incluindo: “*Situating Marx: evaluations and departures*” (1972) e “*Encoding and decoding in the television discourse*” (1973). Hall dirigia o CCCS quando David Morley produziu um estudo sobre o programa popular da BBC *Nationwide* (1980). A investigação tornou-se referência em análises de audiência. É importante lembrar que essa pesquisa toma o modelo da codificação e decodificação de Hall como parâmetro. *Nationwide* era um programa televisão que misturava informação e variedades, e Morley concluiu que existem diferenças de recepção entre grupos da mesma classe social e semelhanças entre grupos de posição social distinta. Portanto as leituras não são diretamente determinadas pela posição econômica e de classe.

A contribuição de Hall é de fundamental importância para os Estudos Culturais; foi na direção dele, nos anos 70, o período considerado mais fértil do *Centre for Contemporary Cultural Studies*: “Alguns tensionamentos mais acirrados como a formação da perspectiva feminista dentro do campo e o interesse pela temática da raça e da etnicidade, culminado com o debate das identidades culturais tiveram em Hall uma figura-chave” (ESCOSTEGUY, 2003,

p. 61). O autor conseguiu disseminar o trabalho do Centro e o reconhecimento dos Estudos Culturais como uma área de investigação interdisciplinar que, no Brasil, encontrou pesquisadores que se aproximam aos seus pressupostos, como Carlos Eduardo Lins da Silva, Ondina Fachel Leal, Maria Immacolata Vassalo Lopes, Ana Carolina Escosteguy, Nilda Jacks, Roseli Figaro, Mauro Wilton de Sousa e Veneza Ronsini. Embora alguns dos citados não se reconheçam como vinculados aos estudos culturais, a maioria deles desenvolveu trabalhos relacionados à recepção.

Foi na metade dos anos 80 que os Estudos Culturais despontaram na América Latina de língua espanhola com expoentes como Néstor García Canclini, Jesús Martín-Barbero e Guilherme Orozco. Nos estudos desses pesquisadores, a cultura não é vista como algo homogêneo e imutável; ao contrário, verifica-se que ela se manifesta de formas diferentes, variando de acordo com a sociedade e o momento histórico, portanto, ela se modifica.

Os estudos de recepção na América Latina tiveram sua origem numa crítica à teoria crítica. Já no final dos anos 60, apareceu uma literatura que denunciava o imperialismo cultural norte-americano e a passividade dos receptores frente aos meios de comunicação. Uma produção criticada nos anos 80 pela insuficiência dos modelos teóricos importados que não davam conta da vida cotidiana dos países que viviam períodos de redemocratização (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005). Nos estudos de recepção, entende-se que o receptor é sujeito receptor e produtor:

[...] têm-se assim dois sujeitos, o emissor e o receptor, e nesta relação entre eles, que não é direta, aparece o papel das mediações, elementos que compõem a urdidura na qual a trama cultural se realiza, pano de fundo para pensar a atuação dos produtos massivos e a compreensão da apropriação cultural feita pelo receptor (JACKS, 1999, p. 48).

A literatura brasileira conta com estudos de recepção desde o início dos anos 70. A dissertação de mestrado de Sonia Micelli Barros, com o título *Imitação da vida: pesquisa exploratória sobre a telenovela no Brasil*, de 1974, foi uma primeira aproximação sobre as condições de operação da televisão brasileira entre os anos de 1970-1972. Destaca-se, também, a dissertação de mestrado *A leitura social da novela das oito*, 1983, de Ondina Fachel Leal. A antropóloga utilizou as técnicas de pesquisa qualitativas, com entrevistas abertas e "observação participante", na recepção da novela *Sol de verão* (1982/83). A telenovela foi vista sob o prisma das "classes populares" e da "classe dominante", tomando a classe e a família como fundamentos.

Cabe trazer também o estudo do jornalista e professor Carlos Eduardo Lins da Silva: *Muito Além do Jardim Botânico*. A tese para obtenção do doutorado foi desenvolvida junto à Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, tendo sido apresentada em março de 1984. Carlos Eduardo Lins da Silva, em sua análise do Jornal Nacional, da Rede Globo, propôs uma nova abordagem para o estudo da recepção, adotando pesquisa-ação em uma estrutura considerada bastante formal. Ela foi feita através de contato episódico, questionários e relatos. A referência aqui se justifica por ser um dos primeiros estudos de audiência feito no Brasil, realizado, de acordo com o autor, com o mais importante meio de informação da maioria do povo brasileiro.

O pesquisador empregou cinco anos para estudar o objeto, recorrendo ao contato direto com os produtores e espectadores do programa, no caso, trabalhadores de duas comunidades: a de Paicará, em São Paulo, e a da Lagoa Seca, em Natal. Ele analisou a audiência do programa e como as informações são interpretadas. Foram consideradas, além das notícias recebidas da televisão, também fontes interpessoais, igreja, movimento sindical, partidos políticos e outros meios de comunicação de massa. Segundo Lins da Silva, o conteúdo das informações transmitidas pela televisão é recebido pelos trabalhadores já filtrado, transformando-se, assim, apenas em mais um componente na formação da representação da realidade. Desta forma, provou não ser necessariamente verdade que todos os trabalhadores brasileiros recebem as mensagens da televisão de maneira passiva:

Qualquer trabalhador, mesmo que não seja uma pessoa com sua consciência de classe perfeitamente desenvolvida, é capaz de ser crítico diante da programação jornalística da televisão, desde que disponha de mínimos elementos que completem sua representação do real (LINS DA SILVA, 1985, p. 135).

Tanto o trabalho de Ondina Fachel Leal quanto o de Eduardo Lins da Silva são estudos de recepção importantes e anteriores a uma das maiores referências na área que é o autor Jesus Martín-Barbero. No Brasil a recepção televisiva foi desenvolvida, nas últimas décadas, principalmente em estudos relacionados às telenovelas³. Destaque para a tese de doutorado de Nilda Jacks, *A recepção na querência: estudo da audiência e da identidade cultural gaúcha como mediação simbólica*. O trabalho de recepção televisiva observa os aspectos culturais transmitidos pelas novelas com hegemonia de conteúdos e aspectos culturais pertencentes ao eixo São Paulo-Rio de Janeiro. No estudo qualitativo, a pesquisadora explorou a relação com a identidade cultural gaúcha através da recepção e a ressignificação.

³ <http://www.humanas.ufpr.br/portal/comunicacaomestrado/files/2011/10/FINAL-brasil11.pdf>

Como adotaremos Martín-Barbero em nossa investigação, não podemos deixar de citar o trabalho coordenado por Maria Immacolata Lopes, em 2002, *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*, já que este foi um dos estudos que aplicou o mapa das mediações do autor espanhol na sua integralidade. A estratégia metodológica de análise a partir da teoria latino-americana foi usada na análise da telenovela *A indomada*, da Rede Globo, em quatro famílias de diferentes condições sociais. Aqui, não se pretendeu um mapeamento da linha de pesquisa em tela, apenas a indicação de estudos que serviram como balizas para a presente pesquisa empírica.

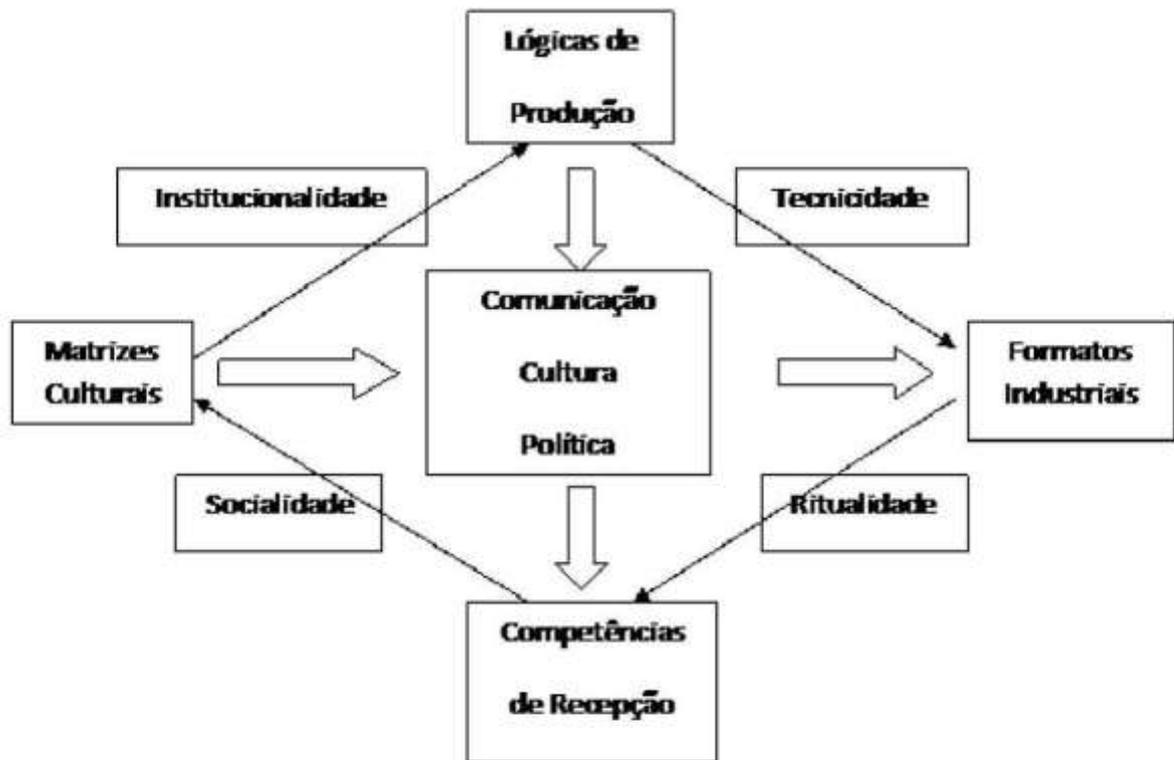
2.1 AS MEDIAÇÕES E O USO SOCIAL DOS MEIOS

Em nosso estudo, seguiremos os modelos apresentados por Martín-Barbero, um espanhol que vive na Colômbia desde 1963 e que tem formação em filosofia, antropologia e semiologia. Em sua obra *De los medios a las mediaciones*, apresentou uma nova perspectiva para pensar a comunicação, apresentando um modelo de mediações que é largamente seguido em trabalhos de recepção. Para o autor, “temos que estudar não o que fazem os meios com as pessoas, mas o que fazem as pessoas com elas mesmas, o que fazem com os meios, sua leitura” (BARBERO, 2002, p. 55). Sendo assim, devemos observar o cotidiano, a cultura e o modo de vida das pessoas para entender como elas leem as mensagens, como as interpretam e utilizam no seu dia a dia. A investigação deve ser feita a partir da recepção, do campo das experiências do receptor, e não se trata apenas de reconhecer a não passividade do mesmo, mas mudar o eixo da análise e seu ponto de partida. Temos que ver o receptor como produtor de sentidos: “O eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais” (BARBERO, 2009, 261).

No seu “mapa noturno”, Martín-Barbero apontou três lugares de mediação: cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural. Na década seguinte, o autor dá continuidade a seu estudo, desenvolvendo um “novo mapa das mediações”, em que há o deslocamento do espaço dos meios ao lugar em que se produz sentido: o lugar das práticas sociais, que pode ser dado pelas mediações da *institucionalidade*, da *tecnicidade*, da *socialidade* e da *ritualidade*. Nessa revisão da teoria das mediações, Martín-Barbero (2009, p. 15) aprimora seu estudo e propõe um novo mapa das mediações do processo comunicativo com essas novas mediações fazendo parte dele, “novas complexidades nas relações constitutivas entre comunicação, cultura e sociedade”, frutos de uma conjuntura que garante à

comunicação um lugar estratégico na configuração de novos modelos de sociedade. Assim, o mapa é apresentado graficamente através de um círculo, ou circuito, que representa o processo de comunicação e suas mediações:

Figura 1 – Mapa das mediações



Reprodução do mapa proposto por Martín-Barbero
 Fonte: MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 16

A *tecnicidade* aponta para os modos como a tecnologia vai moldar a cultura e as práticas sociais. Ela nos remete à construção de novas práticas através das diferentes linguagens midiáticas. Pensar em termos de tecnicidade significa um esforço em compreender a complexidade dos discursos (das relações de poder e do contexto histórico que os constituem). Sobre a tecnicidade, o estudioso alerta para que não ela seja restringida a aparatos tecnológicos, e que a mesma seria responsável por revelar as formas de inovação presentes na produção que interferem nos discursos e nas percepções dos receptores.

A *institucionalidade* está relacionada aos meios empregados para a produção de discursos públicos com a finalidade de atender às lógicas dos interesses privados. Ela é apresentada como:

(...) uma mediação densa de interesses e poderes contrapostos, que tem afetado, e continua afetando, especialmente a regulação dos discursos que, da parte do Estado, buscam dar estabilidade à ordem constituída e, da parte dos cidadãos – maiorias e minorias –, buscam defender seus direitos e fazer-se reconhecer, isto é, reconstituir permanentemente o social (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 17).

A *socialidade* tem a ver com as relações cotidianas nas quais se baseiam as diversas formas de interação dos sujeitos e a constituição de suas identidades. Para o autor, é “lugar de ancoragem da práxis comunicativa e resulta dos modos e usos coletivos de comunicação, isto é, de interpelação/constituição dos atores sociais e de suas relações (hegemonia/contrahegemonia)” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 17). Ela conecta a tradição cultural com a forma como os receptores se relacionam com a cultura massiva.

Já a *ritualidade* pode ser entendida como a repetição das práticas sociais que tornam possível a expressão do sentido, o uso dos meios e dos diferentes trajetos de leitura. Esses últimos estão estreitamente associados à qualidade da educação, aos saberes constituídos em memória étnica, de classe ou de gênero, e aos costumes familiares de convivência com a cultura letrada, a oral ou a audiovisual. Martín-Barbero (2009, p.19) destaca que ela: “(...) remete ao nexos simbólico que sustenta toda a comunicação: à sua ancoragem na memória, aos seus ritmos e formas, seus cenários de interação e repetição”. Sendo assim, ela compõe o ritual de, por exemplo, assistir ao Jornal do Almoço, incluindo o espaço onde acontece a assistência, a companhia, a forma de atenção dispensada ao momento, interferências e a fixação de normas para a audiência.

Para Martín-Barbero, a cultura constitui o campo no qual a comunicação é possível de ser pesquisada e compreendida. E a verdade cultural na América Latina é a mestiçagem, não simplesmente racial, mas também nas discontinuidades culturais, nas formações sociais, nas estruturas dos sentimentos, nas memórias e nos imaginários. Empiricamente, tal entendimento pode ser alcançado mediante metodologias de observações etnográficas, diário de campo, histórias de vida e de família, entrevistas em profundidade, observação participante e enquete/questionário. Tais fundamentos serão explicitados no capítulo sobre a metodologia aplicada em nossa investigação.

2.2 A RECEPÇÃO E O JORNAL DO ALMOÇO

Com o objetivo de reconhecer o que já foi feito em termos de estudos de recepção, tendo como objeto o Jornal do Almoço, fizemos um levantamento sobre teses e dissertações que, de diferentes formas, fizeram uso da recepção e do programa do meio-dia da RBS TV. A

pesquisa de campo de Fabiana Piccinin, publicada em dezembro de 2000, envolveu os produtores de fumo do interior de Santa Cruz do Sul, no Rio Grande do Sul. *Do outro lado da tela: as apropriações do telejornal dos fumicultores de Santa Cruz* descreve as operações discursivas e interpretativas desenvolvidas pelos receptores em face à recepção do telejornal, principalmente as apropriações dos fumicultores em relação ao Jornal do Almoço e às notícias sobre fumo. Através de entrevistas em profundidade e da técnica da participação observante, Piccinin (2007, p. 68) entrou em contato com 10 famílias produtoras de fumo da comunidade de Cerro Alegre Alto, todas com características socioeconômicas e socioculturais semelhantes:

Em nossa pesquisa, acompanhamos a audiência da televisão no cotidiano das famílias fumicultoras para observar a TV dentro de seus contextos naturais e recolher dados descritivos como palavras e condutas das pessoas submetidas à investigação. Para tanto, adotamos a Técnica da Observação Participante, que permite o acesso aos significados que os participantes atribuem às situações sociais.

Para a autora, a importância de estudos de recepção está no fato de

(...) serem a reafirmação das diferenças frente às mídias, que, por estarem associadas às tendências globalizantes, não consideram as particularidades de seus receptores. Por isso, mostrar as particularidades dos indivíduos no seu processo de recepção traz a público a necessidade de as mídias dedicarem atenção a esses processos, reconhecendo os usuários como efetivos sujeitos da relação comunicacional (PICCININ, 2007, p. 93).

Outro trabalho de recepção envolvendo o Jornal do Almoço foi realizado em 2005 por Fabiana Iser. A dissertação de mestrado, feita na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), teve como título: *Telejornal e identidade étnica: mediação e midiatização do Jornal do Almoço por afro-brasileiros, austríacos e letos*. A pesquisa buscou entender, por um lado, as construções identitárias realizadas pelo telejornal; por outro, o processo de midiatização das identidades e a mediação da identidade étnica nos sentidos produzidos em relação ao que é empreendido pelo telejornal. Na recepção, foi estabelecido um eixo empírico para trabalhar a questão, reconhecendo a existência de uma situação étnica diferenciada, constituída pela organização institucional de grupos étnicos na cidade gaúcha de Ijuí.

Foram escolhidos seis adultos integrantes das etnias afro-brasileira, austríaca e leta para participarem da investigação. Os resultados permitiram perceber a mediação da identidade étnica, bem como da cultura e da experiência organizacional dos entrevistados pertencentes aos grupos investigados, atuando nas leituras que fazem a respeito da cobertura do Jornal do Almoço. Para Iser (2005), o JA demonstrou participar ativamente da construção

dessas identidades ao dar ênfase a determinados traços e através dos modos como publiciza os grupos étnicos estudados.

Em 2006, Fábio Souza Cruz investigou, em sua tese de doutorado na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), as relações entre o Jornal do Almoço e a produção de sentido de integrantes do MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra). A *pesquisa A cultura da mídia no Rio Grande do Sul: o caso MST e Jornal do Almoço* adotou como marcos teórico-metodológicos, os pressupostos de Douglas Kellner (2001), Roland Barthes (1971) e Jesús Martín-Barbero (1997). O *corpus* do trabalho trouxe edições do JA que contemplaram o Movimento durante o mês de março de 2009. O objeto empírico da investigação constituiu-se a partir de um grupo de sem-terras reunido no assentamento Pitangueiras, localizado no interior do município de Canguçu, a 298 km de Porto Alegre.

A conclusão da pesquisa foi de que, muito mais do que a relação entre a RBS TV e o MST, existe um confronto político entre diferentes visões de mundo. Segundo Cruz (2006), de um lado, apresenta-se um grupo hegemônico, com forte ênfase no jornalismo opinativo, que age com vistas a promover e sustentar a ordem neoliberal estabelecida e, do outro, está um movimento de resistência, que se opõe a tal situação.

O estudo de telejornais tem despertado, ao longo dos anos, a curiosidade de alguns pesquisadores. Em alguns casos, esse interesse levou-os ao receptor, à audiência ou aos consumidores, para a compreensão do que os leva a querer assistir a um determinado programa ou simplesmente um assunto. Mário Kaplún, ao comentar a questão elementar do que leva o público a consumir as mensagens midiáticas, salienta:

[...] una pregunta tal elemental como ineludible: ¿por qué los públicos consumen esos mensajes que impugnamos? Vieja deuda que los estudios críticos mantienen aún sin saldar para con el que constituye, sin embargo, un tema específico de investigación de relevancia extrema, puesto que la suerte de toda estrategia alternativa de reorientación de la comunicación masiva depende en última instancia, como ya se apuntó, de la receptividad de las audiencias destinatarias (KAPLÚN, 1992, p. 157).

A base teórica de nosso estudo compartilha as preocupações que fundamentam esses estudos, e se justifica na necessidade de pesquisar as interações que se formam entre a audiência e os meios. Esta síntese também assinala a pertinência deste estudo, dado que não identificamos nenhuma análise de recepção que problematize as classes sociais e o telejornalismo, em especial o JA.

2.2.1 Outras pesquisas sobre o Jornal do Almoço

No levantamento realizado, encontramos ainda outras pesquisas que versaram sobre o JA, embora não se configurem como estudos de recepção. A primeira pesquisa que identificamos sobre o telejornal transmitido ao meio-dia foi a de Dulce Márcia Cruz (1996), *Televisão e negócio: a RBS em Santa Catarina*, que analisou as estratégias políticas, econômicas e culturais que levaram a Rede Brasil Sul de Comunicações, a RBS, da família gaúcha Sirotsky, a conquistar a liderança entre as emissoras de televisão catarinenses, entre 1979 e 1992. O interesse, segundo a pesquisadora, foi o de demonstrar que emissoras de televisão (à frente dos grupos econômicos dos quais fazem parte) têm uma atuação que ultrapassa a produção de bens culturais, podendo se constituir num espaço para um complexo de ações, especialmente do tipo político organizativo, fato poucas vezes reconhecido: “Outro espaço local que começou desde o início a abrir as câmeras para os interesses da população foi o Jornal do Almoço” (CRUZ, 1996, p. 119).

O segundo trabalho que encontramos foi o de Paulo Scarduelli, *Network de bombachas: os segredos da TV regional da RBS*, também de 1996, defendido na Escola de Comunicação e Artes (ECA), da Universidade de São Paulo. O autor analisou as emissoras de TV da RBS em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul como alternativas de TV comercial para as redes nacionais de televisão através da programação local, de informação comunitária, fazendo o contraponto do regional/local com o global.

O local no telejornalismo da RBS: a integração da TV Bagé foi o tema da dissertação de Valkari Garcez, defendida em 1998, na PUCRS. Ela analisou o telejornalismo local produzido pela afiliada da rede na cidade da região da campanha gaúcha. Garcez partiu da presença da RBS no interior do estado e buscou compreender o seu discurso no telejornalismo local. Em 1999, Carlos Alberto Souza escreveu *O fundo do espelho é outro: quem liga a RBS liga a Globo*. A dissertação realizada na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) mostra que as emissoras regionais não têm independência para desenvolver projetos autônomos de comunicação: Afirma que, para “subsistirem no mercado, as emissoras regionais necessitam da afiliação às grandes redes nacionais de televisão, que dominam a comunicação eletrônica no Brasil” (SOUZA, 1999, p. 227).

A trajetória do Jornal do Almoço: ciclos e fragmentos históricos da comunicação capitalista, de 2008, foi a pesquisa de Márcia Turchiello Andres, pela UNISINOS. A mestranda abordou o processo de desempenho e expansão do Jornal do Almoço na época de seus 35 anos e acompanhou a produção do programa que, segundo ela, foi impactado pelas

características do capitalismo monopolista e contemporâneo. Houve a análise das diversas modificações que a atração sofreu nesses anos em que está no ar, como a estreia de profissionais, mudanças de cenários, supressão de espaços, transformações no formato, interatividade e relações com a comunidade. Foi um estudo realizado sob a perspectiva da Economia Política da Comunicação.

O Jornal do Almoço também esteve presente no estudo feito em 2009 por Fernando Simões Antunes Junior, *A influência ideológica das assessorias de imprensa no telejornalismo gaúcho*. Ele analisou como as assessorias de imprensa influenciam ideologicamente os telejornais gaúchos durante os processos de escolha, produção e edição de reportagens, tendo por base o conceito de ideologia como o uso das formas simbólicas para estabelecer ou sustentar relações de dominação. A partir de uma análise hermenêutica, baseada nos conceitos de John Thompson e aplicada a dados coletados através da observação participante, os programas Jornal do Almoço, SBT Rio Grande e TVE em Dia foram investigados como construtos simbólicos a serviço da ideologia, alimentados por assessorias de imprensa de instituições públicas e privadas com interesses específicos em conquistar a opinião pública.

Enfim, neste breve panorama compilamos seis trabalhos sobre o Jornal do Almoço, sendo que cinco deles foram realizados dentro de Programas de Pós-graduação do Rio Grande do Sul, enfocando desde estratégias políticas e econômicas da RBS, a produção de sentidos e os critérios de noticiabilidade como o do localismo.

3 JORNAL DO ALMOÇO

O jornalismo tem papel de destaque na televisão brasileira. De acordo com Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior (2001), ele é considerado a principal fonte de informação diária por 56% dos brasileiros; daí sua importância e o grande alcance junto às comunidades e diferentes classes sociais, ocupando um espaço relevante na vida dos brasileiros. Para as classes menos favorecidas da população, ele tem se mostrado uma das principais fontes de informação, e conforme o jornalista José Carlos Aronchi de Souza (2004, p. 23), é um elemento importante da vida cotidiana:

[...], é um fluxo que tem presença determinante; ver televisão contribui para o modo como os indivíduos estruturam e organizam seu dia, com respeito às suas atividades cotidianas e ao tempo, à hora de dormir ou de trabalhar. Atualmente representa uma tecnologia insubstituível, podendo faltar algum [...] eletrodoméstico, mas a televisão é indispensável.

Opinião referendada por Ciro Marcondes Filho (1994, p. 36)), que afirma que a televisão ocupa lugar de destaque na indústria cultural:

Muito se falou — e ainda se fala — que a televisão veio suprimir o diálogo doméstico, a conversa das pessoas. Pode ser. Em alguns casos. Em outros, ela veio introduzir diálogos e discussões. Por ser um meio totalizante, ela inova, apresentando exemplos de vida, de ambientes, de situações que acabam funcionando como modelos. Se as conversas domiciliares giravam em torno do conhecido (a rua, a família, os parentes) ou da vida pública (a política, a religião, o futebol), a televisão traz agora “novos momentos”, novas realidades, que mostram mundos desconhecidos e inovadores para o público.

O telejornalismo tem como fundamento principal a transformação dos acontecimentos numa história com princípio, meio e fim. Ele faz parte da TV brasileira cumprindo uma determinação legal: “O decreto lei 52.795 de 31/10/1963, que trata do regulamento dos serviços da radiodifusão, estipula que as emissoras dediquem cinco por cento do horário da programação diária ao serviço noticioso” (CURADO, 2002, p.15).

A TV Gaúcha é a mais antiga afiliada da Rede Globo de Televisão, desde o ano de 1967. Ela faz parte do Grupo RBS, fundado em 31 de agosto de 1957 por Maurício Sirotsky Sobrinho. Naquele ano, o empresário assumiu a direção da Rádio Gaúcha, em um ato considerado o embrião do Grupo. Em 1962, já com o irmão Jayme, Maurício colocou no ar a TV Gaúcha, hoje RBS TV, precursora do modelo de rede regional de televisão no país, que conta atualmente com 18 emissoras afiliadas à Rede Globo no RS e SC.

O Jornal do Almoço inaugurou a programação jornalística da RBS TV no horário do meio-dia e, posteriormente, foi copiado por outras emissoras do país (os hoje chamados “Praça 01”)⁴. O formato do programa oportuniza às diversas sucursais da emissora gaúcha, espalhadas pelo interior do Estado⁵, a veiculação de reportagens locais para serem transmitidas às regiões onde estão situadas. A maioria das emissoras da RBS TV produz dois blocos locais que são transmitidos em suas regiões de cobertura. A exceção está em Pelotas, Santa Maria, Caxias do Sul, Passo Fundo e Santa Cruz do Sul, que transmitem outra versão inteira do programa voltada para a respectiva região, fazendo uma troca de matérias com a redação de Porto Alegre.

3.1 A HISTÓRIA DE UM FORMATO

O Jornal do Almoço, considerado um dos principais programas da RBS TV, entrou no ar em 06 de março de 1972, quando ainda não havia espaço na programação nacional da Rede Globo para telejornais locais ao meio-dia. Foi uma criação do jornalista mineiro Clóvis Prates, que mesclou notícias, variedades e entrevistas. A receita jornalismo/revista eletrônica se consagrou com quadros de comentários, notícias e esportes. O programa que tinha duas horas de duração teve como primeira apresentadora Tânia Carvalho.

“Tem cara nova na mesa”, assim era o título de um anúncio (1974) do Jornal do Almoço, dois anos após a sua criação:

Antigamente o almoço era um ato quase religioso. A família reunida fazia sua refeição em silêncio, sob o austero olhar paterno. Hoje não é mais assim. O almoço é um gostoso momento de entrosamento e bate-papo. A TV Gaúcha acha que os tempos mudaram muita coisa pra melhor. Por isso há dois anos criou o Jornal do Almoço — e de lá para cá, a mesa está cada vez melhor servida. De segunda a sábado o Jornal do Almoço serve pratos de informação perfeita, numa linha inteligente e bem-humorada. A maciça audiência do Jornal do Almoço é a prova disso. Mas isso não é tudo. O Jornal do Almoço tem caras nova na mesa. Além do antigo pessoal, que você já acostumou a ver no vídeo: Tânia Carvalho, Renato Pereira, Antônio Carlos Niderauer, Ivan Fristch, Raul Streliaev, Paulo Santana e Celestino Valenzuela — as presenças de Ibrahim Sued via embratel / direto do Rio, e local de Betty Hess no papo geral e Renato Cardoso no papo de esportes vão apimentar ainda mais a sua informação ao meio-dia. É por tudo isso que o Jornal do Almoço é um hábito gostoso e consagrado em todas as mesas gaúchas. E, fique com a TV Gaúcha. É que também em jornalismo, este é o ano 12.⁶

⁴ Em São Paulo ele se chama SP1 e no Rio de Janeiro, RJ1.

⁵ Nas cidades de Bagé, Caxias do Sul, Cruz Alta, Erechim, Passo Fundo, Pelotas, Rio Grande, Santa Cruz do Sul, Santa Maria, Santa Rosa e Uruguaiana.

⁶ Trecho retirado do cartaz reproduzido no livro *Os televisionários*, de Walmor Bergesch, 2010, p. 242, figura 155.

Conforme Andres (2008), o programa, na época, foi considerado “uma grande ousadia”. Inicialmente voltado ao público feminino, o JA tinha até espaço para plateia, que acompanhava as notícias e temas como horóscopo com Zora Yonara, quadro de clipes musicais e dicas para jovens, quadro chamado *TransaSom*, apresentado por Pedro Sirotsky. O colunismo social eletrônico de Roberto Gigante era seguido pelo quadro de piadas de Carlos Nobre e pelo comentário político de Jorge Alberto Mendes Ribeiro. Depois, vinham as notícias, apresentadas por Rejane Noschang e Lena Kurtz. Tinha ainda o comentário esportivo de Rui Carlos Ostermann e as notícias do esporte com Celestino Valenzuela. O programa terminava com o quadro feminino e cultural *Variedades*, inicialmente feito por Célia Ribeiro e Maria do Carmo, depois desta com Suzana Saldanha. Aos sábados, havia um quadro extra, com conselhos sobre psicologia, chamado *Diálogo com Dirce Brasil Ferrari*.

Ainda segundo Andres (2008), os quadros eram individuais e independentes, abrindo e fechando com vinhetas. Um dos traços do antigo Jornal do Almoço, que foi reforçado na reestruturação do programa em 2010, foi trazer de volta o clima de bate-papo informal — o que, de certa forma, contribui para a construção de uma proximidade com o público, diferentemente de outros telejornais da própria RBS TV (e do que parece ser regra dos demais canais).

No final da década de 70 a TV Difusora, canal 10 de Porto Alegre, tentou concorrer com o Jornal do Almoço criando uma cópia do programa chamada Portovisão. O programa tinha atrações que ofereciam quase um espelho exato do concorrente — enquanto na TV Gaúcha o Jornal do Almoço tinha o *TransaSom*, no Portovisão passava um quadro idêntico apresentado por Fernando Vieira. O Roberto Gigante era combatido pelo similar Tatata Pimentel, na Difusora. Mendes Ribeiro tinha como contraponto o controverso José Antônio Daudt. Carlos Nobre concorria com o humorista Renato Pereira. O ex-jogador do Sport Club Internacional Larry Pinto de Faria concorria com o gremista fanático Paulo Santana. Maria do Carmo batia de frente com Tânia Carvalho. Até a atração extra de sábado era reproduzida no canal 10, com a psicologia pop de Dirce concorrendo com as dicas de decoração de Arthur Guarisse. No final da batalha, que durou quase 5 anos, sobreviveu apenas o Jornal do Almoço.

Em 1979 foi criado o programa Rede Regional de Notícias, e nos anos 80 o Jornal do Almoço inovou mais uma vez quando introduziu uma bancada onde todos os colunistas e apresentadores sentavam juntos, conversando de forma descontraída, em uma versão atualizada dos noticiários locais americanos. Desde então, o programa serviu de referência para a Rede Globo na criação de seus noticiários do meio-dia, os "Praça TV". Nesta nova fase, em vez de quadros isolados e separados por comerciais, surge a dupla Maria do Carmo e

Lasier Martins, improvisando conversas em meio aos textos do *teleprompter*⁷. O programa diário, mesmo entrando em um horário que não era considerado nobre, conquistou uma excelente audiência. Segundo Walmor Bergesch (2010), o JA transformou-se em modelo de telejornalismo:

As emissoras regionais funcionam como laboratórios de experiência de novas ideias. No caso do Jornal do Almoço da TV Gaúcha (posteriormente RBS TV) isso fica bastante claro. Ali mudou-se o formato várias vezes, trocou-se a bancada de dois apresentadores para a conversa de editores e jornalistas apresentadores, os apresentadores passaram a editar suas próprias matérias (e isso foi precursor ao que ocorreria mais tarde no grande telejornalismo das redes nacionais), incluiu-se a dinâmica informal dos diálogos, incorporou-se entrevistados ao vivo, os quadros de variedades, meteorologia, comentários sobre esportes, de gastronomia e shows de música no corpo do programa (BERGESCH, 2010, p. 239).

Conforme Andres (2008), o projeto de interiorização também marcou o programa em 1988, quando foi gravado o primeiro Jornal do Almoço fora do estúdio, na cidade gaúcha de Erechim. A partir desta iniciativa, a equipe passou a transmitir o telejornal ao vivo de festividades, feiras e aniversários de municípios (de forma imbricada com interesses comerciais). Em 1993 foi realizado o primeiro programa internacional, em Buenos Aires, coincidindo com a instalação da diretoria da RBS para o MERCOSUL na capital Argentina, fato inédito na TV brasileira.

Bergesch (2010), considera o JA um poderoso porta-voz do Grupo RBS, empresa de comunicação de origem gaúcha, muitas vezes comparada por críticos a uma versão em escala reduzida das Organizações Globo, no quesito influência política na região onde atua. Muitos de seus apresentadores seguiram uma carreira política, como, por exemplo, Mendes Ribeiro, Maria do Carmo, Paulo Borges e, mais recentemente, Ana Amélia Lemos. No Rio Grande do Sul o telejornal já foi apresentado por Rosane Marchetti e Cristina Ranzolin. Com as inovações no estúdio e no formato, em 2010, Rosane Marchetti deixou a bancada do JA para fazer reportagens do Rio Grande do Sul para a TV Globo, especialmente para o Globo Repórter. Assim, o "novo JA" é apresentado somente pela também editora Cristina Ranzolin. Lasier Martins e Carolina Bahia participam com colunas diárias, e Paulo Brito ancora diariamente as notícias do esporte.

Referendados por Aronchi de Souza (2004, p. 130), é possível classificar o Jornal do Almoço como um programa da categoria entretenimento, gênero revista, pois em programas com este perfil “pode haver vários formatos: telejornalismo, quadros humorísticos, musicais,

⁷ *Teleprompter* – equipamento ótico acoplado à câmera para permitir a reprodução do script diante da lente e facilitar a leitura do apresentador sem tirar os olhos do telespectador (VEIGA, 2000, p. 129).

reportagens, enfim, assuntos diversos como os enfocados por revistas impressas”. E é assim que ele se continua na liderança do horário do meio-dia no Rio Grande do Sul desde a sua criação. O JA não se manteve estático e sempre buscou o seu público e a inovação, o que não é uma tarefa fácil na televisão. Depois de um período em que as notícias ditas “mais sérias” ocuparam a maioria dos espaços, o programa parece fazer uma “volta às suas origens”, resgatando seu papel de informação com entretenimento.

Antes da última reformulação, ocorrida em novembro de 2010, o Jornal do Almoço era apresentado pelas jornalistas Rosane Marchetti e Cristina Ranzolin. O programa tinha José Pedro Villalobos como editor-chefe e não possuía editor-executivo. A repórter Carla Fachim juntou-se ao grupo como apresentadora substituta nas folgas de Cristina Ranzolin (desde 1996 no programa). Cristina Ranzolin conta: “Eu comecei apresentando o quadro de notícias, que era separado antigamente, em 1989, acho que fiquei uns três anos ali. Depois fui para a Rede Globo e no meu retorno assumi a apresentação geral, há mais de 16 anos” (apud SACKIS, 2012, p. 157).

A RBS (Rede Brasil Sul) conta com 19 afiliadas (12 gaúchas: Porto Alegre, Bagé, Caxias do Sul, Cruz Alta, Erechim, Passo Fundo, Pelotas, Rio Grande, Santa Cruz do Sul, Santa Maria, Santa Rosa e Uruguaiana; e seis catarinenses: Florianópolis, Blumenau, Chapecó, Criciúma, Joaçaba e Joinville) e outra emissora de TV local (TV COM). O canal de televisão foi fundado no dia 29 de dezembro de 1962, quando entrou no ar a TV Gaúcha, canal 12 de Porto Alegre. Em 1967 afiliou-se à Rede Globo e, a partir de então, a maior parte de sua programação passou a ser gerada pela emissora carioca. No ano de 1969, passaram a operar as primeiras emissoras de televisão do Grupo RBS no interior do Rio Grande do Sul: a TV Imembuí, de Santa Maria, e a TV Caxias, canal 8 de Caxias do Sul. A TV Tuiuti de Pelotas entrou no ar em 1972, mesmo ano de estreia de um dos principais programas da emissora, o Jornal do Almoço.

Atualmente, o Rio Grande do Sul tem, em operação, seis canais abertos de televisão, sendo um estatal (TVE-RS) e cinco privados (TV Record, Rede Pampa, SBT, Band e RBS). Praticamente todos eles possuem algum tipo de relação com redes nacionais, diferentemente do início da história da televisão no Estado, quando houve uma série de iniciativas para a criação de emissoras locais.

3.1.1 Jornal do Almoço – 40 anos

No dia 29 de março de 2012 (uma quinta-feira), o JA comemorou 40 anos no ar. Apresentado diretamente do centro de Porto Alegre, o jornal, dividido em quatro blocos, apresentou notícias e comemoração num estúdio de vidro montado no centro da capital (no entorno do Mercado Público), onde a apresentadora Cristina Ranzolin anunciava as atrações do dia: “Entramos no ar com a mesma energia de todos os dias, mas com o coração ainda mais orgulhoso por estamos há tanto tempo na sua companhia”. O discurso foi reforçado por uma sucessão de vinhetas com os logotipos usados ao longo dos anos do telejornal. É o que Hjelmslev (1975 apud Duarte, 2004, 90-1) denomina de metadiscursividade: “é recorrente, volta-se para um outro discurso, pré-existente a ele, do qual ele fala, constituindo-se esse em condição de usa existência e em sua razão de ser”. A história do programa foi sendo contada ao longo dos blocos de programação com recuperação de fragmentos de reportagens, com ênfase nos antigos apresentadores do programa. O que se viu foi uma mistura de telejornalismo e entretenimento. Tal fato foi contado em depoimento pela apresentadora Cristina Ranzolin, no livro *Histórias e bastidores*, de Lisiane Sackis (2012, p. 157):

Já ajudei a apagar diversas velinhas desse quarentão, mas desta vez foi especial. Foi minha sugestão que o programa tivesse grande participação das nossas Praças do interior, porque acho que são elas que fazem nosso programa ser tão variado e completo. O estúdio de vidro no centro da capital foi um charme, era lindo e nos deixava ao lado do nosso público querido, muitos vieram de longe para nos ver ao vivo, emocionante!

Além do estúdio de vidro, o telejornal esteve ao vivo nas onze cidades onde a RBS mantém emissoras que retransmitem a programação da emissora, municípios do interior do Rio Grande do Sul, e na capital federal, Brasília. O programa festivo também botou os repórteres nas ruas, a bordo de um helicóptero e de uma embarcação:

- “Das águas do Guaíba, a bordo do Catamarã, vamos comemorar quatro décadas dedicadas a você” - Camila Martins.
- “Do céu também, daqui do RBS Cop, vamos aplaudir a história de quem diariamente é sua companhia na hora do almoço” — Roberta Salinet.
- “Aqui das ruas, juntinho do nosso telespectador, viajando por todos os cantos deste estado, vamos saber o que a comunidade quer que seja notícia no JA nos próximos 40 anos” — Manoel Soares.

O Jornal do Almoço escalou, ainda, seus comentaristas, grupos de samba e trouxe os destaques da dupla Grenal no esporte. Durante os tradicionais 45 minutos de programação, foi reforçado o fato de o JA ser o programa mais antigo da TV Gaúcha, e, segundo o texto da apresentadora: “o mais lembrado, o mais querido”. A partir daí, seguiu-se o que chamaram de uma viagem para visitar as emissoras do interior. Uma das apresentadoras era Lisiane Sackis: “Para festejar uma data tão importante, o coordenador do JA no estado, Raul Ferreira, definiu que cada uma das 11 emissoras da RBS TV apresentariam aquilo que melhor retrata a vocação da cidade onde a TV está instalada” (SACKIS, 2012, p.155).

A repórter Roberta Mércio, diretamente de Bagé, chamou os assuntos que foram destaque nas quatro décadas de programação: secas, milionário que sofreu queda de balão e o culto às tradições e ao dia a dia do homem do campo em uma região que tem a agropecuária como base na economia. De Bagé, o JA foi até Erechim, onde a repórter Liliane Martins mostrou o desenvolvimento do Alto Uruguai, e a comemoração contou com agricultores de 44 cidades da região de cobertura. Vanessa Backes, de Uruguaiana, comemorou a data no calçadão da cidade. Em Santa Rosa, Lisiane Sackis falou sobre o setor metal-mecânico; já em Rio Grande, Lisandra Reis entrou ao vivo do cais do porto, que atualmente é um grande polo naval. A apresentadora Francine Rabuske, de Santa Cruz do Sul, representou os municípios do Vale do Rio Pardo que, de acordo com o noticiado, têm 120 mil habitantes e 133 anos. E assim seguiu-se um giro pelo interior, passando por todas as emissoras que formam a rede televisiva da RBS no estado. Em cada região foi montada uma obra de arte ao vivo, feita por artistas plásticos e grafiteiros, em homenagem aos 40 anos do Jornal do Almoço, como conta a apresentadora Cristina Ranzolin (apud SACKIS, 2012, p. 157): “Os quadros feitos em cada região foram muito significativos, marcaram aquele momento histórico para nós todos. Acho que conseguimos fazer um aniversário diferente, as comemorações desta vez duraram uma semana, mas o JA merecia!”.

Durante todo programa foi reforçada como característica do telejornal o fato de estar sempre pertinho do telespectador, seja no estúdio ou nas caravanas para apresentação do JA em cidades do interior. Vale destacar o encerramento de Cristina Ranzolin: “São vocês que fazem o nosso JA ter o sucesso que ele tem e que nos impulsionam para fazer um JA ainda melhor a cada dia. O programa mais antigo da TV Gaúcha está de volta amanhã. Uma boa tarde a todos e até lá”.

Elizabeth Bastos Duarte (2004, p. 01) diz que um dos fenômenos marcantes na produção televisiva é a crescente vocação pra falar de si própria. Baudrillard (1997, p. 159)

também discorreu sobre o fato de que os meios de comunicação remetem uns aos outros e só falam entre eles:

Esse telecentrismo se desdobra num juízo moral e político implícito implacável: subentende que as massas não têm essencialmente necessidades nem desejo de sentido ou de informação – querem apenas signos e imagens; o que a televisão lhes fornece em profusão.

Duarte (2004, p. 02) também faz referências ao artigo “TV: a transparência perdida”, de Umberto Eco (1983), que discorre ser uma das particularidades da televisão dos anos 80 a tendência de voltar-se para si própria. Tal afirmação, em nossa opinião, continua valendo nos dias de hoje como estratégia para agradar saudosistas e ao mesmo tempo mostrar para os novos telespectadores seu passado de glórias. Com o Jornal do Almoço, essa prática tem sido recorrente em programas que buscam fatos históricos, engraçados e alguns até mesmo trágicos, que pontuaram a tela ao longo de suas transmissões. Um bom exemplo disso foi a edição dos 40 anos do JA; daí seu destaque com esta descrição.

3.2 PERFIL DOS TELESPECTADORES DO JA EM 2011

O francês Dominique Wolton (1996, p. 127) chama atenção para o caráter amplo e generalista da TV aberta:

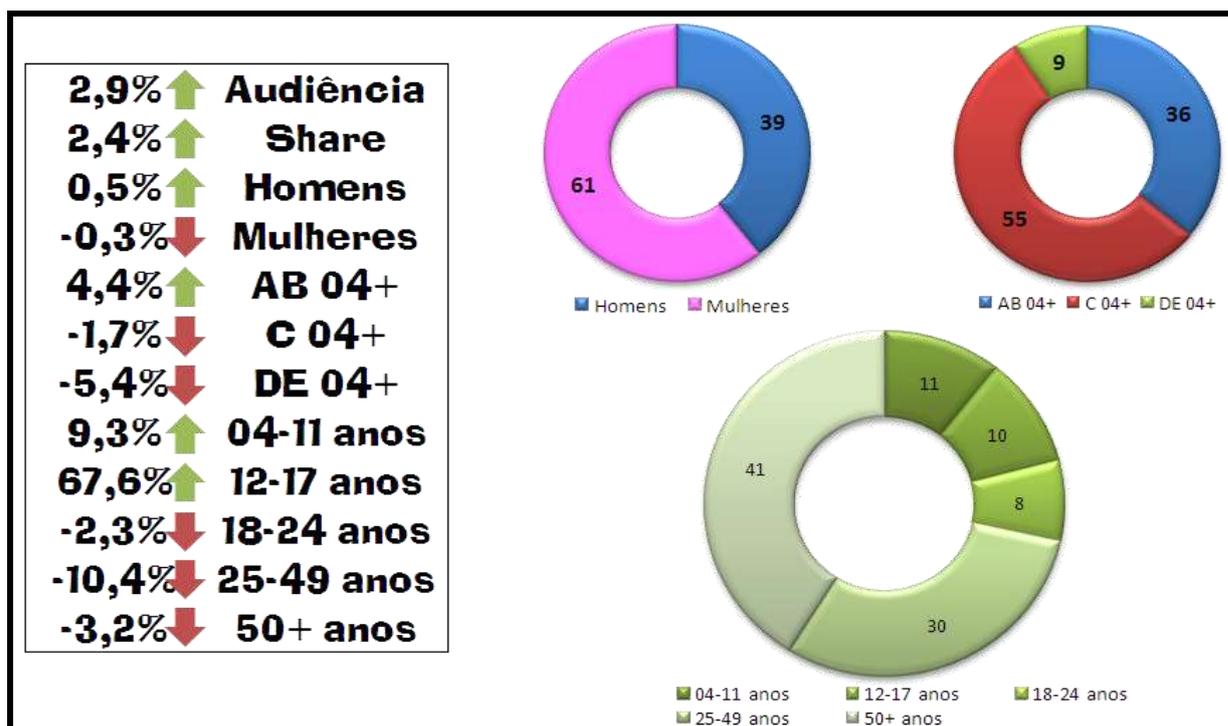
A dificuldade de criar o grande público, a sua instabilidade e a sua incerteza se refletem na dificuldade da televisão generalista: ela precisa, a cada dia, seduzir e mobilizar um público que não existe, mas que é, na verdade, a única coisa que lhe confere vida e sentido. Ele é o símbolo da televisão e, no sentido estrito, o que lhe dá seu valor. A incerteza do funcionamento do grande público traduz, enfim, a incerteza da televisão, e existe, nesse desafio, uma grandeza que a representa muito bem.

Cativar a audiência do telespectador torna-se cada vez mais difícil se considerarmos a multiplicação da oferta de canais (televisão aberta e cabo) e serviços (internet) ocorrida na última década. E conhecer a sua audiência é essencial para o direcionamento da programação. O público pode ajudar telefonando ou mesmo se manifestando pelas redes sociais, mas é através de pesquisas qualitativas e quantitativas especializadas que os canais dimensionam, orientam e ditam os rumos de suas programações. Manter a confiança do público é um desafio tão grande quanto conquistá-lo, por isso a RBS TV sempre recorre às pesquisas para acompanhar e conhecer os seus telespectadores — entre eles, os do Jornal do Almoço.

Ao quantificarmos e qualificarmos a audiência do telejornal, principalmente no que diz respeito às classes sociais, aumentamos a base de informações para o desenvolvimento de

nossa dissertação de mestrado. Em nosso trabalho, utilizaremos os dados fornecidos pelo departamento de marketing da RBS TV. O gráfico abaixo apresenta a divisão por classe social, gênero e idade:

Tabela e gráficos 1 - Perfil dos telespectadores do JA



Fonte: RBS TV

Durante o período de janeiro a setembro de 2010, em relação ao mesmo período de 2011, foram analisados os perfis dos telespectadores do Jornal do Almoço. Os dados consolidados mostram que o público do telejornal é composto em sua maioria por mulheres (61%). Todavia, a tabela mostra que enquanto houve um ganho de 0,5% de espectadores homens, o número de mulheres teve uma queda de 0,3%.

Com relação à classe social, observamos que a audiência é composta por um grande número de integrantes da classe C, objeto de nosso estudo, visto que essas pessoas compõem 55% do público do programa. As classes A e B representam 36% do número de ligados no JA, enquanto que as D e E registram apenas 9% do total. O que chama — e muito — atenção é o fato de que, nos meses analisados, o Jornal do Almoço conquistou telespectadores das classes A e B (4,4%) e perdeu integrantes da classe C (-1,7%) e das D e E (-5,4%). São números realmente significativos, haja vista que a reformulação feita no programa investiu em

uma proposta de mudança que atingisse principalmente a classe média. A pesquisa encomendada pela RBS TV também analisou a faixa etária de quem assiste ao programa. Entre os telespectadores de 4 a 11 anos houve um crescimento de 9,3% na audiência, mas o aumento expressivo de 67,6% foi registrado entre os jovens de 12 a 17 anos. Por outro lado, o público de 18 a 24 anos teve queda de -2,3%, enquanto os de 25 a 49 anos tiveram retração de -10,4% e de -3,2% por quem tem mais de 50 anos. A queda maior foi mesmo entre os principais públicos do Jornal do Almoço: 41% deles têm mais de 50 anos e 30% entre 25 e 49 anos.

Analisando a grade de programação das emissoras com programação feita em Porto Alegre, tivemos uma ideia da concorrência enfrentada ao meio-dia pelo Jornal do Almoço da RBS TV, e observamos que apenas duas emissoras transmitem programas jornalísticos no horário. O SBT tem o SBT Rio Grande, às 12h10, um telejornal popular apresentado pelo jornalista Wilson Rosa e que passa matérias ao vivo com bastante destaque para reportagens policiais. Já a Rede Pampa, afiliada da Rede TV no estado, entra às 11h50 com o Pampa ao Meio-Dia. De segunda a sexta-feira, Tiago Dimer apresenta assuntos como segurança, denúncias, serviços à comunidade, entre outros. Em seguida, a partir das 12h20, Vera Armando assume o Pampa Meio-Dia Notícias, com reportagens elaboradas pelas equipes locais.

A aposta da Band RS para o horário é em programação esportiva: transmite o Jogo Aberto, que tem apresentação da jornalista Renata Fan. Ela narra e comenta, junto com convidados, assuntos relativos ao futebol. Já a Record veicula desenhos animados do *Pica Pau* na Record Kids. A TVE-RS tem programação voltada para o público jovem com o Radar, que dá espaço para novas bandas e produz reportagens musicais. Na Ulbra TV são transmitidos seriados como *Buffy – a caça vampiros*.

3.3 O TELESPECTADOR DA CLASSE MÉDIA

Os números apresentados no item anterior mostram que a audiência do Jornal do Almoço é composta principalmente por indivíduos da classe C, seguida pelas classes A e B. Essa constatação acentua ainda mais a relevância do nosso tema ao considerarmos o desafio diário da TV aberta e ao lidar com um ambiente de alta competitividade como o telejornalismo, no qual agradar o público é primordial.

Estudo realizado pela consultoria Data Popular, empresa que atua no desenvolvimento de pesquisas e análises para entender como se comporta o mercado emergente, mostra que a

classe C foi responsável por 43,3% do consumo nacional de 2010, com gastos de R\$ 242,9 bilhões. Para termos uma ideia, as classes A e B juntas gastaram R\$ 217,4 bilhões, enquanto as classes C, D e E, R\$ 343,3 bilhões. A pesquisa chama atenção por mostrar o crescimento da importância desta categoria: em 2008 a classe C representava 17% da base de assinantes de TV por assinatura, em 2010 esse número passou para 21% (com 76% de A/B e 3% de classe D). Os dados são da Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA, 2010). Por isso o interesse das emissoras em telejornais que englobem essa categoria:

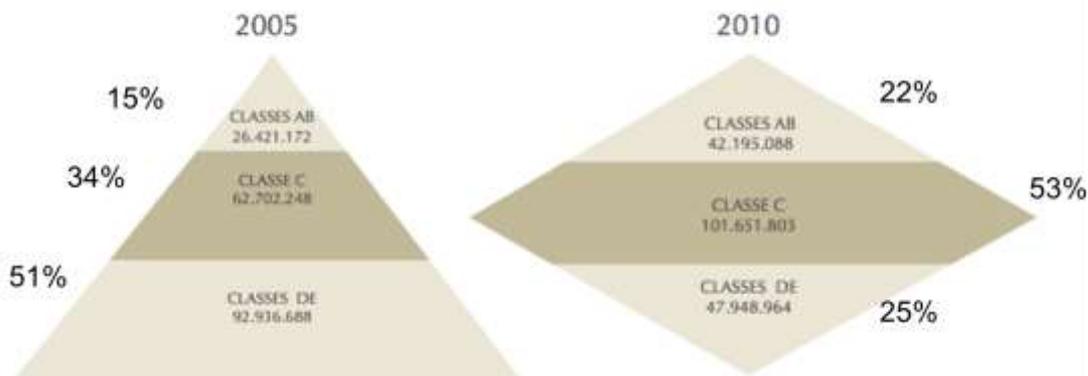
Os espaços telejornalísticos são espaços conquistados pelo sempre crescente interesse da população pelas notícias. Outro fator de importância são as específicas características dos programas jornalísticos com relação ao resto da programação das emissoras. O telejornal é, pelas características dos assuntos que aborda e veicula, o tipo de programa que mais credibilidade proporciona às emissoras (SQUIRRA, 1993, p. 14).

Com base na importância que os telejornais têm desempenhado e levando-se em conta a produção e a divulgação de informações veiculadas pelas emissoras de televisão, consideramos necessário avaliar o conteúdo do JA voltado à classe C. A pesquisa do Data Popular (que englobou capitais como Porto Alegre) indica que as pessoas pertencentes a essa categoria querem mais informação.

3.3.1 A classe média brasileira

A pirâmide social no Brasil agora é um losango. A maior representatividade deixou de ser das classes D e E e passou a ser da classe C; com isso, o padrão de vida dos brasileiros, principalmente os da classe média, tem passado por transformações causadas principalmente pela redução das taxas de inflação, aumento no nível de emprego e da renda. As pessoas passaram a comprar mais alimentos, roupas, calçados e bens de consumo duráveis como automóveis, televisores e geladeiras de melhor qualidade.

Gráfico 2 – Classes sociais



Fonte: Cetelem BGN / Ipsos

A classe média engloba um grande número de pessoas que trabalham em diferentes setores públicos e privados. Seriam operários, professores, autônomos, médicos, advogados etc. Com essa diversidade de ocupações, alguns autores, como Anthony Giddens (2012, p.38), preferem falar em “classes médias” e admitem que o conceito analítico é bastante problemático. Em termos de renda, atualmente a linha que separa a classe operária das ocupações dos chamados “colarinhos-brancos” se desfez. Sendo assim, a classe média não está mais necessariamente ligada a níveis mais altos de educação, renda, riqueza, qualificações ou treinamento frente a trabalhadores braçais altamente qualificados: “Esse fato torna-se especialmente verdadeiro à medida que empregos administrativos são cada vez mais rotinizados, fragmentados e automatizados, tornando mais difícil distingui-los de ocupações da classe operária” (GIDDENS, 2012, p. 37).

Em termos de relevância para o nosso trabalho é importante destacar que a classe média, ou classe C, ou ainda “nova” classe média está na mídia. Nos últimos anos, o assunto gerou inúmeros artigos e reportagens especiais em jornais e revistas, que buscavam conhecer quem eram essas pessoas que “compravam mais”, pagavam suas contas em dia e, diferentemente do que muitos pesquisadores imaginavam, faziam planos para o futuro. As classes populares, antes até desprezadas, ganharam *status* de “potenciais consumidores”. O tema tem sido assunto recorrente nas reportagens dos principais jornais impressos do país. As revistas também deram destaque para o assunto em suas capas para as histórias de vida de pessoas que, com trabalho duro, conseguiram “subir na vida”:

Se a emergência da classe C é um processo sustentável, só o tempo dirá. O que se pode atestar com certeza é que essa transformação deu novo ânimo à economia, despertando o surgimento de negócios, criando empregos e aproximando o Brasil de uma verdadeira economia de mercado (REVISTA VEJA, Edição 2054 - 2 de abril de 2008).

Essa população emergente, com seu desejo de continuar a consumir e seu foco no progresso pessoal, é um sintoma de que o Brasil está melhorando. Em todos os países que alcançaram um alto grau de desenvolvimento econômico e social, a maioria dos habitantes pertence à classe média. Conhecer a nova classe média brasileira é, portanto, fundamental para entender o futuro do Brasil. Quem são essas pessoas? Como melhoraram de vida? Que impacto podem provocar? Quais desafios trazem para o país? (REVISTA ÉPOCA – JUNHO 2011).

Em cinco anos, 32 milhões de pessoas, o equivalente à metade da França, ascenderam socialmente. O fenômeno mais impressionante ocorreu com a antiga classe média baixa, hoje chamada de classe C, que se multiplicou e passou a representar a metade da população do País (REVISTA ISTOÉ - N° Edição: 2128 | 20.Ago.10 - 21:00).

No embalo do crescimento da classe média alguns institutos de pesquisas se especializaram no estudo sobre o consumo dessa categoria social, como por exemplo, o Data Popular⁸ e A Ponte Estratégia⁹. São consultorias assumidamente voltadas para a classe média brasileira. Em suas páginas da internet o Data Popular diz que “foi criado para produzir conhecimento de qualidade sobre o mercado popular no Brasil”; já A Ponte Estratégia foca a as empresas que decidirem mudar o foco para investimentos na classe média. Entre os clientes desses institutos de pesquisa estão a Rede Globo e a RBS TV (que transmite o Jornal do Almoço, foco de nossa pesquisa). Com base no resultado desses estudos, as empresas de comunicação também buscaram projetar um processo de modificações em sua programação para atender a essa nova clientela: a emergente classe C. As mudanças afetaram as áreas de novelas, os programas de humor e, claro, o jornalismo.

Mas afinal, como questionou a Revista Época no início deste texto, quem são os integrantes dessa categoria social tão disputada por alguns setores do mercado? Antes de discorrermos sobre a classe média brasileira, cabe aqui uma apresentação, embora sumária, de uma definição sobre classe. Neste contexto usaremos do aporte sociológico de Giddens (2012, p. 315): “Podemos definir classe como um grande agrupamento de pessoas que compartilham recursos comuns, influenciando o tipo de estilo de vida que podem ter. A posse de riqueza e a ocupação são as principais bases das diferenças de classe”.

Mas é bom lembrar, como bem dispõem Souza e Lamounier (2010), que existem pelo menos dois conceitos em sociologia de classe social: o marxista e o weberiano. Os autores

⁸ www.datapopular.com.br/

⁹ www.ponteestrategia.com.br/

trazem o conceito de tradição marxista, para o qual classe seria um grupo bem delimitado: “...consciente de si e dotado de estilos de vida, padrões de comportamento e projetos de sociedade diferenciados em relação a grupos similares” (SOUZA; LAMOUNIER, 2010, p. 13). Na visão marxista as camadas médias estariam condenadas a desaparecer entre a burguesia e o proletariado. Por outro lado, a tradição weberiana englobaria características mensuráveis, como a educação, a renda e a ocupação, ou seja, uma posição comum na estrutura de produção. Nesta se concebe as classes como agregados sociais que raramente chegam a se tornar conscientes e a agir de maneira unitária no campo político. A ótica weberiana pensa em camadas sociais que não encolhem, ao contrário, se expandem na medida em que o capitalismo avança.

Enquadrar as pessoas em determinada classe social é um processo complicado no Brasil e em qualquer país do mundo. Segundo Marcelo Cortes Neri (2008, p. 23), “definir classe média é como definir um elefante, se você nunca viu um fica difícil visualizá-lo”. Alguns pesquisadores usam como critério apenas o fator renda, outros levam em conta o patrimônio, ocupação e nível de escolaridade. Todavia, vem desde as sociedades primitivas a necessidade de categorizar os distintos grupos sociais, com o fim de decodificar os que detêm poder simbólico daqueles que não o detêm. Conforme Sílvio Luiz de Oliveira (1987, p. 8):

Mesmo as teorias que definem ou estruturam a sociedade em categorias opostas, proprietários e escravos, senhores, vassalos e servos, ricos e pobres, dominantes e dominados, elites e massas, clérigos e laicos, incluindo-se naquelas a teoria Weberiana, são, em uma certa medida, teleológicas; isto é, a estruturação da sociedade nessas categorias opostas é necessária para pensar o movimento das estruturas.

Para essas teorias importaria apenas a estrutura da sociedade, vista como estática. Não é dado o poder de transformação às categorias, o que se mostra uma visão oposta à teoria marxista, em que os indivíduos ocupam uma posição no processo de produção. No caso marxista, teríamos a posição que detém o capital e a que detém a força de trabalho: “Entre essas duas classes, Marx (1818-1883) identificou uma classe intermediária, a pequena burguesia, que tenderia a desaparecer e ser absorvida pelo proletariado” (GOHN, 1999, p. 37).

Oliveira (1987) ainda ressalta que essa burguesia nada tem a ver com a classe média, que surgiria num contexto mais contemporâneo. O autor aponta um problema fundamental na teoria marxista das classes sociais: ela privilegia a esfera da produção em detrimento da política. O problema já teria sido superado nas teorias marxistas contemporâneas. Segundo Maria da Glória Gohn (1999), elas continuam considerando classe social como uma categoria

econômica fundamental, que reúne grupos, indivíduos e movimentos na sociedade civil e política, mas perdeu a sua essência exclusivamente econômica.

Na opinião de Bourdieu (1983), a luta de classes está expressa nos estilos de vida e nos gostos de classes, os quais são produzidos e apreendidos no processo de socialização dos indivíduos e inscritos nas condições de existência deles. Para cada posição no espaço social existe um correspondente estilo de vida, que se produz e se reproduz naquelas condições:

As práticas e as propriedades constituem uma expressão sistemática das condições de existência (aquilo que chamamos estilo de vida) porque são o produto do mesmo operador prático, o *habitus*, sistema de disposições duráveis e transponíveis que exprime, sob a forma de preferências sistemáticas, as necessidades objetivas das quais ele é o produto (BOURDIEU, 1983, p. 82).

Bourdieu (1983) expõe que não são as condições financeiras que determinam os estilos de vidas e, conseqüentemente, as classes sociais. O autor afirma que são as condições sociais em que vivem os indivíduos que determinam a posição social. Ele não nega as condições de produção e divisão do trabalho, mas elaborou o conceito de “capital cultural”. Um dos principais argumentos de Bourdieu é o de que os sistemas de educação e afirmação de gosto funcionam tão bem para legitimar a cultura dominante e a reprodução das relações de classe exatamente porque aparentam ser uma esfera “autônoma” do econômico e do político.

Para classificar e definir a identidade social de um grupo é necessário analisar sua gênese, suas formas de ser, estilos, modos de consumo, formas de linguagem, comportamento corporal, *habitus*, capitais culturais, sociais e simbólicos, etc. Ou seja, como aponta Souza (2010, p. 23), para haver uma classificação social “é necessário haver uma transferência de valores imateriais na reprodução das classes sociais”. Ser de uma classe e pertencer a ela, neste caso, está muito além da posse de determinados bens de consumo.

Considerando que nosso trabalho enfoca a classe média brasileira, não poderíamos nos esquivar de alinhar algumas considerações sobre essa discussão. No entanto, dado à vastidão desse debate, sobretudo no âmbito da sociologia, nossas observações são apenas um indicativo de que não desconhecemos a polêmica sobre o tema, sem, contudo, abordá-lo em profundidade, já que nosso objeto de estudo é outro.

3.3.1.1 História da classe média no Brasil

A classe média no Brasil era inexpressiva no período colonial, visto que a instabilidade do modo de produção do período favorecia o não trabalho dos homens pobres livres, sendo priorizada a mão de obra escrava (GUERRA et al, 2006, p. 27). Os grupos médios, considerados ralos e insignificantes, estavam ligados à oligarquia dominante, subordinada a ela, em geral, integrando-a, sem formar um grupo significativo de artesãos especializados, já que a maioria era formada por escravos ou ex-escravos. Segundo Alexandre Guerra et al (2006), a base econômica para o surgimento da classe média no Brasil surgiria apenas em 1930, quando do crescimento dos novos modelos dos empregos assalariados, melhor remunerados e vinculados ao projeto de industrialização e urbanização do país. Esse período vai de 1930 a 1980:

A economia nacional expandiu vigorosa e rapidamente o seu parque produtivo urbano, o que permitiu constituir uma significativa classe média cidadina assentada especialmente nos empregos intermediários da estrutura ocupacional. Com isso, houve uma ruptura com o que se conhecia até então como sendo classe média no Brasil (GUERRA et al, 2006, p. 28).

Durante este período a economia se intensificou, possibilitando a formação de uma classe média urbana expressiva, rompendo com o modelo da conhecida classe média brasileira. Desde, então, mostra-se representativa como força política, interferindo na nova estrutura de poder. Embora, em geral, centralizadora e elitista, a classe média brasileira garantiu que outros grupos sociais manifestassem suas necessidades, aumentando o seu campo de representação política. Com o projeto de industrialização nacional, os salários da classe média aumentaram, sendo que, no final de 1960, a classe média assalariada superou “as camadas médias proprietárias e detentoras de algum meio de produção” (GUERRA et al, 2006, p.30).

Na chamada “Era Vargas”, nos anos de 1930 a 1955, uma parcela expressiva da classe média ocupava os cargos oferecidos pelo setor público. Os membros dessa categoria mantinham vínculos empregatícios tanto no campo das funções públicas tradicionais — educação, saúde e previdência social — quanto nas atividades empresariais. A classe média é beneficiada pelo acesso aos níveis educacionais mais elevados, sendo esse um dos fatores impulsionadores da sua mobilidade e ascensão, e que a distingue de outros segmentos que se mantiveram excluídos daqueles serviços, como interpreta Giddens (2005, p. 242): “Por mérito de suas credenciais educacionais ou de suas qualificações técnicas, os membros da classe

média ocupam posições que lhes proporcionam vantagens materiais e culturais maiores do que aquelas desfrutadas pelos trabalhadores manuais”.

Durante o governo de Juscelino Kubitschek (1956-60), a classe média assalariada ganhou mais expressão no setor privado: “Com o Plano de Metas, as grandes empresas transnacionais se instalaram no Brasil (automobilista, material elétrico, entre outras), passaram a utilizar crescente mão de obra com maior qualificação, geralmente com ensino médio e superior, acompanhada de salários maiores em relação aos dos operários do chão de fábrica” (GUERRA et al, 2006, p. 31). Guerra et al (2006) apontam o padrão de consumo da classe média como um fator fundamental para a formação da identidade e diferenciação dessa categoria, sendo o recebimento de salários o esteio que a sustenta e que permite que ela adote outros mecanismos que a diferenciam dos outros segmentos sociais. A aspiração cultural, a meritocracia educacional, a realização profissional, o destaque na estrutura de poder, além do conforto oferecido pelo alto consumo completam o padrão de vida idealizado pela classe média.

Mangabeira Unger, no prefácio de *Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?* (2009), de Jessé de Souza, afirma que um dos acontecimentos mais importantes no Brasil, na última década, foi o surgimento de uma nova classe média. Segundo o autor, “ela é composta por milhões de pessoas que lutam para abrir ou para manter pequenos empreendimentos ou para avançar dentro de empresas constituídas, pessoas que estudam à noite, que se filiam a novas igrejas e a novas associações, e que empunham uma cultura de autoajuda e de iniciativa” (UNGER apud SOUZA, 2009, p. 10). E o autor segue comentando que ao chamar os emergentes de “nova classe média” está se querendo dizer que, no país, as classes médias, e não os pobres, passam a formar o grosso da população. Os “batalhadores”, como Souza (2009) os chama, se assemelhariam mais a uma classe trabalhadora precarizada, típica do pós-fordismo. Seria uma classe sem direitos e garantias sociais, que trabalha de 10 a 14 horas por dia, estuda à noite e faz bicos nos finais de semana. Souza (2009) afirma, em sua obra, que não basta quantificar a renda dos “batalhadores”, mas sim comparar essa nova classe tanto com as classes médias “verdadeiras” quanto com os desclassificados sociais, que ele chama de “ralé”, para denunciar seu abandono. Os “emergentes” ou “batalhadores” não teriam nenhum dos privilégios de nascimento da classe média verdadeira e, mais especialmente, o tempo livre que permite a apropriação do conhecimento útil e valorizado, chamado por Pierre Bourdieu de “capital cultural”, o qual caracterizaria essa classe média. Aqueles, os batalhadores, seriam os brasileiros que

construíram os fundamentos do desenvolvimento econômico que o Brasil vive nos últimos anos.

3.3.1.2 A “nova” classe média brasileira

Para tentar responder ao questionamento inicial, “afinal, o que a classe média quer ver no Jornal do Almoço?”, temos que abordar também a “nova” classe média, que está sendo disputadíssima por diversos segmentos da economia. Segundo Giddens (2012), atualmente a “velha” classe média perdeu muito de sua independência econômica e está separada da “nova”. Em nosso estudo, usaremos como base a pesquisa publicada em 2010 pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e adotaremos como indicador o critério da renda, por ser usado pelas empresas de comunicação na hora de definir seu público-alvo, embora no âmbito sociológico ele possa ser fortemente criticado:

[...] problema surge com o uso do termo “média”, porque é duvidoso que a classe média esteja, em qualquer sentido da palavra, no intervalo entre a classe alta e as classes baixa e operária. Em termos de renda e riqueza, por exemplo, grande parte do que é considerado de classe média está muito mais perto da classe operária do que da classe alta; a maioria das ocupações de classe média implica baixos níveis de autoridade; e ela não exerce mais propriedade real ou controle sobre os meios e processo de produção do que a classe operária (JOHNSON, 1997, p. 37).

A FGV considera que a “nova” classe média é composta por famílias com rendas entre três e dez salários mínimos¹⁰. Atualmente, este estrato já corresponde a mais da metade da População Economicamente Ativa (PEA). Os dados foram baseados no estudo intitulado “A nova classe média”, apresentado pelo economista Marcelo Neri (2010, p. 5), o qual mostrou que o número de famílias nesta categoria subiu de 42,26% para 51,89% entre 2004 e 2008:

O Brasil foi promovido no primeiro semestre de 2008 a “*investment grade*” pelas agências internacionais de *rating*. Em 2007 passou a integrar o grupo de países com Índice de Desenvolvimento Humano (IHD) alto pela ONU. O presente estudo revela a contrapartida disto no dia a dia da parte mais sensível da anatomia humana: o bolso. A parcela da Classe C subiu 22, 8% de abril de 2004 a abril de 2008, neste mesmo período a nossa Classe A & B subiu 33,6%. Portanto de antemão para quem acha que a classe média é mais rica que a nossa classe C, a conclusão que a classe média cresceu não é afetada, pelo contrário. Outro ponto inicial, os indicadores substantivos assim como os simbólicos indicam a ocorrência de um *boom* na classe C: casa, carro, computador, crédito e carteira de trabalho estão nos seus níveis recordes históricos.

¹⁰ Optamos pelo critério adotado pela Fundação Getúlio Vargas.

Pela metodologia da fundação, a qual, como já citamos, se baseia na renda de trabalho, foram consideradas pessoas em idade ativa de 15 a 60 anos, e uma família é considerada de classe média (classe C) quando tem renda mensal entre R\$ 1.064 e R\$ 4.591 (os valores eram baseados no salário mínimo da época). A chamada elite (classes A e B) tem renda superior a R\$ 4.591, enquanto a classe D (classificada como “remediados”) ganha entre R\$ 768 e R\$ 1.064. A classe E (pobres) reúne famílias com rendimentos abaixo de R\$ 768. Segundo o estudo, entre 2004 e 2008, as famílias das classes A e B cresceram de 11,61% para 15,52% da população. Já os brasileiros da classe D passaram de 46,13% para 32,59%:

A Classe C é a classe central, abaixo da A e B e acima da D e E. A fim de quantificar as faixas, calculamos a renda domiciliar per capita do trabalho e depois a expressamos em termos equivalentes de renda domiciliar total de todas as fontes. A faixa C central está compreendida entre os R\$ 1064 e os R\$ 4561 a preços de hoje na grande São Paulo. A nossa classe C está compreendida entre os imediatamente acima dos 50% mais pobres e os 10% mais ricos na virada do século (NERI, 2010, p. 5).

Para levantar os dados, a FGV analisou informações do Ministério do Trabalho e do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e concluiu que a redução da pobreza entre 2002 e 2008, em seis regiões metropolitanas (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife e Salvador), foi de 13,5%. Na avaliação de Neri (2010), a redução da pobreza e o crescimento da classe média refletem diretamente o aumento do emprego com carteira assinada. Segundo dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), só nos seis primeiros meses do ano de 2008 foram gerados 1,361 milhão de novos postos de trabalho, um aumento de 24,3% em relação ao primeiro semestre de 2007, recorde para o período.

O economista ainda ressalta, na pesquisa, que são duas as perspectivas na classificação das classes: a primeira é pela análise das atitudes e expectativas das pessoas (este tipo de abordagem foi desenvolvida nos anos 50 e 60 por George Katona, psicólogo behaviorista) e a segunda pelo Critério Brasil. Seguindo a linha da primeira, Thomas Friedman (2005) define classe média como aquela que tem um plano bem definido de ascensão social para o futuro. Esta fábrica de realização de sonhos individuais é o motor fundamental para a conquista da riqueza das nações. O combustível é o anseio de subir na vida; o lubrificante é o ambiente de trabalho e negócios:

A ascensão desta “nova” [grifo nosso] classe média é a principal inovação recente nesta década que se confirma aqui como a da redução da desigualdade e tem sido propulsionada por ela e agora volta do crescimento. O ingrediente fundamental deste crescimento do bolo com mais fermento para os grupos pobres e agora nos últimos anos para a classe média é a recuperação do mercado de trabalho, em particular da ocupação (NERI, 2010, p. 6).

O Critério Brasil, que vem a ser a segunda forma de definir as classes econômicas nas faixas E, D, C, B e A, é utilizado pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP), que mede o potencial de consumo com base no acesso e número de bens duráveis (TV, rádio, lava-roupa, geladeira e freezer, videocassete ou DVD), banheiros, empregada doméstica e nível de instrução do chefe de família. Assim, o pesquisador ressalta que, seja do ponto de vista do consumidor, seja do produtor, os números apontam para o *boom* na classe C: casa, carro, computador, crédito e carteira de trabalho atingiram seus recordes históricos.

O que é ser de Classe C? Computador, celular, carro, casa financiada, crédito em geral e produtivo em particular, conta-própria e empregadores, contribuição previdenciária complementar, se sairmos daquelas iniciadas com C temos ainda diploma universitário, escola privada, plano de saúde, seguro de vida (NERI, 2010, p. 41).

O estudo mostra que, entre os anos de 2004 para 2009, mais de 30 milhões de pessoas tiveram uma ascensão social, e a mesma terá implicações sociais e políticas importantes. É bom lembrar que esse crescimento, como mostra a pesquisa de Neri (2010), da FGV, não decorre de nenhum programa social de governo. A vida melhorou a partir de empregos formais obtidos no setor privado, isso principalmente a partir de 2004 (como visto acima). Nesse ano, a economia brasileira, ancorada na estabilidade macroeconômica e apoiada por um ambiente externo extremamente favorável, começava a deslançar.

O economista Marcelo Neri pondera que o governo colaborou no processo com os reajustes reais do salário mínimo — base da remuneração de membros da família — e com a fiscalização para forçar as empresas a assinarem as carteiras de trabalho. “A volta da carteira de trabalho talvez seja o elemento mais representativo de ressurgimento da centralidade da classe média brasileira” (NERI, 2010, p. 7). Convém observar que a formalização do emprego é uma consequência do crescimento das empresas, que puderam pagar o salário mínimo oficial não porque o governo determinava, mas porque estavam faturando mais. Aliado a tudo isso temos o crédito, que permitiu a compra do computador, da geladeira de duas portas — com congelador que armazena as comidas congeladas compradas em promoções — e da TV de tela plana de 42 polegadas. Muitos autores, como Souza e Lamounier (2006), chamam atenção para o fato de que a pobreza melhorou sua condição econômica e avançou para a

classe C, “não por programas sociais do governo, mas sim por empregos formais obtidos no setor privado a partir, principalmente, de 2004. Foi o ano da estabilidade macroeconômica que veio apoiada por um ambiente externo favorável ao crescimento”. Sobre o assunto, o economista Carlos Alberto Sardenberg opina:

Pode-se dizer que o governo colaborou no processo com os reajustes reais do salário mínimo — base da remuneração de membros da família — e com a fiscalização para forçar as empresas a assinarem as carteiras de trabalho. Faz sentido, mas convém notar que a formalização do emprego é uma consequência do crescimento das empresas (SARDENBERG, 2011)¹¹.

Pesquisas da consultoria Data Popular já haviam mostrado como a TV tem uma função agregadora, reúne e mantém a família em casa. Claro que um aparelho de qualidade funciona melhor, e assim a pessoa pode passar mais tempo na frente da TV, mas isso só descobriremos ao longo de nosso estudo. A pesquisa (que englobou capitais brasileiras, entre elas, Porto Alegre) indica que as pessoas pertencentes a essa categoria querem mais informação. O Data Popular conduziu mais de 200 estudos sobre o comportamento do consumidor no Brasil e descobriu que os integrantes desse estrato econômico querem mais informação em temas variados como nutrição, tecnologia, cartão de crédito e dicas de como falar ou se vestir. E os atrativos para esta categoria econômica são artistas de origem modesta, no estilo “gente como a gente”, que causam identificação, com um discurso que traga humor e sem “lições de vida”. A conclusão dos estudos é de que a classe média não deseja o estilo de vida das elites e prefere produtos que valorizam a sua origem. O interesse pela pesquisa do Data Popular em detrimento do trabalho de A Ponte Estratégia se deve ao fato de a primeira ser utilizada pela RBS TV, que produz o Jornal do Almoço.

Na maioria das famílias da classe média brasileira, os pais ainda são mecânicos, pedreiros, empregadas domésticas, cozinheiras, cabeleireiros e profissionais liberais, e os filhos, vendedores de lojas, operadores de telemarketing e recepcionistas. De modo geral, quem comanda essas famílias tem uma escolaridade baixa, porém, seus filhos já estão seguindo outro rumo: um levantamento da consultoria Data Popular mostra que 68% dos jovens da “nova” classe C estudaram mais que seus pais. Nas classes A e B esse percentual não passa de 10%. Os dados revelam a importância que o estudo tem hoje na vida dos futuros chefes de família da classe que mais cresce no Brasil. Hoje, o sonho de muitos desses jovens não é apenas o carro zero e o celular de última geração; o diploma de Ensino Superior e o

¹¹ <http://www.eagora.org.br/arquivo/a-nova-classe-c-escapa-do-governo>

MBA tornaram-se mais importantes do que qualquer outro produto disponível no mercado. É uma classe média que luta pelo que quer, sabe o seu valor e deve ser ouvida. É isso o que revelam as pesquisas dos institutos citados.

4 OPÇÕES METODOLÓGICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

O objetivo principal da pesquisa é conhecer o que a classe econômica que mais cresce no Brasil, a classe média, representada por moradores de Porto Alegre, quer ver no Jornal do Almoço. A opção pelo Jornal do Almoço se deu por ser um dos mais importantes telejornais da RBS TV, bem como por sua história, já relatada no capítulo anterior. Além disso, nos últimos anos, mudanças significativas foram realizadas no seu modo de fazer telejornal, buscando-se, sobretudo uma aproximação com as classes populares. Esta reformulação se deu através de novos cenários, informalidade na apresentação, notícias curtas e a utilização de uma profusão de vinhetas. O conteúdo ficou menos “A e B”¹², voltando-se principalmente aos integrantes da classe média, público identificado nos estudos da consultoria Data Popular. O programa do meio-dia consegue atingir um número expressivo de telespectadores, o que também justifica esta pesquisa. Neste caso, procura-se justamente conhecer a recepção junto à classe média (no presente estudo, a de moradores de Porto Alegre) e qual conteúdo ela quer efetivamente ver. Assim, nossa investigação pauta-se pelo seguinte questionamento: “afinal, o que a classe média quer ver no Jornal do Almoço?” A resposta a essa pergunta será buscada em um mergulho empírico, isto é, nas práticas de um grupo de telespectadores da cidade de Porto Alegre. Em nosso estudo, nos apropriaremos de três das mediações de Martín-Barbero: *institucionalidade*, *tecnicidade* e *ritualidade*. Elas serão empregadas da seguinte forma:

- a) **institucionalidade**: entendemos que esta mediação se viabiliza mediante os princípios do jornalismo da RBS, que empiricamente são detectados via estudo da produção do Jornal do Almoço, das estratégias de diretores e editores da RBS TV e das mudanças operadas no programa, as quais buscam melhores índices de audiência;
- b) **tecnicidade**: entendemos que esta mediação trata de como a técnica e o gênero agem no texto, portanto, concretiza-se no estudo do Jornal do Almoço, que chega à casa dos receptores;
- c) **ritualidade** – entendemos que esta mediação diz respeito a como o Jornal do Almoço é consumido, isto é, como se dá o processo de assistência (por exemplo, onde se assiste e com quem se assiste) e qual sua credibilidade.

¹² Levando-se em conta a divisão de classes no Brasil em A, B, C, D e E. Sendo que os integrantes da “A e B” seriam considerados a elite econômica do país.

A teoria das mediações já foi apropriada para os estudos do jornalismo por Ângela Felippi (2006), na tese *Jornalismo e identidade cultural: construção e identidade gaúcha e Zero Hora*. A autora parte da concepção da mídia e do jornalismo como importantes construtores da realidade social e constituidores das identidades culturais. Em termos metodológicos, Felippi valeu-se do mapa metodológico proposto por Jesús Martín-Barbero. A tese percorreu os momentos do mapa e as mediações da *institucionalidade, tecnicidade, ritualidade e sociabilidade*. Identificou as matrizes culturais da identidade gaúcha hegemônica, o funcionamento da produção do jornal Zero Hora, o discurso do jornal relativo à identidade em questão por meio dos textos jornalísticos e as competências de recepção e consumo através da caracterização do leitor do jornal. O percurso permitiu identificar os processos de construção identitária elaborados pelo jornal, bem como os movimentos de Zero Hora para sua afirmação e manutenção no mercado de mídia da região onde se situa, apontando para os caminhos que vêm sendo percorridos pela imprensa em geral.

O modelo de Martín-Barbero também foi apresentado e implementado por Anna Paula Knewitz (2006), como lugar de encontro entre duas perspectivas: os Estudos Culturais e a Cibercultura. Na dissertação de mestrado *A leitura jornalística na contemporaneidade: novas e velhas práticas dos leitores de ZeroHora.com*, a pesquisadora fez o entrelaçamento entre essas duas áreas por meio de diálogo promovido entre duas mediações apropriadas do mapa barberiano: *tecnicidades e ritualidades*, sendo a primeira utilizada para abordar as inovações tecnológicas, e a segunda para demonstrar como elas são incorporadas e reorganizam as práticas cotidianas. A autora optou por um recorte que engloba o domínio das *tecnicidades* e das *ritualidades* por acreditar que: “... por meio delas mais facilmente se pode visualizar a forte ingerência das tecnologias da comunicação sobre as práticas socioculturais contemporâneas (KNEWITZ, 2010, p. 29). E completou:

Enquanto o quadrante das tecnicidades permite pensar a absorção de novos produtos culturais, o quadrante das ritualidades deixa ver se essas novidades engendram ou não repetições simbólicas, consolidando-se como uma prática semantizada, um rito. Ou seja, enquanto as tecnicidades subsidiam o estudo da forma com que os sujeitos se relacionam com os suportes, com os formatos e com os conteúdos, as ritualidades subsidiam o estudo da forma com que os sujeitos incorporam e dão sentido a esses elementos em seu dia a dia. (KNEWITZ, 2010, p. 29-30).

Desta forma, temos a aplicação do modelo barberiano em dois estudos: um que usou as quatro mediações, e outro que, ao fazer um recorte, apropriou-se de duas delas. Knewitz (2010, p. 29) justificou essa opção citando Ronsini e Santi (2008, p. 65):

Dentro das pesquisas de recepção, as mediações culturais se constituem apenas num modelo ou perspectiva de compreensão da relação entre cultura e meios de comunicação. Elas não são vias pavimentadas, fixas e prontas disponíveis à explicação de um determinado fenômeno. Trata-se de um caminho novo, dinâmico e em construção, no qual o próprio objeto de estudo é quem revela quais as mediações que estão interferindo no processo que irão compor o trajeto.

Em nosso caso, além da investigação empírica da *ritualidade*, isto é, do assistir ao telejornal, empreendeu-se a análise de um *corpus* do JA para viabilizar o estudo das mediações da *tecnicidade* e da *institucionalidade*. Acreditamos que, por meio dessas três mediações, poderemos chegar às respostas de nossa investigação.

Assim, dividimos a pesquisa em três etapas: a primeira consistiu na coleta de dados através de questionário socioeconômico junto a um grupo de informantes; a segunda, num questionário para acompanhamento, por cinco dias, do JA, por um grupo de informantes que já havia participado da primeira fase da pesquisa. Eles puderam emitir opinião sobre conteúdos específicos do programa. E, numa terceira etapa, fomos atrás desses telespectadores em suas casas ou ambiente de trabalho, para buscarmos respostas no cotidiano, nas experiências de vida da classe média e no contexto de apropriação da mídia e do conhecimento, a fim de compreender a recepção do Jornal do Almoço.

Como instrumentos de coleta de dados, utilizamos o questionário, a observação do espaço doméstico e a assistência do telejornal na casa de informantes. Ao longo da coleta de dados na primeira fase de pesquisa, fomos definindo o número de entrevistas e de entrevistados. Seguimos a recomendação de Cáceres (1998), citada por Knewitz (2010, p. 117):

A priori, o investigador não pode fixar o número de entrevistas necessárias para o desenvolvimento da investigação. Se o procedimento do estudo da metodologia qualitativa se caracteriza mais por ser um processo de encontro do que de busca performativa, o investigador terá que determinar, no próprio processo de captura da informação, a amostra que abarque seu estudo.

Sendo assim, interrompemos o processo ao atingirmos 55 entrevistas, pois as informações coletadas mais reforçavam constatações do que agregavam descobertas inéditas. Priorizamos a escolha de telespectadores de diferentes perfis, que abarcassem ambos os sexos, diversas áreas de formação e, sobretudo, variadas idades, pois assim teríamos uma amostra mais próxima de quem assiste ao Jornal do Almoço.

Na segunda etapa da pesquisa, conseguimos contatar 20 participantes que responderam ao questionário socioeconômico e obtivemos o retorno de 13 pessoas que

fizeram, efetivamente, o acompanhamento do telejornal por uma semana. E, finalmente, na terceira etapa, realizamos 10 entrevistas, que foram gravadas e posteriormente transcritas. Com o material em forma de texto, o primeiro passo foi identificar os temas que mais se destacaram e a forma como foram interpretados pelos telespectadores. Num segundo momento, esses assuntos foram categorizados. As categorias não foram previamente determinadas, mas construídas em torno dos discursos dos entrevistados. Também foram analisados o ambiente, as rotinas e o modo de assistência do Jornal do Almoço.

A técnica de análise escolhida para trabalhar a massa de dados coletados foi a análise de conteúdo (AC). Ela caracteriza-se por não fazer uma leitura simples do real, aceitar o caráter provisório de hipóteses e definir planos experimentais ou de investigação. Para Laurence Bardin (1997, p. 38-42), a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações que visa obter indicadores (quantitativos ou não) que permitam chegar a conhecimentos relativos às condições de produção/recepção das mensagens. Ela se compõe de três grandes etapas: a pré-análise; a exploração do material e o tratamento dos resultados e interpretação.

São dois os tipos de textos que podem ser trabalhados pela AC: os textos produzidos em pesquisa, através das transcrições de entrevistas e dos protocolos de observação (que fizemos com telespectadores do Jornal do Almoço); e os textos já existentes, produzidos para outros fins, como textos de jornais (no nosso caso, o conteúdo informativo veiculado pelo JA). De toda forma, o tipo de análise escolhido para interpretar a recepção do Jornal do Almoço privilegiou o tratamento qualitativo de dados:

A pesquisa qualitativa não se baseia no critério numérico para garantir sua representatividade. Uma pergunta importante neste item é “quais indivíduos sociais têm uma vinculação mais significativa para o problema a ser investigado?” A amostragem boa é aquela que possibilita abranger a totalidade do problema investigado em suas múltiplas dimensões (MINAYO, 1994, p. 43).

Entretanto é bom lembrar que, também, trabalhamos com princípios de tratamento quantitativo, pois as respostas dos questionários aplicados aos telespectadores do Jornal do Almoço foram tratadas via o *software* Sphinx. Segundo Bonin (2000, p. 82), é “um *software* desenhado para auxiliar o desenvolvimento de pesquisas quantitativas nas operações de construção de instrumentos e tratamento de dados. Foi idealizado pelos pesquisadores franceses Yves Baulac, Jean de Lagarde e Jean Moscarola”. Sua introdução no Brasil foi realizada por pesquisadores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

O *software* Sphinx auxilia na concepção da pesquisa, levantamento, digitação e análise de dados que necessitam de um tratamento prático e de bom senso que os transformem em informação. Lírian Sifuentes (2010, p. 36) afirma:

[...] no que se refere ao estudo da recepção, Orozco (1997), embora não apresente uma “receita infalível” sublinha que observar as *redundâncias* presentes nas falas dos entrevistados é um passo imprescindível para realizar a interpretação. A partir da apreensão dos elementos que se repetem, é possível captar quais são os aspectos mais relevantes das entrevistas.

A pesquisadora pondera, ainda, que a análise nunca será objetiva:

Os resultados das investigações empíricas, portanto, são “sempre, necessariamente, uma representação (não é o reflexo transparente de uma realidade preexistente), e as informações sobre o que as pessoas fazem com a televisão sempre incluem alguma interpretação.” (MORLEY, 1996, p. 258). Segundo Lopes (2005, p. 152), isso não se configura como um problema, e sim como uma especificidade da área de conhecimento na qual nos incluímos. Somente através da “elaboração interpretativa dos dados que se pode atingir um padrão de trabalho científico unificado na área de conhecimento da comunicação” (SIFUENTES, 2010, p. 36).

Enfim, esse foi o desenho metodológico adotado para desenvolver a presente investigação sobre o Jornal do Almoço.

5 INSTITUCIONALIDADE: UM NOVO JA

Mudar uma concepção tradicional de um telejornal não é uma tarefa fácil, ainda mais quando ao longo dos anos ele foi direcionado para privilegiar as classes no topo da pirâmide social e cultural. O acolhimento de outros segmentos, principalmente em função da classe média, que vem crescendo vertiginosamente no Brasil mostrou-se necessário e desafiante para o Jornal do Almoço. A *institucionalidade* de Martín-Barbero (2009) refere-se ao estudo da produção, aos interesses econômicos e políticos do emissor. Ela revela-se na competitividade e na busca constante por melhores índices de audiência, objetivos de produtores, editores e diretores, isto é, da RBS TV. A *institucionalidade* aparece então como “uma mediação densa de interesses e poderes contrapostos” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 17).

No ar desde 1972, o JA é o mais antigo telejornal da RBS TV. Em 45 minutos diários ele aborda assuntos diversos, relacionados à cultura, variedades, noticiário factual, musicais, entrevistas ao vivo e comentários. Com base nas informações obtidas com o departamento de marketing da RBS TV¹³, procuramos entender as mudanças efetuadas no telejornal, realizadas a partir de um trabalho de pesquisa qualitativa que começou a ser feito em julho de 2009, encomendada pela emissora, que culminou com a apresentação do telejornal em novembro de 2010. O nome escolhido para fazer esta mudança foi o do jornalista Raul Ferreira (2011):

Em maio de 2010 tivemos a missão de fazer uma mudança em um produto que até então tinha uma tradicional participação nos últimos 38 anos na vida dos gaúchos. Uma pesquisa com este mesmo público realizada em 2009 nos indicava que, além da audiência estável, havia uma satisfação comodista com a maneira do nosso telespectador em acompanhar o andamento do programa. Tínhamos o grande desafio então de fazer um jornal que foi batizado pelo Eurico Meira (gerente de jornalismo) e pelo Gérson Cruz (chefe de redação) como o “JA AINDA MELHOR”.

Ferreira conta ainda que “o desafio de mudar” foi tumultuado, mas segundo ele, “a TV precisa mudar constantemente, nem que seja preciso errar para acertar quantas vezes forem necessárias”. A primeira constatação foi a de que tinha em mãos um jornalismo “comodista”, com um público que assistia ao programa sem nada que o incomodasse. Então, foi preciso incomodar: “Precisávamos mostrar a mudança, dar um pé na porta mesmo. Às vezes ocorreram exageros, mas era para o público identificar que ali havia algo de diferente”¹⁴. A partir do intuito de “fazer diferente” foi montado um plano de ação com o objetivo de

¹³ Informações obtidas com Pedro Morschbacher, do departamento de marketing da RBS TV, no dia 26 de setembro de 2011.

¹⁴ <http://metodistadosul.tempsite.ws/universoipa/especial/jornalismo-ipa/1171-coragem-para-mudar.html>
Acessado em 05/09/2012

estruturar e pôr em prática um novo jeito de fazer o programa que existia há quase 40 anos na RBS TV.

5.1 PLANO DE AÇÃO

Um plano de ação objetivou, segundo a empresa, “retomar a capacidade de crescimento de audiência do Jornal do Almoço”, um telejornal com linguagem marcada pela descontração e informalidade, com temas de atualidade, comportamento e os fatos da manhã. Uma mudança considerada arriscada por se tratar de um produto de mídia tradicional, presente havia 38 anos na vida dos gaúchos. Para chegar às referidas mudanças, o telejornal teria que passar por etapas: investir cada vez mais na produção de conteúdos relevantes, mas com foco no segmento da maioria (classe C); ser mais acessível, para ser mais abrangente; surpreender através da inovação; desenvolver o programa em outras plataformas.

A primeira mudança efetiva veio com a troca da equipe de comando do programa em maio de 2010: novo editor responsável (Raul Ferreira assumiu no lugar de José Pedro Villalobos), novo editor executivo (Basílio Rota assumiu um papel que estava desocupado no telejornal¹⁵), bem como a transformação da equipe com a busca de novos formatos para o “novo Jornal do Almoço”, que foi ao ar no dia 22 de novembro de 2010. A seguir, destacamos outros aspectos através dos quais se efetivou a mudança do JA, seguindo o próprio plano de ação da empresa. Isto com o propósito de dar conta da *institucionalidade*, como já foi dito.

5.1.1 Logomarca

A abertura de um telejornal é marcada pela apresentação da marca animada, geralmente associada a som e efeitos em três dimensões (3D). Essa animação é a chamada vinheta, que tem um conceito estético, e, no Jornal do Almoço, ela vem se modificando ao longo do tempo. É um recurso usado para convidar os telespectadores para a programação da TV e tem a função de consolidar a imagem da emissora, estética e simbolicamente. A vinheta tem várias funções e recebe denominação própria:

¹⁵ O cargo também foi ocupado por Michelle Guerra, Ciça Kramer e, no fim de nossa pesquisa, por Ana Rita Assumpção.

Vinheta de abertura e de encerramento, vinheta de identidade, vinheta de chamada, vinhetas de passagem etc. Uma definição aceitável de vinheta pode ser: peça de curta metragem, constituída de algum tipo de signo ou representação, composta de elementos imagéticos, sonoros e mensagem de expressão verbal, usada com fim informativo, decorativo, ilustrativo, de remate, de chamada, de passagem, de identificação institucional (PETRINI, 2004, p. 124).

Vera Íris Paternostro (1999, p. 153) afirma que a vinheta “marca a abertura ou intervalo do telejornal. Normalmente composta de imagem e música característica, trabalhadas com efeitos especiais”. Para a repaginação do programa, foram desenvolvidos projetos gráficos como o da logomarca que aparece na vinheta de abertura do programa e que vem acompanhada da trilha sonora do telejornal.

A nova logomarca e também a vinheta do Jornal do Almoço abandonaram os tons azuis para dar lugar a uma mistura de azul claro, laranja, branco e amarelo. Remetendo à lembrança de "meio-dia", com tons quentes do sol e o azul do céu. Com isso, a RBS TV recuperou a mudança radical feita por Hans Donner, que, em 2008, criou uma nova vinheta, sem tantos movimentos.

Figura 2 – Antiga logomarca do JA



Fonte: RBS TV

Figura 3 - Nova logomarca do JA



Fonte: RBS TV

5.1.2 Mudanças no conteúdo

O conteúdo do Jornal do Almoço também foi destacado nas mudanças, entre elas:

- a) principais notícias do dia;
- b) principais notícias do estado;
- c) Grêmio e Internacional;
- d) curiosidades;
- e) artistas e personalidades;
- f) principais colunistas / comentaristas;
- g) informações culturais;
- h) campanhas próprias;
- i) opinião.

Dentre todo esse conteúdo, o projeto ainda valorizava alguns itens que caracterizariam o programa. São eles:

- a) inovação: – o fazer diferente para surpreender o público do programa e conquistar novos telespectadores;
- b) emoção – investir em reportagens de cunho humano e social;
- c) conteúdos exclusivos – reportagens com o jeito do programa e que apareçam primeiro no JA;

- d) repercussão – matérias que tenham desdobramentos, suscitem discussões e a busca da solução de problemas;
- e) identidade própria – matérias identificadas como “a cara do JA”;
- f) cara e sotaque – o jeito de ser e de viver do gaúcho de todas as regiões do Rio Grande do Sul;
- g) antecipar tendências – tudo o que for novidade deverá aparecer primeiro no Jornal do Almoço;
- h) ponto e contraponto – apresentar o problema e buscar sempre uma solução para o mesmo;
- i) participação do telespectador – sugerindo pautas, enviando conteúdo e opinando sobre o que é mostrado no telejornal;
- j) acompanhamento de assuntos – foco nas notícias diárias, mas também um olho nos desdobramentos do que já foi reportado;
- k) interatividade – o uso das ferramentas da internet para facilitar o contato com o telespectador;
- l) humanização – buscar sempre a interação com os personagens da notícia, procurar compreendê-los para transmitir o fato com isenção, seriedade, mas com olhar personalizado;
- m) improvisação organizada – buscar novas formas de transmitir a notícia, inovar, mas que isso seja feito de forma segura e sem prejuízo da informação;
- n) foco na comunidade – valorização de todos os segmentos sociais, procurando personalizar fatos e modos de vida identificados com as várias camadas da população;
- o) romper o quadrado – inovar, criar novos atrativos para o telejornal;
- p) gerar repercussão – discutir os principais problemas da comunidade com seriedade e visando a solução dos mesmos;
- q) polêmica – não fugir de nenhum assunto, mas sim botá-los em pauta/discussão;
- r) vida real – mostrar as pessoas como elas realmente são, sem máscaras e maquiagens;
- s) credibilidade – para ter sempre a confiança do telespectador.

O plano foi confiado para a equipe do editor-chefe Raul Ferreira:

Sem medo de errar e considerando este fato como propulsor de inovações nos debruçamos em desenvolver uma linguagem dinâmica, clara e com o ritmo necessário para criar uma atratividade maior durante o horário em que o nosso telespectador liga a televisão para se informar, principalmente na região metropolitana, onde os índices do Ibope são computados. E se este resultado for satisfatório nesta região o mesmo resultado tenderia a se estender para todas as praças da RBS no interior (FERREIRA, 2011¹⁶).

Com esse plano de ação, a RBS buscou um Jornal do Almoço com “jeito de programa” mais informal, coloquial, preciso, claro, com estilo, objetivo, único, natural, com interação entre os apresentadores e com estética diferenciada. Um telejornalismo que fosse mais atrativo para a audiência do JA.

5.1.3 Apresentação

As modificações operadas em um telejornal passam, necessariamente, pela figura do apresentador. Ele é o ator discursivo e condutor do programa jornalístico e, de acordo com Elizabeth Duarte e Vanessa Curvello (2009, p. 61): “concentra em sua *pessoa* também uma função de mediação, encarregando-se, por delegação da enunciação, da proposição, modulação, gradação e manutenção do tom conferido a um produto televisual”.

A proposta de apresentação geral do programa era de continuar com a ancoragem “ao vivo”, diretamente de Porto Alegre, com a participação do apresentador titular das emissoras afiliadas do interior (quando houver assunto que justifique uma entrada ao vivo), colunistas temáticos por áreas (esporte, política, cultura, jovem, segurança pública, saúde, economia, tecnologia/novas mídias, Brasília) e reportagens com formatos diferenciados:

E aí veio o período de desconstrução, nos meses de maio a novembro, daquele modelo de telejornal formal com bancada e duas apresentadoras conversando com o público através das tradicionais reportagens e notas cobertas para os assuntos do dia a dia. Na verdade, o slogan “JA AINDA MELHOR” foi trabalhado internamente no grupo e equipe do programa com o intuito primordial de “inovar e levar novidades” ao nosso telespectador. Tanto em forma como em conteúdo como no design de fazer um produto que se aproximasse mais de telejornal show do que de um telejornal formal (FERREIRA, 2011).

A apresentação do telejornal, em Porto Alegre, ficaria com Cristina Ranzolin (que já dividia a bancada com Rosane Marchetti) e com substituições de Carla Fachim (apresentadora do Bom Dia Rio Grande). Essa é a equipe que vem apresentando o JA de novembro de 2010

¹⁶ Entrevista concedida por *e-mail* em 07/11/2011. Optamos por deixar o contato direto para a última fase da investigação.

até hoje (setembro de 2012). As maiores mudanças ocorridas no programa foram: trocas de editores executivos¹⁷, alterações no quadro de editores e a vinda de Regina Lima (antes apresentadora do Teledomingo) para reforçar o quadro de repórteres.

Figura 4 — Apresentadoras



Cristina Ranzolin e Carla Fachim
Fonte: Divulgação RBS TV

Figura 5 – Apresentadores do esporte no JA



Paulo Brito e Alice Bastos Neves
Fonte: Divulgação RBS TV

¹⁷ Basílio Rota assumiu como editor-chefe do Globo Esporte da RBS TV em 2011, e Michelle Guerra virou editora-chefe do Bom Dia Rio Grande. Em setembro de 2012, a editora-executiva do Jornal do Almoço era Ciça Kramer.

Figura 6 – Comentaristas fixos do JA



Carolina Bahia e Lasier Martins
Fonte: Divulgação RBS TV

O plano de ação dedicava atenção especial aos apresentadores que deveriam deixar o programa mais coloquial, informal. Temos que levar em conta que o Jornal do Almoço sempre teve entre seus pilares a ancoragem. Os jornalistas que passaram pela bancada do JA ainda mantêm uma grande identificação com o público, e suas imagens, mesmo com o passar do tempo, continuam vinculadas ao programa (temos os exemplos de Tânia Carvalho¹⁸ e Maria do Carmo¹⁹).

Percebe-se, assim, a valorização do apresentador e o quanto ele é importante para a adesão do público, da classe social que a emissora pretende atingir, e para o nível de confiança e identificação com os telespectadores. Podemos dizer que, mesmo depois de 40 anos no ar, o Jornal do Almoço ainda permanece calcado na figura marcante de quem o apresenta. Quem senta à frente da televisão no horário do meio-dia quer notícia, entretenimento e uma “cara” com que esteja acostumado. É o intermediário de que fala Martín-Barbero (2009, p. 296):

¹⁸ Tânia Carvalho foi a primeira apresentadora do Jornal do Almoço em 1972. Segundo ela, fazia roteiros, marcava entrevistas, coloria os dedos e as unhas com a tinta azul do mimeógrafo. Esteve em outros canais como a TV Bandeirantes. Em dezembro de 2011, anunciou a aposentadoria e deixou a apresentação de programas na TVCOM.

¹⁹ A trajetória de Maria do Carmo Bueno na RBS começou em 1976, quando começou a apresentar o quadro *Variedades*, dentro do JA. Ficou 18 anos na emissora, onde foi âncora do Jornal do Almoço (12 anos) e apresentou, também, o programa TV Mulher. Saiu em 1994 quando elegeu-se deputada estadual (cumpriu dois mandatos: 1994 a 2002). Atualmente, apresenta o programa *Guaíba Revista*, da Rádio Guaíba.

[...] um personagem retirado do espetáculo popular, o animador ou apresentador, e um certo *tom* que fornece o clima exigido, coloquial. O apresentador-animador — presente nos noticiários, nos concursos, nos musicais, nos programas educativos e até nos “culturais”, para reforçá-los —, mais do que um transmissor de informações, é na verdade um *interlocutor*, ou melhor, aquele que interpela a família convertendo-a em seu interlocutor.

Esse tom coloquial que o autor chama de “arremedo do clima familiar” é uma das inovações impostas pelo telejornal RJTV1²⁰ (do Rio de Janeiro) e que foi posta em prática pela jornalista Ana Paula Araújo, o “falar em vez de ler”. Com isso, o *teleprompter* seria praticamente abolido (isso não aconteceu no Jornal do Almoço, o *tp* foi mantido), para uma apresentação mais natural, com linguagem do dia a dia: “É o nosso compromisso em refletir a vida real com reportagens de produção jornalísticas que falem diretamente com uma linguagem acessível e atrativa” (FERREIRA, 2011). O que nos remete mais uma vez a Martín-Barbero (2009, p. 297):

[...] um discurso que *familiariza* tudo torna “próximo” até o que houver de mais remoto e assim se faz incapaz de enfrentar os preconceitos mais “familiares”. Um discurso que produz seus efeitos a partir da mesma forma com que organiza as imagens: do jeito que permitir maior transparência, ou seja, em termos de simplicidade, clareza e economia narrativa.

Essa mudança de apresentação com apenas um “âncora”²¹ no JA (Cristina Ranzolin) também passaria pela mobilidade do novo cenário, mais amplo, com recursos como *tablet*²², supertelão, tela *touch screen*²³ e *set* no estúdio panorâmico a fim de possibilitar uma interação maior da apresentadora com outros jornalistas, entrevistados e o público.

5.1.4 Cenário

A bancada foi sendo abandonada aos poucos, e a apresentação passou a ser feita, na maior parte do tempo, em pé. Uma inovação que começou em 1995 com o programa Fantástico, da Rede Globo²⁴:

²⁰ Faremos uma análise sobre o RJTV 1 para compará-lo com o JA, visto que são programas transmitidos no mesmo horário e na grade da TV Globo.

²¹ Âncora – editor que produz e apresenta o telejornal e por isso é capaz de interpretar notícias e eventualmente emitir opiniões sobre elas (VEIGA, 2000, p. 118).

²² *Tablet* – é um dispositivo pessoal em formato de prancheta que pode ser usado para acesso à Internet, visualização de fotos, vídeos, leitura de livros, jornais e revistas e para entretenimento com jogos.

²³ *Touch screen* – tela sensível ao toque, que é o dispositivo de entrada principal.

²⁴ A apresentação começou a ser feita na RBS TV no programa Teledomingo, há 10 anos.

No aniversário de trinta anos da Rede Globo, o *Fantástico* ganhou agilidade. Com Luiz Nascimento na direção-geral, a bancada dos apresentadores foi abolida. Fátima Bernardes, Celso Freitas e Sandra Annenberg passaram a apresentar matérias transitando por placas e módulos com o logotipo do programa (DUARTE, 2004, p. 97).

No Jornal do Almoço, o novo cenário possibilitou o uso de poltronas usadas durante as entrevistas, e a produção manteve ainda uma pequena bancada. Tal recurso, de apresentação em pé, também já era usado pelo programa Teledomingo, que vai ao ar, pela RBS TV, logo depois do Fantástico. Esse “passeio” pelo estúdio começou pelo Rio de Janeiro no SPTV 1ª edição e depois foi copiado pelas outras praças retransmissoras da TV Globo. Em momento apropriado falaremos sobre essa forma de apresentar, a qual se mantém na RBS, mas foi abandonada pelas demais emissoras que têm telejornais ao meio-dia.

Figura 7 – Antigo cenário com bancada



Fonte: RBS TV

Figura 8 – Período de transição com apresentadoras em pé no antigo cenário



Fonte: RBS TV

Figura 9 – Projeção do novo cenário



Fonte: RBS TV

Figura 10 – Projeção do novo cenário – Entrevistas



Fonte: RBS TV

Figura 11 – Cristina Ranzolin no novo cenário I



Fonte: RBS TV

Figura 12 – Cristina Ranzolin no novo cenário II



Fonte: RBS TV

5.1.5 Reportagem

A reportagem também foi contemplada nas mudanças. Os repórteres foram incumbidos de estabelecer um novo padrão de matérias com mais planos sequência²⁵, que passam a ideia de imediatismo, a câmara vira o olho do telespectador. O uso de plano sequência objetiva dar a sensação de participação ao telespectador. Neste caso, as edições usam imagens sequência com a narração em tempo presente. Há um jogo de interação discursiva, que envolve, sobretudo, o aspecto emocional da situação. A prioridade deveria ser para a informação, e a imagem, do repórter ao vivo no local da notícia ou em participação no estúdio, relatando os fatos que acompanhou durante a manhã:

Além da variedade de formatos com reportagens do tipo "vem comigo" e participações ao vivo de outras praças ou o repórter entrando ao vivo no estúdio conversando diretamente com o público, sempre com imagens cobrindo para referenciar o fato relevante, nos comprometemos em levar as principais notícias das últimas horas (atualidade) e focamos nas nossas reportagens o interesse da "maioria", ou seja, informar o público que mais cresce nos últimos dez anos no Brasil e no Rio Grande do Sul: a classe C, sem perder o referencial das classes A e B (FERREIRA, 2011).

²⁵ Popularmente conhecido como "vem comigo".

Os organizadores do novo Jornal do Almoço esperavam mais agilidade, sem que a matéria tivesse a tradicional edição de *off*²⁶ — passagem²⁷ — sonora²⁸. Para que esse conteúdo diário chegasse rapidamente à redação, os repórteres poderiam também fazer uso do telefone ou da internet. A notícia poderia vir ainda com a transmissão de imagens brutas ou com o depoimento de telespectadores. Para Marcondes Filho (1988), essa narrativa construída com a ajuda de câmeras que se movem continuamente e a direção de TV que se desloca dão a falsa impressão de dinamicidade, vida e liberdade. O autor diz que as câmeras: “... trazem à tela corpos, rostos e roupas como se fossem sensorialmente palpáveis. Nos cortes, aparecem detalhes oportunamente claros: mercadorias de luxo, como joias e sapatos da moda, saltam aos olhos do observador nas tomadas de perto” (MARCONDES FILHO, 1988, p. 73-74).

Houve um cuidado também com a parte cultural do programa, que traz informações sobre shows musicais, teatro, cinema e festas regionais. Para o editor-chefe do programa, este é um dos destaques do JA:

A agenda formal e tradicional com seis espetáculos às sextas-feiras foi multiplicada por seis a oito agendas de 15 segundos por dia, somando 30 a 40 opções de lazer e entretenimento durante a semana. Os “almoços²⁹” com notícias objetivas nos deram a possibilidade de redimensionar informações com menos tempo de duração e maior quantidade, pois temos esta forma em pelo menos oito participações diárias com as últimas notícias que aconteceram nas últimas horas no Rio Grande do Sul (FERREIRA, 2011).

Mas uma das grandes inovações do Jornal do Almoço foi a inclusão de entrevistas temáticas, com a participação do telespectador através de perguntas gravadas ou pelo *twitter* e *blog* do programa. A abordagem pode ser sobre um tema factual ou assuntos elencados pela produção, bem como por quem assiste ao JA. O editor-chefe informou que o quadro de entrevistas faz parte das mudanças, mas num segundo plano da reformulação:

Já de posse dos resultados crescentes criamos o JA RESPONDE, uma entrevista vertical diária com um assunto de grande interesse. Cada dia um assunto permeia o programa com o melhor especialista no tema. E o nosso telespectador não tem limites para participar: recebemos desde as perguntas de interesses gerais gravadas nas ruas com antecedência, as que vêm pelo *twitter* na hora do programa e até,

²⁶ *Off* o texto que será narrado pelo repórter na reportagem.

²⁷ **Passagem:** Gravação feita pelo repórter no local do acontecimento, com informações a serem usadas no meio da matéria. É o momento em que o repórter aparece na matéria para destacar um aspecto da matéria. <http://jornal.metodista.br/tele/manual/glossario.htm>

²⁸ **Sonora:** É a fala do entrevistado na matéria.

²⁹ **Almoço** – denominação dada para as notas cobertas do telejornal.

inclusive e principalmente, por telefone onde o nosso público pode conversar diretamente com o apresentador e o nosso convidado tirando as suas dúvidas. Neste momento surge no programa uma pergunta da apresentadora para o telespectador: — *A senhora entendeu dona Maria?* E ela responde que agora sim, ela entendeu! (FERREIRA, 2011).

De certa forma a entrevista significa uma volta às origens do programa que chegou a ter duas horas de produção. Nestes tempos de notícias rápidas e, muitas vezes, de conteúdo raso, elas se destacam por levarem a informação da maneira didática, mas sem formalidades e ajustes para o telespectador.

5.2 COMPARATIVO ENTRE JA E RJTV 1ª EDIÇÃO

A reformulação do JA foi uma tendência nos telejornais da Rede Globo, a qual começou pelo programa que vai ao ar ao meio-dia para a região metropolitana do Rio de Janeiro, o RJTV 1ª edição. As iniciativas de variação no formato de enunciação das notícias serviram de laboratório para os outros programas “globais” que existem no horário. Ao instituírem a apresentação em pé, sem o uso do *teleprompter*, reportagens mais coloquiais e com a participação de especialistas em áreas como saúde, segurança e trânsito, houve uma clara intenção de atingir uma maior aproximação com o público das classes C, D e E, a maior audiência do Rio de Janeiro.

Segundo o diretor de jornalismo da RBS TV, Cezar Freitas, essas mudanças no horário do meio-dia começaram ainda na década de 90, com reformulações em São Paulo e depois no Rio de Janeiro, na década de 2000. Assim como o Jornal do Almoço, o RJTV 1ª edição³⁰ tem 45 minutos de duração e, além de dar conta das notícias do dia, tem também um perfil de prestação de serviços com a participação de comentaristas e entrevistas no estúdio. Este é o equivalente ao JA no Rio Grande do Sul. O programa estreou em 1983 no horário noturno, com 10 minutos de produção e era veiculado antes do Jornal Nacional. Seis meses após a estreia, em 1983, o RJTV ganhou uma edição às 12h40 — com noticiário, entrevistas de estúdio e uma agenda cultural — e a edição noturna passou a entrar no ar mais cedo, às 19h45.

No ano 2000, já consolidado no horário do meio-dia, a edição aumentou para 40 minutos de duração e ganhou um perfil mais comunitário. O formato foi reformulado em 23 de novembro de 2009, quando passou a ter apenas uma apresentadora, Ana Paula Araújo. O

³⁰ <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo>

telejornal ganhou agilidade, uma linguagem ainda mais informal e a participação de comentaristas no estúdio. Rodrigo Pimentel ficou responsável pela análise de segurança pública; o médico Luís Fernando Correia ficou com a coluna de saúde e bem-estar, esclarecendo as dúvidas dos telespectadores; e Fábio Júdice passou a apresentar as notícias sobre cultura e entretenimento. As informações sobre o trânsito e o dia a dia da cidade ficaram a cargo do repórter Edmilson Ávila. Os comentaristas de esporte Luis Roberto e Júnior ganharam um espaço, às segundas e quintas-feiras, para discutir a rodada de futebol. Em 2011, o programa deixou o estúdio em que Ana Paula Araújo dava as notícias em pé, com raras exceções de uso de pequenos pufes para receber convidados, e instalou-se em um estúdio panorâmico com imensas janelas de vidro, que mostram as belas paisagens do Rio de Janeiro. Nesta nova reformulação, observamos a volta da bancada, que passou a ser efetivamente usada, assim como um local com poltronas para as entrevistas.

Ao compararmos o telejornal do Rio Grande do Sul com a do Rio de Janeiro, vemos muitas diferenças. O RJTV 1ª edição pode ter servido de base para as mudanças no JA, mas esse referencial nunca chegou a ser totalmente seguido. Hoje, a edição carioca é totalmente voltada para as notícias diárias, com reportagens e participações dos repórteres ao vivo. A diferença já pode ser observada na leitura das manchetes: Ana Paula Araújo chama os assuntos da bancada, num formato mais *hard news*, enquanto Cristina Ranzolin aparece em pé, no centro do estúdio, numa maneira bem mais leve de anunciar as atrações do dia.

Um comparativo que fizemos foi o de lançar um olhar sobre os espelhos³¹ dos programas³², e assim observamos que ambos possuem formatações bem diferentes e parecem até mesmo serem voltados para públicos diferentes. Enquanto o RJTV 1ª edição mantém a forma de um telejornal, com um detalhe interessante, o *teleprompter* não traz mais as cabeças das reportagens, e sim indicações para o improvisado da apresentadora, no JA o recurso foi mantido, mas o programa se aproxima mais do estilo programa de variedades (entretenimento mesclado com notícias factuais). Ambos se assemelham mesmo é no tempo e no número de blocos.

³¹ Espelho: É o cronograma de como o telejornal irá se desenrolar. Prevê a entrada de matérias, notas, blocos, chamadas e encerramento do telejornal. <http://jornal.metodista.br/tele/manual/glossario.htm>

³² Espelhos e cabeças dos programas Jornal do Almoço e RJTV 1ª edição podem ser conferidos nos Anexos.

6 TECNICIDADE: O JA QUE CHEGA NA CASA DOS TELESPECTADORES

Gomes (2011) relata que, no mapa das mediações, as lógicas de produção se relacionam com os formatos industriais através da mediação da tecnicidade, que acontece num cenário de globalização e de convergência midiática. A autora complementa:

A compreensão das lógicas de produção demanda a investigação sobre a estrutura empresarial, em suas dimensões econômicas, suas ideologias profissionais e as rotinas produtivas; a competência comunicativa, sua “capacidade de interpelar/construir públicos, audiências, consumidores” (Martín-Barbero, 2006b, p.18), e a competitividade tecnológica, que não nos fala exclusiva e redutoramente dos meios apenas como aparatos técnicos, mas de suas destrezas discursivas e de sua capacidade de funcionar como operadores perceptivos (GOMES, 2011, p. 120).

Portanto, é o estudo do produto Jornal do Almoço que chega à casa dos receptores o que pretendemos entender, principalmente à casa dos telespectadores da classe C e, dessa forma, dar conta da mediação da *tecnicidade*.

6.1 PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS

Para entender a produção de notícias voltadas para a classe C no Jornal do Almoço, temos que conhecer o trabalho destes editores, personagens da notícia, na maioria das vezes anônimos, mas que dedicam horas em decupagens³³, elaboração de textos e pautas junto com o repórter. Conforme Bourdieu (1997, p. 25):

Os jornalistas têm os seus óculos particulares através dos quais veem certas coisas e não outras, e veem de uma certa maneira as coisas que veem. Operam uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado. O princípio de seleção é a busca do sensacional, do espetacular.

Para descrever as rotinas do JA, utilizamos da seguinte estratégia metodológica: observação participante do trabalho na redação, conversas com editores, repórteres e pauteiros. Isto foi realizado em maio e junho de 2011, sendo que, devido às mudanças³⁴ ocorridas em 2012, fizemos as correspondentes revisões na pesquisa.

³³ Decupagem – quando o editor marca a minutagem das melhores cenas e sonoras feitas pela equipe de reportagem na rua (<http://jornal.metodista.br/tele/manual/glossario.htm> - acessado em 19/02/2013)

³⁴ A editora-executiva Michelle Guerra deixou o programa para assumir como editora-chefe do Bom Dia Rio Grande, e o lugar foi preenchido por Ciça Kramer, ex-diretora do programa culinário Anonymus Gourmet. O cargo foi passado para Ana Rita Assumpção em dezembro de 2012.

O processo de produção da notícia no Jornal do Almoço começa com as informações que podem chegar à emissora de diferentes formas. Pode ser pelo rádio-escuta (notícias captadas pelo rádio); pela central de pautas (que existe dentro da redação), que sistematiza milhares de fontes de informação nos computadores dos jornalistas; ou mesmo por telefonemas e *e-mails* originados de pessoas de todas as classes da sociedade. A partir dos dados/informação/denúncia começa o trabalho de apuração. Muitas dessas notícias acabam nos chamados “furos” de reportagens (que são as notícias dadas em primeira mão), mas também existe a pauta de comportamento, denúncia e serviço. A busca acontece mediante o interesse público e critérios estabelecidos pelo editor-chefe do programa, Raul Ferreira. As outras etapas de produção passam pelo trabalho do produtor, repórter, cinegrafista, até o material chegar às mãos do editor de texto.

O processo de produção da notícia é extremamente complexo e envolve desde a captação, elaboração/redação/edição, até uma audiência interativa. Envolve momentos de contextualização e descentralização dos fatos. É resultado da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (as regras de redação), da língua e das regras do campo das linguagens, da enunciação jornalística e das práticas jornalísticas (PEREIRA JÚNIOR, 2001, p. 13).

O fechamento de um telejornal exige trabalho de equipe, tempo, persistência e organização. Trabalhar em telejornalismo exige também rapidez, clareza e texto enxuto para que a história seja contada de forma curta e compreensível para o público. Um dos fatores observados durante o acompanhamento do jornal foi a empatia do grupo, o que é essencial para o entendimento, organização e seleção do material que irá ao ar. O texto casado com a imagem, a instantaneidade e a clareza na linguagem é resultado de um trabalho em grupo que gera um produto midiático:

Uma reportagem em televisão é sempre o resultado do trabalho feito por uma equipe multifuncional. O que vai ao ar acontece porque várias pessoas trabalharam juntas e não apenas por obra e graça de algum super-homem, que, na TV, nasceu morto (CURADO, 2002, p. 23).

Na tarefa de montar o Jornal do Almoço, o editor de texto deve levar vários aspectos em conta, como: verificar a qualidade do material, a qualidade do áudio, selecionar os melhores trechos das entrevistas gravadas, corrigir a pronúncia de palavras desconhecidas e possíveis erros de concordâncias nominal e verbal, conferir os nomes e funções dos entrevistados. Depois da decupagem, ele deve fazer o texto junto com o repórter, para ajudar na escolha dos melhores trechos de imagens e depoimentos. Texto pronto, é hora de ir para a

ilha de edição para montar o chamado esqueleto do que irá ao ar no telejornal: *off*, sonora, passagem e cobertura de imagens. Aqui participa o editor de imagem, um profissional mais técnico, que opera a ilha de edição e tem o conhecimento apurado sobre imagem e luz. Ele não é necessariamente um jornalista, por isso mesmo, a responsabilidade pela edição como um todo cabe ao editor de texto. Editar é um processo de escolha, que exige atenção e avaliação do conteúdo:

Na TV, ao falarmos em edição, remete-nos a ideia de que isso só foi possível graças às tecnologias que permearam toda a história desse meio de comunicação, entre elas o *videotape*, e que no telejornalismo, existem dois tipos de editores: os de texto, responsáveis pela correção e melhor organização do texto do repórter para que o produto final seja mais claro e fácil de entender, já que na TV o texto é feito para ser ouvido apenas uma vez; e os de imagem que selecionam as imagens que melhor casam com o texto para cobri-lo, juntamente assim som e imagem. É ele quem faz a “costura” e dá o toque final a edição, através do uso de recursos e efeitos especiais (SOUZA, 2010, p.12).

O Jornal do Almoço tem oito editores de imagens diariamente. E por não ser uma atividade individual, mas sim de equipe, resta o interesse de nossa intervenção sobre o desenvolvimento desse trabalho que começa da sugestão da pauta à edição da reportagem. O fundamento principal da atividade de edição nos noticiários é transformar os acontecimentos numa história com princípio, meio e fim. Todo material jornalístico de televisão passa por processos de edição. Sempre é, em maior ou menor grau, submetido a uma seleção e ordenamento com fim narrativo. Reportagens e mesmo atrações ao vivo são submetidas a alguém que define quando e onde se começará a transmissão, quando será encerrada, o que será dito ou mostrado, o que será descartado e o que vai anteceder ou será precedido. “A TV joga pesado no momento em que ela combina a utilização simultânea de dois sentidos do ser humano: a visão e a audição, com imediatismo e alcance. É com essa estrutura armada que a TV envolve o telespectador, carregando-o para ‘dentro’ da notícia” (PATERNOSTRO, 1999, p. 35).

Na elaboração de um material de telejornalismo, o processo começa pela definição do tema da reportagem. Em seguida, cabe ao produtor pesquisar e agendar, para gravação, entrevistados e locações. Na etapa seguinte, uma equipe, que em sua unidade elementar é composta por um jornalista (repórter), um repórter cinematográfico, motorista e técnico de áudio (funções que às vezes se fundem), capta as informações (imagens, sons, dados), faz uma triagem e ordena essas informações em forma de roteiro de reportagem. Na etapa final do processo, o material passa para a edição. Cabe ao editor de texto conferir a correção dos dados repassados pelo repórter, distribuição das informações, encadeamento dos elementos com a

elaboração de um roteiro, definição da duração de cada elemento a ser usado (tempo destinado a cada entrevistado, por exemplo). Depois vem a adequação do material seguindo as exigências do programa que o exibirá, aí incluídos tempo disponível, questões legais e atratividade.

Nos processos de elaboração de notícias de telejornais, nas práticas cotidianas, existem dois profissionais que respondem pela edição: o editor de imagens (responsável operacional pela escolha, ordenamento e definição do tamanho das imagens e dos sons a serem veiculados) e o editor de texto (responsável por todas as informações a serem exibidas, aí incluídos imagens e sons). Sobre o papel do editor, Marcondes Filho (1988, p. 56) escreveu: “O telejornal só extrai da matéria a parte que lhe interessa. O editor decide o enfoque que lhe dará, quanto tempo gastar para sua difusão, que manchete utilizará. Em suas mãos está a definição política do fato e como deverá repercutir na sociedade”.

A atividade da edição em televisão está inserida em conjunto de práticas construídas e mantidas pelos profissionais da imprensa. Abordando a hipótese de *newsmaking*, Antônio Antônio Hohlfeldt (2001, p. 206) diz:

Considerar-se-ia, desse modo, *haver uma lógica específica dos meios de comunicação de massa*, que escapa aos ditames e interesses do receptor, que se expressam nas exigências de produção e expressão informacional, graças à criação de uma espécie de *atmosfera* e um conjunto de interexpectativas profissionais que predetermina o contexto de interpretação e valorização dos fatos.

Essa lógica que se reflete na valorização dos fatos parece incluir também procedimentos e práticas ligadas à valorização de atividades dos próprios jornalistas no processo de elaboração da notícia. Essa subjetividade, muitas vezes, define o que merece ser destaque na reportagem. Como bem refere Bourdieu (1997b), num campo marcado pela concorrência, a importância deste valor estabelece a própria lei do ganho do jornalismo: quem ganha é quem primeiro dá a notícia. Sobre a televisão, o índice de audiência exerce um efeito inteiramente particular: ele se retraduz na pressão da urgência. A concorrência entre os jornais, a concorrência entre os jornais e a televisão, a concorrência entre as televisões tomam a forma de uma concorrência pelo *furo*³⁵, para ser o primeiro. Esse imediatismo não se aplica sempre ao jornalismo, aliás, o fator tempo é fundamental para a reportagem ficar bem feita. É uma rotina de trabalho que pode levar dias, semanas ou meses. Ele depende da exaustiva apuração dos fatos:

³⁵ A notícia dada com exclusividade por determinado veículo.

Os jornalistas, grosso modo, interessam-se pelo excepcional, pelo que é excepcional para eles. O que pode ser banal para outros poderá ser extraordinário para eles ou ao contrário. Eles se interessam pelo extraordinário, pelo que rompe com o ordinário, pelo que não é cotidiano – os jornais cotidianos devem oferecer cotidianamente o extra-cotidiano, não é fácil... (BOURDIEU, 1997, p.25).

O aprendizado sobre a linha editorial do Jornal do Almoço e suas orientações acontece principalmente na prática diária da redação, em meio à rotina produtiva. Por rotinas produtivas compreende-se o processo de produção do telejornal composto de várias fases, tradicionalmente divididas em pauta, coleta/apuração, redação, edição e veiculação. Conforme Mauro Wolf (2005), a coleta, a seleção e a apresentação. As mudanças ocorrem, de uma maneira geral, nos telejornais do meio-dia da TV Globo. Existe um novo papel para o receptor, ele é chamado a fazer parte da notícia, como personagem, tema ou como produtor da mesma:

Nos últimos anos, a imprensa de referência tem se voltado para a interpelação do receptor por meio de estratégias que incluem não só acionar seu universo cultural nos conteúdos noticiosos, como fazer do destinatário uma fonte com status da voz oficial do acontecimento. E mais, o público tem sido chamado para desde pensar a pauta dos veículos, até participar da elaboração do material jornalístico final (FELIPPI, 2006, p. 124).

É a prática do jornalismo popular, identificado por Ângela Felippi (2006) em Zero Hora, sendo também aplicado na televisão, no caso o Jornal do Almoço. Segundo a pesquisadora, "o que tem sido feito e tido resposta positiva em termos de audiência no primeiro impresso popular do grupo, o Diário Gaúcho". Sobre o assunto, ela ainda discorre:

Buscando no popular, ZH vem desviando seu foco das questões conjunturais e estruturais, do universo político e econômico das elites para as questões do cotidiano e da vida privada. O jornal tem estabelecido com seu leitor relações distintas das tradicionalmente estabelecidas, "agradando-o" com sua imagem e história reproduzida no jornal. O movimento vai ao sentido da espetacularização da vida, da busca pela visibilidade pública e do jornalismo confundido com entretenimento, recorrente à temática anterior de análise (FELIPPI, 2006, p.126).

A editora-executiva do programa, cargo que antes da mudança não existia há um bom tempo, chega à redação por volta das 7h30 da manhã. A primeira verificação é do que foi ao ar no telejornal Bom Dia Rio Grande (no ar das 6h30 às 7h30) e que poderá render desdobramentos no JA. Uma rápida reunião, por telefone, com as afiliadas do interior (Pelotas, Caxias, Rio Grande, Uruguaiana, Cruz Alta, Santa Rosa, Santa Cruz, Passo Fundo, Santa Maria), para fazer o fechamento do espelho do telejornal. A partir daí, e já com a presença do editor-chefe, Raul Ferreira, fica decidido o que irá ao ar naquele dia no programa.

As equipes já estão na rua gravando as pautas factuais e produzidas, os editores assumem seus postos com a distribuição das retrancas e o telejornal toma forma no espelho e com a edição nas ilhas. A distribuição de reportagens é feita tanto pelo editor-chefe, quanto pela editora-executiva. Cada editor de texto fica responsável por no mínimo três assuntos elencados no espelho do Jornal do Almoço. Feita a distribuição, eles começam o contato com os repórteres da capital e do interior, analisam a necessidade de trabalho da editoria de arte e do arquivo de imagens. A partir das 11 horas da manhã começa a movimentação, que muitas vezes acaba em correria para o telejornal ir ao ar, completo, ao meio-dia. Claro que o telejornal é dinâmico: muitos temas acabam não rendendo reportagens, novos assuntos factuais surgem e, a todo o momento, é preciso uma tomada de decisão para que os 45 minutos de programa tenham condições de ir ao ar. Um trabalho que esbarra ainda no *dead line*³⁶, que é como chamam o tempo final para que uma reportagem chegue da rua e seja editada.

Depois do programa, é realizada uma reunião entre editores, juntamente com o editor-chefe, editora-executiva, produtores, repórteres, chefia de reportagem, editoria de arte e diretor de TV (responsável pelo corte de enquadramentos do telejornal). O JA é avaliado, e eles começam a preparar a edição do dia seguinte. Feita a análise do que serão os assuntos factuais do dia seguinte, parte-se em busca de pautas que tenham interesse da “nova classe média”, um dos públicos que mais cresce no Brasil. Nos dias em que assistimos à reunião, os assuntos ofertados eram de saúde (lotação de postos e hospitais), transporte público (como chegar à determinada vila da capital), coleta de lixo, perícias no INSS, como escolher o melhor calçado e também qual a atração popular deveria ser a atração do dia seguinte. Assim que os assuntos são escolhidos, depois de muitas ponderações de todo grupo, é definido o horário em que cada repórter (geralmente três, na capital) começará a sua jornada de trabalho, no dia seguinte, para cumprir as pautas discutidas.

6.1.1 Quem faz o Jornal do Almoço

Todo material jornalístico de televisão passa por processos de edição. Sempre é, em maior ou menor grau, submetido a uma seleção e ordenamento com fim narrativo. Reportagens e mesmo atrações ao vivo são submetidas a alguém que define quando e onde se

³⁶ *Dead line* – Horário limite para se finalizar uma matéria ou página de *script* do telejornal.

começará a transmissão, quando será encerrada, o que será dito ou mostrado, o que será descartado e o que vai anteceder ou será precedido.

O comando do JA, no momento em que realizamos esta investigação, é do editor-chefe Raul Ferreira, que substituiu José Pedro Villalobos³⁷, em 2010. Ferreira conta ainda com Ana Rita Assumpção (editora-executiva), Tiago Zenker, Greice Beckenkamp, Marcelo Cabral, Júlio Cunha Neto e Inessa Hass. O JA tem a participação de Paulo Brito (esporte), Camila Martins (previsão do tempo) e os comentários de Carolina Bahia (direto de Brasília) e Lasier Martins.

A produção do programa é feita por Adriano Carvalho e Mariana Soares e conta diariamente com três equipes de reportagens, sendo que Regina Lima atua como repórter fixa do programa, e os jornalistas Regina Lima, Roberta Salinet, Cristine Gallisa, Ivani Schütz e Luciane Kohlmann se revezam nas reportagens e entradas ao vivo do programa. Quando acontece algum factual importante na madrugada, a cobertura é feita por Eduardo Costa.

6.2 TEMAS DO JORNAL DO ALMOÇO

O Jornal do Almoço está entrando na sua casa com as principais informações da sua região e de todo o estado. A partir de agora a sua vida está na TV³⁸.

O JA leva entretenimento e informação de segunda a sábado para todo o Rio Grande do Sul. O editor-chefe Raul Ferreira conta que o objetivo do jornal é mostrar os principais fatos das últimas horas no estado e “as informações que vão estar no jornal gráfico do dia seguinte”. E para termos uma ideia do que vai diariamente ao ar no programa, selecionamos um conjunto de edições do Jornal do Almoço, no período compreendido entre 6 a 18 de agosto de 2012. Eles servirão de base para determinar os principais assuntos abordados diariamente. Dessa forma, aqui constituímos um *corpus*, o qual consiste em 12 edições do programa, com o objetivo de destacar os temas do JA. A metodologia usada é a análise de conteúdo, uma técnica de descrição objetiva e sistemática do conteúdo midiático, que auxilia na reconstrução de valores e visões de mundo propagadas em diferentes suportes midiáticos.

Neste momento, apresentamos uma análise categorial das edições selecionadas, mediante uma tabela com a relação de reportagens das edições do Jornal do Almoço,

³⁷ José Pedro Villalobos, depois de passar pela chefia de reportagem da RBS TV, assumiu a coordenação de jornalismo da TV COM, emissora comunitária da RBS TV – Canal 36 (Net e UHF).

³⁸ Slogan usado pela apresentadora Cristina Ranzolin depois das manchetes do dia no Jornal do Almoço.

analisadas em ordem cronológica. Como critério de classificação, identificaremos o assunto em que ela se enquadra, bem como a posição (bloco) que a reportagem ocupou no telejornal. Cabe ressaltar que o espaço que cada reportagem ocupa num telejornal é um indicativo da valorização da notícia. De maneira geral, a matéria principal é como se fosse a “capa” de um jornal impresso e ganha a abertura do programa. Depois existe uma alternância na ordem de importância, sendo que shows e entretenimento são destinados para o encerramento da edição. É este tipo de “fórmula” que tentaremos detectar no Jornal do Almoço, assim como as temáticas abordadas que categorizamos dentro dos seguintes assuntos: esporte, trânsito, educação, movimentos sociais, polícia, comportamento e cultura. Nossa tabela trará as seguintes denominações classificatórias:

- a) quanto ao tipo: *VT* (reportagem fechada por repórter); *NC* (nota coberta³⁹), *NP* (nota pelada⁴⁰); *entrevista* (personalidades e especialistas); *comentário* e *ao vivo* (repórteres dentro ou fora do estúdio). Também identificaremos as notas cobertas chamadas pelos editores do JA de “almoções⁴¹”, que são gravadas por repórteres da RBS;
- b) quanto às temáticas: elegemos 13 temas para classificar as reportagens: trânsito, esporte, educação, economia, movimentos sociais, polícia, política, saúde, comportamento, geral, tempo, tecnologia e cultura;
- c) bloco: posição da notícia no espelho do telejornal.

Tabela 2 – Análise dos temas do JA

RETRANÇA	TIPO	TEMÁTICA	BLOCO	OBSERVAÇÃO
JORNAL DO ALMOÇO – 06/08/2012				
– Acidente em São Paulo com ônibus de Erechim deixou 31 feridos	Ao vivo	Trânsito	1º	Abertura
– Dois motoristas fugiram sem prestar socorro às vítimas após causar atropelamentos	NC	Trânsito	1º	Almoço
– Inter vence Palmeiras	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Grêmio vence o Bahia	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Corrida e Caminhada da Esperança	NC	Esporte	1º	Almoço

³⁹ A nota coberta consta de *off* coberto por imagens.

⁴⁰ Nota pelada é a notícia narrada, geralmente pelo apresentador, sem imagens.

⁴¹ Essa denominação foi trazida do Teledomingo onde as notas cobertas eram chamadas “domingões”. É uma nota coberta que tem, geralmente, 30 segundos com um assunto factual.

– Tomie Ohtake	NC	Cultura	1º	Agenda
– Circo fantástico	NC	Cultura	2º	Agenda
– Jovem desaparecida em Agudo	NC	Polícia	2º	Almoção
– Especialista responde dúvidas sobre a Língua Portuguesa	Entrevista	Educação	2º	Perguntas de telespectadores
– Teatro: Como agarrar um marido	NC	Cultura	3º	Agenda
– Professores irão decidir o futuro da greve na UFRGS	NC	Movimentos Sociais	3º	Almoção
– Carolina Bahia fala sobre as greves nas universidades	Comentário	Movimentos Sociais	3º	Brasília
– Explosão seguida de incêndio em casa assustou moradores de Vera Cruz	NC	Polícia	3º	Almoção
– Enterrado em Guaíba corpo de adolescente que morreu em rodeio artístico	VT	Polícia	3º	Narração de Cristina Ranzolin
– Manifestação em Tapes para lembrar a morte de passista de escola de samba	NC	Polícia	3º	Almoção
– Pacientes de hospital necessitam de doações para serem atendidos	VT	Saúde	3º	Roberta Salinet
– Lasier Martins	Comentário	Saúde	3º	Porto Alegre
– Mulheres foram flagradas com 30 quilos de drogas em ônibus de Seberi	NC	Polícia	3º	Almoção
– Italian genius	NC	Cultura	3º	Agenda
– Circo Du Soleil	NC	Cultura	4º	Agenda
– Operação em Passo Fundo para prender criminosos	NC	Polícia	4º	Almoção
– Paulo Brito e Leonardo Gaciba discutem lances de Grêmio e Bahia	Entrevista	Esporte	4º	Comentarista de arbitragem
– Aeroporto	NC	Trânsito	4º	
– Meteorologia	Ao vivo	Tempo	4º	Estúdio
– Mais de 800 homens do Exército estão em Frederico Westphalen	NC	Polícia	4º	Almoção

para coibir crimes na fronteira				
– José Augusto	NC	Cultura	4º	Agenda
– Seguem hospitalizadas vítimas de acidente na Praia da Barra do Chuí	NC	Saúde	4º	Almoço
– Jovens utilizam skate como meio de transporte na Capital	VT	Comportamento	4º	Paula Valdez
– Ed Motta	VT	Cultura	4º	Encerramento
JORNAL DO ALMOÇO – 07/08/2012				
– Bandidos invadiram banco em São Francisco de Paula	VT	Polícia	1º	Abertura
– Duas pessoas morreram em incêndio ocorrido em Ijuí	NC	Polícia	1º	Almoço
– Inter recebe o Náutico no Estádio Beira-Rio	NC	Esporte	1º	Paulo Brito
– Grêmio enfrenta a Ponte Preta	NC	Esporte	1º	Paulo Brito
– Sepultada estudante que morreu em acidente com van escolar em Jaguarão	NC	Polícia	1º	Almoço
– Mostra Iberê Camargo	NC	Cultura	1º	Agenda
– Show Madonna	NC	Cultura	2º	Agenda
– Policiais civis prenderam quadrilha de traficantes que agia na Vila Planetário	NC	Polícia	2º	Almoço
– Delegado fala sobre os constantes assaltos a bancos	Entrevista	Polícia	2º	Perguntas do público
– Polícia de Cruz Alta trocou tiros com homem em frente à escola antes das aulas	NC	Polícia	2º	Almoço
– Italian gênios	NC	Cultura	2º	Agenda
– Menos que nada	NC	Cultura	3º	Agenda
– Policiais federais entraram em greve	NC	Movimento Social	3º	Almoço
– Reportagem mostra como a greve afeta os aeroportos	Ao Vivo	Movimento Social	3º	Ivani Schütz
– Carolina Bahia	Comentário	Movimento	3º	Brasília

comenta o grande número de greves		Social		
– Ato lembrou o assassinato da enfermeira Márcia Calixto e do filho	NC	Polícia	3º	Almoção
– História de mulher que convive com ameaças e agressões do ex-marido	VT	Polícia	3º	Paula Valdez
– O que crianças e adolescentes que praticam atividades físicas devem fazer para cuidar da saúde	VT	Saúde	3º	Eduardo Costa
– Lasier Martins comenta os assaltos a agências bancárias	Comentário	Polícia	3º	Porto Alegre
– Tomie Ohtake	NC	Cultura	3º	Agenda
– José Augusto	NC	Cultura	4º	Agenda
– Câmeras de segurança flagraram bandidos roubando carro em Porto Alegre	NC	Polícia	4º	Almoção
– A coluna social de Zero Hora recebe a assinatura da jornalista Milena Fischer	VT	Geral	4º	Narração de Cristina Ranzolin
– Centenas de pessoas foram aos postos de saúde de Rio Grande para receber a vacina da gripe A	NC	Saúde	4º	Almoção
– Meteorologia	Ao vivo	Tempo	4º	Estúdio
– Cirque Du Soleil	NC	Cultura	4º	Agenda
– Mulheres gostam mais dos homens machões ou dos sensíveis	VT	Comportamento	4º	Regina Lima
– Caetano Veloso	NC	Cultura	4º	Encerramento
JORNAL DO ALMOÇO - 08/08/2012				
– Minha casa minha vida	VT	Economia	1º	Abertura
– Inter	NC	Esporte	1º	Paulo Brito
– Grêmio	NC	Esporte	1º	Paulo Brito
– Acidente	NC	Trânsito	1º	Almoção
– Italian Gênius	NC	Cultura	1º	Agenda
– Teatro: Como agarrar um marido	NC	Cultura	2º	Agenda

– Mulher atropelada	NC	Trânsito	2º	Almoção
– Dia do pedestre	VT	Trânsito	2º	Dayanne Rodrigues
– Especialista de trânsito	Entrevista	Trânsito	2º	3º e 4º blocos.
– Acidentes	NC	Trânsito	2º	Almoção
– Menos que nada	NC	Cultura	2º	Agenda
– Tweedy	NC	Cultura	3º	Agenda
– Arquiteto	NC	Polícia	3º	Almoção
– Greve UFRGS	NC	Movimento Social	3º	Almoção
– Greve UFSM	NC	Movimento Social	3º	Almoção
– Problemas escolares	VT	Educação	3º	Manoel Soares
– Lasier Martins	Comentário	Educação	3º	Porto Alegre
– Operação	NC	Polícia	3º	Almoção
– Chorinho	NC	Cultura	3º	Agenda
– Fresno	NC	Cultura	4º	Agenda
– Gêmeos	NC	Saúde	4º	Almoção
– Carolina Bahia	Comentário	Política	4º	Brasília
– Esportes: Grêmio, Inter e Náutico.	Comentário	Esporte	4º	Quadro “Você Lembra”
– Meteorologia	Ao vivo	Tempo	4º	Estúdio
– Título eleitor	NC	Política	4º	Almoção
– José Augusto	NC	Cultura	4º	Agenda
– A vida em Marte	VT	Cultura	4º	Cristine Gallisa
– MPB3	NC	Cultura	4º	Encerramento
JORNAL DO ALMOÇO – 09/08/2012				
– Mercados do medo	VT	Polícia	1º	Eduardo Costa
– Tiroteio	NC	Polícia	1º	Almoção
– Grêmio	NC	Esporte	1º	Paulo Brito
– Inter	NC	Esporte	1º	Paulo Brito
– Acidente caminhão	NC	Trânsito	1º	Almoção
– Roberta Miranda	NC	Cultura	1º	Agenda
– Incidente em Antares	NC	Cultura	2º	Agenda
– Acidentes	NC	Trânsito	2º	Almoção
– Bebê Pelotas	VT	Saúde	2º	Cristina Ramos
– Bebê Ijuí	VT	Saúde	2º	Mariane Schindwein
– Especialista	Entrevista	Comportamento	2º	Participação do público
– Instituto Psiquiátrico Forense	NC	Polícia	2º	Almoção
– Fresno	NC	Cultura	2º	Agenda
– Chorinho	NC	Cultura	3º	Agenda
– Senegalês	NC	Polícia	3º	Almoção
– Crianças crack	VT	Polícia	3º	Roberta Salinet no estúdio

– Greve federais	NC	Movimento Social	3º	Almoção
– Grevistas interior	NC	Movimento Social	3º	Almoção
– Gutê	NC	Cultura	3º	Agenda
– José Augusto	NC	Cultura	4º	Agenda
– Morte jovem	NC	Polícia	4º	Almoção
– Lances polêmicos	VT	Esporte	4º	Paulo Brito
– Meteorologia	Ao vivo	Tempo	4º	Estúdio
– Cirque Du Soleil	NC	Cultura	4º	Agenda
– Soleil & Chula	VT	Comportamento	4º	Paula Valdez
– Miguel Marques	VT	Cultura	4º	Giovani Grizzotti Encerramento
JORNAL DO ALMOÇO – 10/08/2012				
– Argentino que vive com a família em um contêiner	VT	Saúde	1º	Abertura Manoel Soares
– Ciclista morreu atropelado por dois carros em Tucunduva	NC	Polícia	1º	Almoção
– Grêmio empatou em 0 a 0 contra a Ponte Preta	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Inter recebe a Ponte Preta com desfalques na equipe	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Vigia foi morto, por vizinho incomodado com o barulho, enquanto desligava o sistema de alarme de uma escola de Rio Grande	NC	Polícia	2º	Almoção
– Gutê	NC	Cultura	1º	Agenda
– Teatro: Como agarrar um marido	NC	Cultura	2º	Agenda
– Manifestação provocou congestionamento em Cachoeirinha	NC	Trânsito	2º	Almoção
– Histórias de pessoas que contrataram detetives para perseguir companheiros	VT	Comportamento	2º	Giulia Perachi
– Especialista fala sobre ciúmes	Entrevista	Comportamento	2º	Psiquiatra
– Homem usou barra de ferro para quebrar o	NC	Saúde	2º	Almoção

guichê de atendimento do hospital Cristo Redentor				
– Roberta Miranda	NC	Cultura	2º	Agenda
– Antares	NC	Cultura	3º	Agenda
– Câmeras de uma loja registraram acidente seguido de tiroteio em Caxias do Sul	NC	Polícia	3º	Almoção
– Lasier Martins comenta as greves	Comentário	Movimentos Sociais	3º	Estúdio de Porto Alegre
– Presidente da Anatel anunciou que as vendas de novas linhas de celulares podem ser proibidas de novo se não realizarem melhorias	VT	Economia	3º	Vanessa Felipe
– Confirmada a morte dos dois gêmeos que foram levados de Canguçu a Bagé para receber atendimento em UTI neonatal	NC	Saúde	3º	Almoção
– Anos 80	NC	Cultura	3º	Agenda
– Filme de hoje	NC	Cultura	4º	Agenda
– Eva Wilma	NC	Cultura	4º	Agenda
– Preparativos para o Festival de Cinema de Gramado	Ao vivo	Cultura	4º	Regina Lima
– Pai não aguenta	VT	Comportamento	4º	Paula Valdez
– Meteorologia	Ao vivo	Tempo	4º	Erechim, Caxias e Uruguaiana.
– Cremado em Viamão o corpo do comunicador Nelson Marconi	NC	Geral	4º	Almoção
– Especiais	VT	Cultura	4º	Narração Cristina Ranzolin
– Grupo Noche del Tango	Ao vivo	Cultura	4º	Encerramento
JORNAL DO ALMOÇO – 11/08/2012				
– Inter e Grêmio jogam 16ª rodada do Campeonato Brasileiro	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Chimarrão do Brito entrevista ex-jogador gremista Cacau	VT	Esporte	1º	Paulo Brito

– Peça: Maria e o javali	NC	Cultura	1º	Agenda
– Como fazer um nó de gravata	VT	Comportamento	2º	Luís Barbará
– Italian Gênio	NC	Cultura	2º	Agenda
– Comércio ficou movimentado devido ao Dia dos Pais	NC	Economia	2º	Almoço
– Histórias de relação entre pais e filhos	VT	Comportamento	2º	Roberta Salinet
– Meteorologia	Ao vivo	Tempo	2º	Estúdio
– Avenida Borges de Medeiros ficou bloqueada devido a um acidente	NC	Trânsito	2º	Almoço
– Incidente em Antares	NC	Cultura	2º	Agenda
– Super Nada	NC	Cultura	3º	Agenda
– Atriz Eva Wilma recebeu o Troféu Cidade de Gramado	NC	Cultura	3º	Almoço
– Festival de Cinema de Gramado	Ao vivo	Cultura	3º	Regina Lima
– Festival de Cinema de Gramado	VT	Cultura	3º	Regina Lima
– Juvenart em Santa Maria	NC	Cultura	3º	Almoço
– José Augusto	Ao vivo	Cultura	3º	Encerramento
JORNAL DO ALMOÇO - 13/08/2012				
– De virada, Grêmio venceu o São Paulo	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Inter venceu a Ponte Preta	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Polícia procura homens que invadiram pizzaria e mataram três pessoas	NC	Polícia	1º	Almoço
– Estreia a nova temporada de Malhação	VT	Geral	1º	Regina Lima
– Homem morreu em acidente de trabalho em Caxias do Sul	NC	Geral	1º	Almoço
– Gutê	NC	Cultura	1º	Agenda
– Wilson Paim	NC	Cultura	2º	Agenda
– Cursos de capacitação na Fase	NC	Economia	2º	Almoço
– Dor de cabeça	VT	Saúde	2º	Neurologista
– Dor de cabeça	Entrevista	Saúde	2º	Neurologista
– Três homens	NC	Polícia	2º	Almoço

invadiram posto de gasolina				
– Iberê	NC	Cultura	2º	Agenda
– Incidente em Antares	NC	Cultura	3º	Agenda
– Denúncia anônima resultou na apreensão de 37 quilos de maconha	NC	Polícia	3º	Almoção
– Carolina Bahia comenta as greves	Comentário	Política	3º	Brasília
– Desafios que o novo prefeito terá que enfrentar	VT	Política	3º	André Azeredo
– Pelo menos 27 pessoas morreram em acidentes de trânsito	NC	Trânsito	3º	Almoção
– Idoso salvo por médico que fez traqueostomia de emergência em churrascaria	VT	Saúde	3º	Eduardo Costa
– Lasier Martins comenta o mensalão	Comentário	Política	3º	Porto Alegre
– Lulu Santos	NC	Cultura	3º	Agenda
– Morte em Bagé bebê que precisou viajar 500 quilômetros para ser internado em UTI	NC	Saúde	4º	Almoção
– Goleiro do Grêmio, Marcelo Grohe, fala sobre os jogos do Brasileirão	Entrevista	Esporte	4º	Estúdio
– Especial homenageia os 50 anos da RBS TV	VT	Geral	4º	Vídeo institucional
– Meteorologia	Ao vivo	Tempo	4º	Estúdio
– Núcleo de especiais da RBS homenageado em Gramado	NC	Cultura	4º	Almoção
– Curta-metragem Garry recebeu o Prêmio Exibição dos Curtas Gaúchos	NC	Cultura	4º	Almoção
– Moda no tapete vermelho, em Gramado	VT	Comportamento	4º	Agenda
– Ator Renato Campão se aposenta após mais de 30 anos de carreira	VT	Geral	4º	Narração Cristina Ranzolin
JORNAL DO ALMOÇO – 14/08/2012				
– Tribunal de Contas e	VT	Geral	1º	Abertura

o MP vão investigar a situação dos servidores que recebem altos salários				Giovani Grizotti
– Caminhonete bateu em outros três veículos na BR-285	NC	Trânsito	1º	Almoço
– Grêmio recebe a Portuguesa amanhã no Estádio Olímpico	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Julgamento vai definir se Beira-Rio deve ou não ser interditado	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Lulu Santos	NC	Cultura	1º	Agenda
– Como agarrar um marido	NC	Cultura	2º	Agenda
– Subiu para 57 o número de mortes por gripe A	VT	Saúde	2º	Almoço
– Assaltantes explodiram agência bancária em Torres	VT	Polícia	2º	Narração Cristina Ranzolin
– Denúncia de funcionários fantasmas	Entrevista	Geral	2º	Pres. Assembleia Legislativa
– Bial	NC	Cultura	2º	Almoço
– Circo Fantástico	NC	Cultura	2º	Agenda
– Bethânia/Buarque	NC	Cultura	3º	Agenda
– Brother	NC	Cultura	3º	Almoço
– Operação de combate ao tráfico em Santiago prendeu 15 pessoas	NC	Polícia	3º	Almoço
– Carolina Bahia comenta fiscalização da Anatel	Comentário	Economia	3º	Brasília
– Motoristas que trafegam pela RS-569 estão preocupados com a falta de manutenção na ponte sobre o rio da Várzea	NC	Trânsito	3º	Almoço
– O papel da Câmara de Vereadores nos municípios	VT	Política	3º	Giulia Perachi
– 30 presos foram transferidos do Albergue Penitenciário de Caxias do Sul para outros presídios	NC	Polícia	3º	Almoço

– Mart’ália	NC	Cultura	3º	Agenda
– Filme do dia	NC	Cultura	4º	Agenda
– Campanella	NC	Cultura	4º	Almoção
– Destaques do Festival de Cinema de Gramado	Ao vivo	Cultura	4º	Regina Lima
– Meteorologia	Ao vivo	Tempo	4º	Santa Maria e Uruguaiana
– Lançada 10ª edição da Tertúlia Nativista	NC	Cultura	4º	Almoção
– Wilson Paim	Ao vivo	Cultura	4º	Encerramento
JORNAL DO ALMOÇO – 15/08/2012				
– Mais de 380 mil servidores federais estão em greve	VT	Movimentos Sociais	1º	Abertura
– Grêmio recebe Portuguesa	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Inter joga contra o Corinthians	VT	Esporte	1º	Narração de Paulo Brito
– PM’s trocaram tiros com assaltantes que faziam refém a família em Cotiporã, na Serra	NC	Polícia	1º	Almoção
– Maria Bethânia	NC	Cultura	1º	Agenda
– Enzo e Rodrigo	NC	Cultura	2º	Agenda
– Uma pessoa morreu num acidente de trânsito em POA	NC	Trânsito	2º	Almoção
– Consultor de segurança da informação André Mazon	Entrevista	Tecnologia	2º	Perguntas de telespectadores
– Descoberto criadouro de galos de rinha em Lajeado	NC	Polícia	2º	Almoção
– Gutê	NC	Cultura	2º	Agenda
– Sandy Jackson	NC	Cultura	3º	Agenda
– Câmeras de segurança registraram o momento em que quatro assaltantes armados invadem casa em Passo Fundo	NC	Polícia	3º	Almoção
– Carolina Bahia	Comentário	Política	3º	Brasília
– Eleições: retrato do trânsito no Rio Grande do Sul	VT	Política	3º	Maurício Gonçalves
– Ex-assessor da Assembleia Legislativa revela os bastidores da	VT	Política	3º	Giovani Grizotti

atuação de cargos de confiança				
– Lasier Martins comenta denúncias de funcionários fantasmas no serviço público	Comentário	Política	3º	Estúdio de Porto Alegre
– Mart'nália	NC	Show	3º	Agenda
– Filme hoje (Gramado)	NC	Cultura	4º	Agenda
– Documentário chileno "Leontina" no Festival de Cinema de Gramado	NC	Cultura	4º	Almoção
– Festival de cinema de Gramado	Ao vivo	Cultura	4º	Regina Lima
– Velório do cineasta gaúcho Sérgio Silva	NC	Geral	4º	Almoção
– Meteorologia	Ao vivo	Tempo	4º	Santa Maria e Uruguaiana
– Orquestra de Câmara da Funarte se apresenta no Teatro São Pedro	NC	Cultura	4º	Encerramento
JORNAL DO ALMOÇO – 16/08/2012				
– Há mais de 10 anos as temperaturas não ficavam tão altas do ano no Estado; explicação é o fenômeno El Niño	VT	Tempo	1º	Abertura Camila Martins
– Homem com transtornos mentais mobilizou a Brigada Militar em Eldorado do Sul	NC	Polícia	1º	Almoção
– Grêmio derrotado pela Portuguesa	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Inter e Corinthians	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Mart'nália hoje	NC	Cultura	1º	Agenda
– Tango	NC	Cultura	2º	Agenda
– Surto	NC	Saúde	2º	Almoção
– Ortopedista fala sobre dor nas costas	Entrevista	Saúde	2º	Participação de telespectadores
– Adolescente de 17 anos foi morta pelo ex-namorado em São Borja	NC	Polícia	2º	Almoção
– Jair Rodrigues	NC	Cultura	2º	Agenda
– Enzo e Rodrigo	NC	Cultura	3º	Agenda
– Transtornos no aeroporto Salgado Filho	NC	Trânsito	3º	Almoção

em função de operação padrão da PF				
– Carolina Bahia comenta as greves	Comentário	Movimentos Sociais	3º	Brasília
– Servidores do INCRA em greve bloquearam o acesso ao prédio do órgão em Porto Alegre	NC	Movimentos Sociais	3º	Almoço
– Problemas de segurança a serem resolvidos pelos novos governantes	VT	Política	3º	Daniel Scola
– Mesa Diretora da Assembleia Legislativa discute a redução do número de funcionários que recebem salários do Estado, mas trabalham fora do parlamento	Ao vivo	Política	3º	Eduardo Costa
– Lasier Martins comenta o caso dos funcionários fantasmas	Comentário	Política	3º	Porto Alegre
– Conselho Regional de Medicina iniciou vistoria no Hospital Centenário, em São Leopoldo	NC	Saúde	3º	Almoço
– Sandy hoje	NC	Cultura	3º	Agenda
– Filme hoje – Gramado	NC	Cultura	4º	Agenda
– Filmes da noite	NC	Cultura	4º	Almoço
– Destaques do Festival de Cinema	Ao vivo	Cultura	4º	Regina Lima
– Incidente em Antares	NC	Cultura	4º	Agenda
– Investigada a morte de uma mulher na zona norte de Porto Alegre	NC	Polícia	4º	Almoço
– Sino de bronze, de mais de 200 quilos, virou alvo dos ladrões no interior de Caxias do Sul	VT	Polícia	4º	Carolina Abelin
– Lançado programa Nota Fiscal Gaúcha	NC	Economia	4º	Almoço
– Meteorologia	Ao vivo	Tempo	4º	Estúdio
– Madonna	NC	Cultura	4º	Agenda
– Como manter a forma e ficar com o corpo da cantora Madonna, de	VT	Comportamento	4º	Roberta Salinet

54 anos				
JORNAL DO ALMOÇO – 17/08/2012				
– História de palhaços doutores que com brincadeiras e sorrisos dão alegria aos hospitais	VT	Saúde	1º	Abertura
– Trânsito na Avenida Padre Cacique foi parcialmente interrompido pela retirada da marquise da arquibancada superior do estádio Beira-Rio	NC	Trânsito	1º	Almoço
– Inter perdeu para o Corinthians	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Pará e Kléber estão fora da partida do Grêmio contra o Figueirense	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Copa	NC	Esporte	1º	Almoço
– Chama Crioula	NC	Cultura	1º	Agenda
– Campanello	NC	Cultura	2º	Agenda
– Morte gripe A	NC	Saúde	2º	Almoço
– Terapeuta explica que dar risadas pode ser um ótimo remédio	Entrevista	Saúde	2º	Terapeuta do riso
– Sepultada a idosa que morreu após a queda de um carro em uma ponte de Áurea	NC	Trânsito	2º	Almoço
– Enzo e Rodrigo	NC	Cultura	2º	Agenda
– Maria e Javali	NC	Cultura	3º	Agenda
– Polícia Federal decide sobre a continuidade da operação padrão em aeroportos e rodovias	NC	Movimento Social	3º	Almoço
– Carolina Bahia fala sobre reunião dos servidores públicos	Comentário	Política	3º	Brasília
– Agricultor morreu após trocar tiros com a polícia em Erechim	NC	Polícia	3º	Almoço
– Importância do plano diretor para as cidades	VT	Política	3º	Vanessa Felipe

– Lasier Martins comenta os as operações padrões dos servidores federais em greve	Comentário	Movimentos Sociais	3º	Estúdio de Porto Alegre
– 13 pessoas foram presas em operação da Polícia Civil em sete municípios	NC	Polícia	3º	Almoço
– Gutê	NC	Cultura	3º	Agenda
– Filme hoje (Gramado)	NC	Cultura	4º	Agenda
– Filmes da noite	NC	Cultura	4º	Almoço
– Festival de Cinema de Gramado	Ao vivo	Cultura	4º	Regina Lima
– Meteorologia	Ao vivo	Tempo	4º	Estúdio
– Incidente em Antares	NC	Cultura	4º	Agenda
– Grupo Cerco mostra um trecho da peça Incidente em Antares	Ao vivo	Cultura	4º	Encerramento
JORNAL DO ALMOÇO – 18/08/2012				
– Internos provocaram tumulto te na Fase da Vila Cruzeiro	VT	Polícia	1º	Abertura André Azeredo
– Trânsito na Avenida Padre Cacique interrompido para a retirada da marquise do estádio Beira-Rio	NC	Trânsito	1º	Almoço
– No Olímpico, Grêmio recebe o Figueirense	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Internacional vai encarar a Portuguesa	VT	Esporte	1º	Paulo Brito
– Campanha nacional de multivacinação	NC	Saúde	1º	Almoço
– Maria e Javali	NC	Cultura	1º	Agenda
– Gutê	NC	Cultura	2º	Agenda
– História do futebol gaúcho: jogador Caíco	VT	Esporte	2º	Paulo Brito
– Incidente em Antares	NC	Cultura	2º	Agenda
– Os Monarcas	NC	Cultura	3º	Agenda
– Acampamento Farroupilha	VT	Cultura	3º	Almoço
– Concurso Menina Fantástica	VT	Comportamento	3º	Roberta Salinet
– Youpix Festival, evento de cultura de internet	NC	Cultura	3º	Almoço

– 11º Festival Internacional de Folclore	NC	Cultura	4º	Agenda
– Incêndio atingiu apartamento em POA; em Ijuí, bombeiros tentam conter fogo em shopping	NC	Polícia	4º	Almoço
– Meteorologia	Ao vivo	Tempo	4º	Santa Maria
– 40º Festival de Cinema de Gramado	VT	Cultura	4º	Encerramento Regina Lima

Fonte: RBS TV

Nos 12 dias investigados, observamos 172 notas cobertas, 70 reportagens com a presença de repórteres, 25 entradas ao vivo, 17 comentários e 11 entrevistas com especialistas. Entre os assuntos por nós classificados, temos cultura com 103 inserções, política e comentários aparecem com 46 inserções. Em seguida, tivemos esporte (30 reportagens), saúde (22), trânsito (20), movimentos sociais (16), política (15), tempo (13), comportamento (12), geral (7), economia (6), educação (3) e tecnologia, que apareceu uma vez. Levando-se em conta a abertura do programa, os temas eleitos para isso foram polícia (3 vezes), esporte e saúde (2 vezes), trânsito, economia, movimentos sociais, geral e tempo (1 abertura cada). As entrevistas priorizaram os temas factuais, assim como os comentários de Lasier Martins e Carolina Bahia. Foram 88 “almoços” com notas cobertas de até 30 segundos, e 75 agendas culturais, que ocuparam, cada uma, 15 segundos do espelho do Jornal do Almoço. Aqui observamos uma estratégia: a gravação desses “almoços” por diferentes repórteres da emissora, o que produz variedade na quantidade de notícias. Ao abandonar a tradicional narração do âncora nas notas cobertas, o editor-chefe imprimiu uma variedade de locuções e dinamismo no telejornal.

Neste levantamento, percebe-se que a distribuição de blocos contempla o primeiro para o esporte, com notícias relativas ao futebol, principalmente sobre Grêmio e Internacional. Na investigação que fizemos durante 12 dias, notamos que existe uma pré-disposição para que os assuntos ancorados pelo apresentador Paulo Brito ocupem a abertura do JA, o que parece ser uma “regra” só quebrada com a ocorrência de um assunto factual forte, como um acidente com vítimas: “Grave acidente em São Paulo nesta madrugada envolvendo ônibus que vinha para Erechim deixou 31 pessoas feridas” (Jornal do Almoço – 06/08/2012).

No primeiro programa, as notícias sobre assuntos policiais e movimentos sociais (greves) foram transmitidas em forma de notas curtas, num total de 10 inserções. A entrevista

no estúdio tirou dúvidas sobre a língua portuguesa. O programa ainda trouxe assuntos sobre saúde, educação e comportamento.

A análise de conteúdo das 12 edições do Jornal do Almoço revelou ainda o que parece ser a “fórmula do programa”, o qual costuma ter em sua abertura o assunto forte do dia ou as notícias do esporte. Os blocos sempre começam com uma vinheta, que traz uma agenda cultural (shows, teatro, palestras ou cinema), com o tempo de 15 segundos; a seguir vem um “almoço”⁴². Essa disposição de notícia se repete em todas as entradas e saídas dos blocos, o que dá uma média de sete agendas e “almoços” por programa.

Observamos também que o segundo bloco é destinado aos especialistas que serão entrevistados, mas esta disposição pode variar um pouco de acordo com o assunto do dia, que, às vezes, possibilita a participação da pessoa convidada em outros momentos do JA e até em outros blocos. Os comentaristas⁴³ ocupam o terceiro bloco do programa; meteorologia e atrações musicais são apresentadas no último bloco. Segundo a editora-executiva, com essa desconstrução do antigo formato do Jornal do Almoço, os produtores e editores já partem de uma organização que possibilita uma visualização geral do programa, ao mesmo tempo em que esse grande número de vinhetas, assuntos rápidos, reportagens, comentários e entrevistas dão agilidade e ritmo ao telejornal de 45 minutos.

O fato concreto é que a fórmula criada dá uma unidade para o JA, mas alguns fatos e pessoas poderiam ser mais bem aproveitados. Devemos levar em conta que, até agora, o programa luta apenas contra si mesmo, já que não surgiu um outro telejornal para abalar a sua audiência. Mas as mudanças são sempre vias de duas mãos: o programa corre o risco de exagerar o que tinha de bom, lançar modismos que não segurem a audiência e, assim, perder sua própria identidade junto ao espectador.

6.3 EVOLUÇÃO DA AUDIÊNCIA E DO *SHARE*

As mudanças no Jornal do Almoço não foram postas em prática de forma abrupta, a fim de que o telespectador fosse se acostumando aos poucos com algumas novidades. A bancada estava presente no set, mas foi sendo cada vez menos usada, assim como a linguagem, que foi ficando cada vez mais coloquial. Observamos também uma inovação no movimento e no corte das câmeras do estúdio. Paulatinamente, mudanças foram ocorrendo, até que no dia 22 de novembro de 2010 o telejornal estreou com novo cenário no estúdio,

⁴² Ver espelhos do Jornal do Almoço em anexo.

⁴³ Carolina Bahia e Lasier Martins.

apresentação feita principalmente em pé (restou uma pequena bancada), uma apresentadora e outras novidades:

Sem medo de errar e, considerando este fato como propulsor de inovações, nos debruçamos em desenvolver uma linguagem dinâmica, clara e com o ritmo necessário para criar uma atratividade maior durante o horário em que o nosso telespectador liga a TV para se informar, principalmente na região metropolitana onde os índices do Ibope são computados. E se este resultado for satisfatório nesta região o mesmo resultado tenderia a se estender para todas as praças da RBS no interior (FERREIRA, 2011).

Com o “novo Jornal do Almoço” (grifo nosso), veio a preocupação de como o público receberia o que estava sendo veiculado no tradicional horário do meio-dia. A resposta veio com a análise dos índices de audiência e *share* no período comparativo de janeiro a setembro de 2010 em relação ao mesmo período de 2011. O termo audiência, que vem do latim *audientia*, é o ato de escutar; um vetor quantitativo considera que, quanto mais um produto é mercadológico, mais ele busca audiência. A procura pela mensuração e medição dos dados referentes à comunicação faz-se presente nas empresas de mídia para balizar os contratos comerciais. O índice de audiência mede o número total de telespectadores de uma emissora. Já o *share* é como se denomina a participação da audiência, isto é, a divisão de aparelhos efetivamente ligados entre as diversas emissoras e programas da TV aberta. Essa medida permite dizer quantos aparelhos, por exemplo, estão ligados no Jornal do Almoço. Além da participação ou *share*, a audiência é calculada pelo *rating*, que é um índice medidor da quantidade de telespectadores: “O *rating* mostra, também em números percentuais, quantos aparelhos estão ligados em cada emissora e em cada programa, minuto a minuto” (FILHO 2001, p. 346). Ao analisar a evolução do programa frente às outras emissoras com programação no horário, podemos observar alguns dados interessantes.

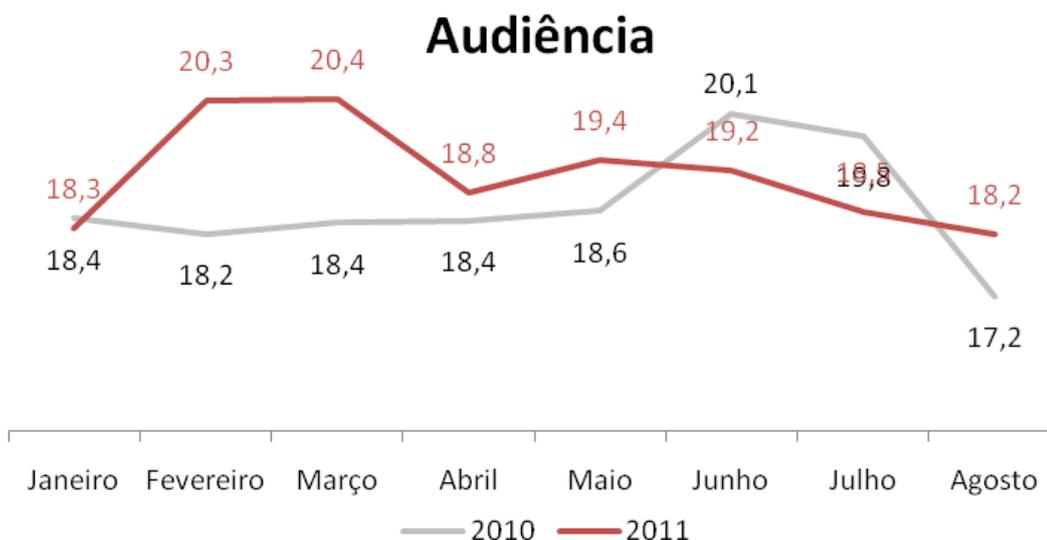
Audiências Jornal do Almoço 2010

Tabela 3 – Audiência emissoras RS

	Audiência							Share					
	RBS (GLO)	Record	SBT	Band	Pampa (RTV)	OCN	Total	RBS (GLO)	Record	SBT	Band	Pampa (RTV)	OCN
JORNAL DO ALMOÇO													
2010													
Janeiro 2010	18,44	4,85	5,97	2,43	1,47	2,82	36,84	50,04	13,16	16,20	6,59	3,99	7,64
Fevereiro 2010	18,19	4,05	5,87	3,03	0,94	2,34	35,85	50,76	11,28	16,38	8,46	2,64	6,52
Março 2010	18,37	4,33	5,46	2,92	1,35	2,81	36,31	50,60	11,93	15,04	8,04	3,73	7,75
Abril 2010	18,40	4,48	5,12	3,59	1,21	2,95	36,15	50,89	12,39	14,17	9,94	3,35	8,16
Mai 2010	18,56	5,85	4,60	3,87	1,35	3,30	38,08	48,75	15,36	12,08	10,17	3,56	8,68
Junho 2010	20,13	6,31	3,86	2,98	1,23	3,48	39,12	51,44	16,12	9,85	7,61	3,14	8,90
Julho 2010	19,77	5,55	3,97	3,01	1,13	3,20	37,25	53,07	14,89	10,64	8,08	3,04	8,59
Agosto 2010	17,18	4,69	3,74	3,81	0,86	3,44	33,70	50,99	13,91	11,11	11,30	2,54	10,21
Setembro 2010	14,93	4,02	3,64	3,04	0,83	3,76	30,72	48,61	13,10	11,85	9,89	2,69	12,24
Outubro 2010	17,23	4,51	4,33	3,20	0,81	3,45	33,50	51,42	13,47	12,92	9,54	2,40	10,30
Média 2010 – janeiro-outubro	18,17	4,83	4,76	3,20	1,13	3,11	35,85	50,69	13,47	13,27	8,92	3,17	8,67
2011													
Janeiro 2011	18,27	5,24	4,38	3,53	1,02	3,16	35,14	51,98	14,91	12,48	10,06	2,89	9,00
Fevereiro 2011	20,33	5,75	4,56	3,50	1,22	3,87	38,48	52,85	14,95	11,84	9,10	3,17	10,06
Março 2011	20,37	6,43	4,73	3,03	1,18	4,62	39,34	51,77	16,34	12,02	7,71	3,01	11,74
Abril 2011	18,84	5,33	5,47	2,63	0,99	4,36	36,79	51,22	14,48	14,88	7,14	2,70	11,86
Mai 2011	19,38	5,35	4,64	2,96	0,76	4,03	36,46	53,16	14,68	12,73	8,12	2,09	11,06
Junho 2011	19,22	5,58	4,62	2,45	0,84	3,59	35,77	53,75	15,61	12,93	6,86	2,34	10,05
Julho 2011	18,54	5,55	4,84	2,22	1,21	3,94	36,07	51,41	15,38	13,41	6,16	3,35	10,91
Agosto 2011	18,17	6,26	4,75	2,78	1,01	3,81	36,25	50,12	17,26	13,10	7,65	2,80	10,52
Setembro 2011	18,57	5,75	4,35	2,67	1,09	3,40	35,62	52,12	16,14	12,22	7,51	3,05	9,54
Outubro 2011	19,91	5,58	4,88	2,39	1,60	3,69	37,53	53,04	14,86	12,99	6,36	4,25	9,84
Média 2011 – janeiro-outubro	19,14	5,69	4,73	2,80	1,09	3,85	36,73	52,11	15,49	12,88	7,62	2,97	10,49

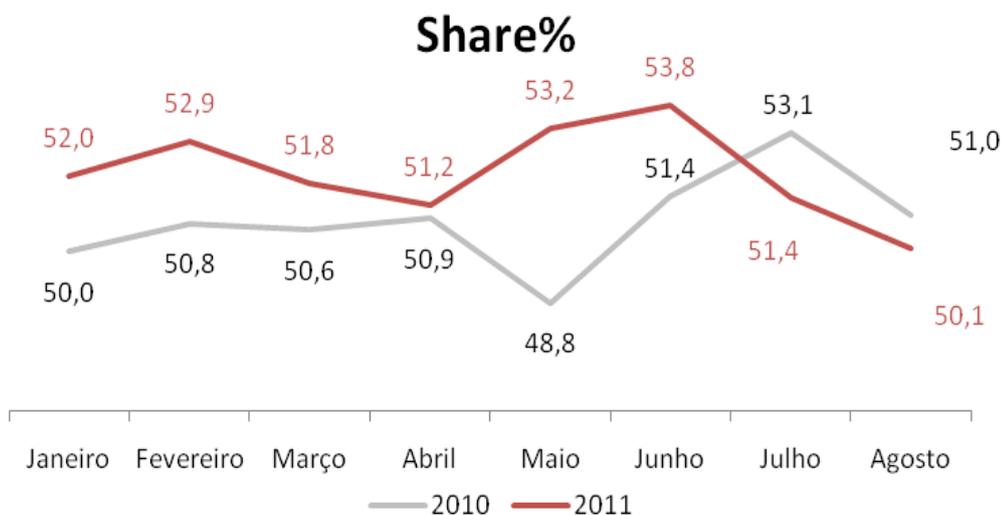
Fonte: RBS TV

Gráfico 3 – Audiência JA



Fonte: RBS TV

Gráfico 4 – Share Jornal do Almoço



Fonte: RBS TV

Em primeiro lugar, podemos observar um crescimento expressivo do programa tanto em audiência quanto em *share* no período mostrado pela tabela abaixo. No JA, foram 2,9% a mais de audiência e crescimento de 2,4% no *share*. Todavia observa-se uma evolução positiva também na Record e nos outros canais nacionais (OCN), que diz respeito aos telespectadores ligados em programas da TV paga e também em conteúdo da internet. São dados que mostram a entrada de um novo público consumidor de televisão, num tempo em que a maioria

das emissoras nacionais registra queda de audiência. Cabe ressaltar que alguns desses espectadores, em Porto Alegre, possam também ter vindo de canais como Band, SBT e Pampa, que tiveram perda de espectadores no horário do meio-dia.

6.3.1 A distribuição do *share* e da audiência no RS

As emissoras controlam de perto o número de telespectadores que têm. Essa relação é explicada no fato de que quanto maior o público de um canal ou programa mais valorizado é o espaço publicitário desse produto.

Quanto maior for a audiência, maior será o preço de venda do espaço publicitário e, conseqüentemente, maiores serão as possibilidades de retroalimentação de investimentos na qualidade da produção, da programação e da distribuição (BRITTOS; BOLANO, 2005, p. 43).

A RBS TV, afiliada da TV Globo no Rio Grande do Sul, tem os maiores índices de *share* e de audiência no estado. Os números fornecidos pelo Ibope mostram essa predominância que exporemos nas tabelas a seguir. Elas mostram o comparativo do Jornal do Almoço frente aos outros canais que também transmitem conteúdo aos gaúchos. A sigla OCN significa “outros canais” e a TLE, “total de ligados no estado”.

AUDIÊNCIA 2008 – 2012

Tabela 4 – Audiência 2008 – 2012

JORNAL DO ALMOÇO	AUDIÊNCIA					SHARE %				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
RBS TV	20,25	20,11	18,09	19,15	19,44	52,66	50,64	51,00	52,37	51,86
RECORD	4,19	5,82	4,77	5,60	4,61	10,89	14,66	13,44	15,31	12,31
SBT	7,74	5,73	4,74	4,70	5,21	20,14	14,44	13,36	12,84	13,89
BAND	3,33	3,69	3,13	2,71	2,72	8,67	9,30	8,82	7,40	7,26
REDE TV	1,36	1,36	1,08	1,13	1,32	3,54	3,43	3,05	3,10	3,53
OCN	1,99	2,49	3,18	3,88	5,26	5,17	6,27	8,97	10,62	14,04
TLE	38,46	39,71	35,46	36,57	37,48	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

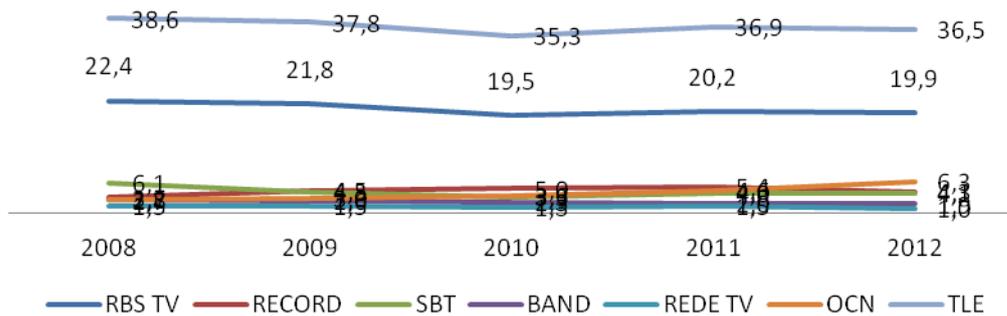
Fonte: RBS TV

Nos dados consolidados, vemos que o JA mantém a audiência média em torno dos 19 pontos desde 2008 e um *share* médio de 51 pontos. O maior crescimento é mesmo dos OCN,

em que estão os transmitidos a cabo. A seguir, a distribuição da audiência e do *share* diários, das 6 horas da manhã à meia-noite:

Gráfico 5 – Audiência 2008 – 2012

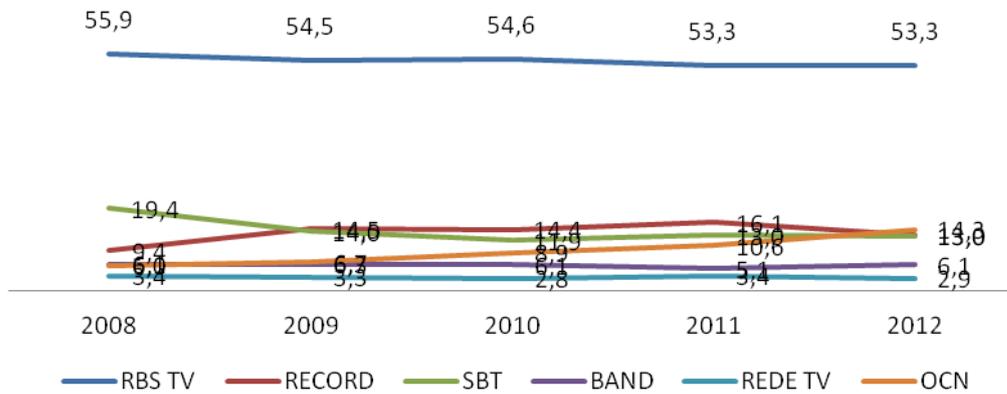
Audiência



Fonte: RBS TV

Gráfico 6 – Share 2008 – 2012

SHARE %



Fonte: RBS TV

7 RITUALIDADE: OS TELESPECTADORES DO JA

Para chegarmos ao objetivo de nosso estudo, aplicamos distintas técnicas de pesquisas em potenciais espectadores do Jornal Almoço. A pesquisa foi dividida em três fases: questionário socioeconômico, acompanhamento do telejornal por uma semana e pesquisa em profundidade. Investigamos, assim, o “ritual” que compõe o assistir ao Jornal do Almoço, analisando os hábitos e costumes de nossos entrevistados, suas preferências e opiniões e observando o local da TV na casa, quais as companhias no momento da recepção, a atenção dispensada ao programa, atividades paralelas, as reações e as relações de poder.

A mediação da *ritualidade* conecta os formatos industriais com as competências de recepção. Ela remete-nos ao nexos simbólico que sustenta toda comunicação, “à sua ancoragem na memória, aos ritmos e formas, seus cenários de interação e repetição” (Martín-Barbero, 2009, p.19). O autor diz que as *ritualidades* constituem gramáticas da ação — do olhar, do escutar, do ler — que regulam a interação entre os espaços e tempos da vida cotidiana e os espaços e tempos que conformam os meios. E complementa:

O que implica, da parte dos meios, uma certa capacidade de impor regras aos jogos entre significação e situação. Porém, uma coisa é a *significação* da mensagem e outra, aquilo a que alude a pragmática quando faz a pergunta pelo *sentido* que tem para o receptor a ação de ouvir rádio ou de ver televisão (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 19).

Conforme Gomes (2011), a *ritualidade*, na relação com as competências de recepção, chama para os diferentes usos sociais dos meios e as múltiplas trajetórias de leituras, que são sempre ligadas às condições sociais do gosto, aos hábitos familiares de consumo cultural e midiático, aos saberes constituídos na memória étnica, de classe ou de gênero.

7.1 PRIMEIRA FASE – QUESTIONÁRIO SOCIOECONÔMICO

A primeira etapa do estudo de recepção foi desenvolvida com moradores de Porto Alegre de variadas faixas etárias e profissões. Para a seleção dos participantes desta fase da pesquisa, foram utilizados critérios como conhecimento do programa, bem como a classe social a que pertenciam. Após a apresentação da proposta de pesquisa pelo entrevistador, os contatados deveriam, voluntariamente, manifestar interesse em participar da pesquisa e responder ao questionário. Objetivando a classe média, a procura por entrevistados deu-se em locais frequentados por seus integrantes, como a Estação Rodoviária de Porto Alegre, parques e o centro da cidade. Desta forma,

conseguimos uma amostra abrangente e variada com participantes de diferentes bairros da capital gaúcha (entre eles, o Centro, Restinga, Cidade Baixa, Cristal, Camaquã, Menino Deus, São João, Santana, Vila Nova, Sarandi, Bom Fim e Cavalhada) e cidades da região metropolitana. Os questionários foram aplicados individualmente. A maioria deles, na presença do entrevistador e outros, pelo telefone⁴⁴, no período de abril e maio de 2012. Para atender à questão norteadora deste trabalho, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo no exame dos questionários e nas edições do telejornal, buscando estabelecer uma síntese do significado das mudanças ocorridas a partir de novembro de 2010 no Jornal do Almoço, transmitido pela RBS TV, e o que a “nova” classe média quer ver no programa.

A técnica escolhida para a primeira etapa da pesquisa foi composta por um questionário amplo, com perguntas que trouxessem respostas das quais pudessem ser extraídas opiniões e reflexões pessoais dos entrevistados, sem interferências grupais. Como explica Gaskel (2003), a respeito da eficácia da opção pela situação de contato individual:

Com um entrevistado apenas, podemos conseguir detalhes muito mais ricos a respeito de experiências pessoais, decisões e sequências das ações, com perguntas indagadoras dirigidas a motivações, em um contexto de informação detalhada sobre circunstâncias particulares da pessoa (GASKEL, 2003, p. 68).

Como já foi dito, tentamos buscar nos entrevistados diferentes características no que diz respeito a sexo, idade, atividade ocupacional e nível de renda, de modo a obter um espectro socioeconômico mais amplo para a nossa mostra. De posse das informações captadas nos questionários, partimos para a decodificação das mesmas, mediante uma técnica utilizada para categorizar os dados obtidos. Quanto ao tipo de questões utilizadas no questionário, utilizamos perguntas abertas, fechadas (dicotômicas), fechadas (tricotômicas) ou de múltipla escolha (MARCONI; LAKATOS, 1996; MATTAR, 1996; BOYD; WETFALL, 1964), para que os telespectadores do Jornal do Almoço respondessem as questões abertas com suas próprias palavras, sendo, portanto, dissertativas. As vantagens desse tipo de perguntas são, segundo Mattar (1996), a coleta de uma quantidade maior de dados e a não influência por respostas predeterminadas.

Para manter em sigilo a identificação dos 55 entrevistados, optamos pela adoção de nomes fantasia. Em nossa pesquisa, usamos nomes de homens e mulheres encontrados em textos bíblicos. Tal estratégia foi amplamente divulgada para os participantes no decorrer da pesquisa. A amostra (55 questionários) nos dará um panorama para entender o que pensam sobre o JA os brasileiros que

⁴⁴ A aplicação dos questionários pelo telefone foi feita após um contato inicial com o entrevistado, que optou, muitas vezes por falta de tempo, por respondê-los posteriormente desta forma.

estão ascendendo socialmente. Não nos deteremos em faixa etária, nem em porcentagem entre homens e mulheres, pois não temos pretensão de que esta seja uma pesquisa representativa, mas exploratória, em que as diferenças de geração e sexo não são problematizadas em profundidade.

7.1.1 Perfil socioeconômico dos entrevistados

Em nosso esforço para descobrir o que a classe média quer ver no Jornal do Almoço, elaboramos um questionário com 76 perguntas abertas e fechadas para conhecer a classe social e a relação dos informantes com o programa em análise. Para tanto, as mesmas englobaram as condições socioeconômicas dos 55 contatados, suas rotinas e consumo cultural. Além disso, englobaram também dados pessoais como nome, profissão sexo e idade.

Tabela 5 - Sexo

SEXO		
MASCULINO	21	38,2%
FEMININO	34	61,8%
TOTAL	55	100,0%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

Tabela 6 - Idade

IDADE		
Menos de 20 anos	06	10,9%
De 20 a 29 anos	04	7,3%
De 30 a 39 anos	12	21,8%
40 anos ou mais	33	60,0%
TOTAL	55	100,0%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

Dos participantes da primeira fase da investigação, 21 são do sexo masculino e 34 do feminino. Quanto à faixa etária, seis telespectadores têm menos de 20 anos, quatro têm idades entre 20 e 29 anos, 12 pessoas possuem entre 30 e 39 anos e 33 entrevistados já passaram dos 40 anos.

Tabela 7 – Estado civil

ESTADO CIVIL		
Solteiro	Solteiro	Solteiro
Casado	Casado	Casado
Separado	Separado	Separado
Divorciado	Divorciado	Divorciado
Viúvo	Viúvo	Viúvo
Total	Total	Total

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

No que se refere ao estado civil, temos 17 solteiros, 27 casados, três separados, quatro divorciados e quatro viúvos.

Tabela 8 – Moradia

VOCÊ MORA NUMA CASA OU NUM APARTAMENTO?		
Apartamento	30	54,5%
Casa individual	19	34,5%
Casa em condomínio	06	10,9%
Total	55	100,0%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

Tabela 9 – Imóvel

VOCÊ É PROPRIETÁRIO?		
Sim	Sim	Sim
Não	Não	Não
Total	Total	Total

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

Tabela 10 – Sustento da casa

QUANTAS PESSOAS CONTRIBUEM COM O SUSTENTO DA CASA?		
Uma	20	36,4%
Duas	21	38,2%
Três	10	18,2%
Quatro	01	1,8%
Cinco	03	5,5%
Mais de cinco	--	0,0%
Total	55	100,0%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

A maioria é proprietária dos imóveis em que reside (61,8%), sendo que mais da metade (54,5%) vive em apartamentos com duas (29,1%) ou três (25,5%) pessoas. O sustento da casa tem a contribuição de um (36,4%) ou dois (38,2%) integrantes.

Tabela 11 – Escolaridade

QUAL É O SEU NÍVEL DE FORMAÇÃO ESCOLAR?		
Analfabeto	01	1,8%
Ensino Fundamental	08	14,5%
Ensino Médio	20	36,4%
Ensino Superior	17	30,9%
Pós-Graduação	09	16,4%
Total	55	100,0%
Analfabeto	01	1,8%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

Em termos de formação acadêmica, 16,4% dos entrevistados possuem pós-graduação, 30,9% o nível superior, 36,4% o ensino médio, 14,5% deles têm o fundamental e um é analfabeto.

Tabela 12 – Classe social

VOCÊ PERTENCE À QUAL CLASSE SOCIAL?		
CLASSE	CLASSE	CLASSE
A	A	A
B	B	B
C	C	C
D	02	3,6%
E	--	0,0%
Total	55	100,0%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

Tabela 13 – Renda

QUAL A RENDA MÉDIA DA FAMÍLIA?		
Até R\$ 1.020,00	01	1,8%
De R\$ 1.020,00 a R\$ 2.040,00	22	40,0%
De R\$ 2.040 a R\$ 5.100,00	15	27,3%
De R\$ 5.100,00 até R\$ 10.200,00	14	25,5%
Acima de R\$ 10.200,00	03	5,5%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

Na aplicação de nosso questionário, contatamos, preliminarmente, indivíduos das cinco classes sociais e, dessa mostra, quase 70% deles identificaram-se como sendo da classe média; o que possibilitou o nosso estudo sobre o JA, que é formado principalmente por integrantes da classe C, como mostra a pesquisa encomendada em 2010 pela RBS TV. Para conseguir tal intento, adotamos, como exposto na tabela acima, o critério de renda adotado pela Fundação Getúlio Vargas. Nossa mostra também é composta por 61% de mulheres (34 representantes), que é a mesma porcentagem apontada na pesquisa de audiência encomendada

em 2011 pela RBS⁴⁵. Nossos informantes têm, em sua maioria, mais de 40 anos, são casados e proprietários de imóveis. São 38 representantes da classe média e o sustento das famílias é feito por uma ou duas pessoas.

A amostra da primeira etapa da pesquisa não excluiu nenhuma categoria econômica, desta forma, garante-se a participação de representantes de uma diversidade de classes sociais, mas com a predominância de integrantes da classe média⁴⁶. Esse entendimento ficou bem caracterizado nas respostas dos informantes quando se autodeclararam pertencer à classe média.

7.1.2 Rotinas e assistência do Jornal do Almoço

O objeto de nossa investigação é amplamente conhecido pela amostra da pesquisa. O Jornal do Almoço completou 40 anos em 2012 e, dos 55 entrevistados, 23 deles conhecem o telejornal há mais de 30 anos e apenas um por seis meses ou menos. E o programa representa informação para quase 90% deles, seguido por diversão. Nossa amostra também conseguiu identificar uma boa frequência de assistência do telejornal em foco: 16 pessoas dizem assistir ao JA seis vezes por semana.

Quanto ao local onde costumam assistir: 70,9% dos telespectadores apontaram a casa onde moram e, sobre a frequência, 16 pesquisados relataram ver o programa todos os dias, 15 pessoas veem três vezes, e outras 8 disseram assistir cinco vezes por semana. Os motivos dessa assistência: o JA informa (83,6% das respostas), diverte (27,3%) e serve de companhia (16,4%). A preferência dos entrevistados recai sobre reportagens apresentadas por repórteres (87,3%) contra apenas 7 entrevistados (12,7%) que se referiram às notícias rápidas sem a presença do repórter.

Chamou atenção o fato de que quase a totalidade de entrevistados (96,4%) assiste ao telejornal pela televisão, apenas duas pessoas relataram utilizar a internet como fonte principal para acompanhar as notícias do programa. Assistir televisão apareceu como a opção de 70,9% dos pesquisados para os momentos de lazer, seguido de atividades domésticas, passeios e leitura.

Os informantes demonstraram desconhecimento quanto às diferentes maneiras de entrar em contato com o Jornal do Almoço: 54,5% referiram o *e-mail* e 34,5% citaram o

⁴⁵ Ver nos itens 6.2 e 6.3 deste trabalho.

⁴⁶ Nessa amostra, identificaremos também integrantes da “nova” classe média.

twitter. Agora, o telefone foi apontado por 63,6% dos entrevistados como a principal forma de contato com o programa.

No que diz respeito às rotinas, são pessoas que trabalham/estudam, a maioria, de seis a oito horas por dia. Destacamos aqui o fato de que 61,8% costumam almoçar em casa, o que facilita a assistência de programas de TV ao meio-dia. Os dados mostram que 22 entrevistados (40% da amostra) “quase sempre” assistem TV nesse horário, 15 pessoas (27,3%) responderam “sempre”, outros 15 raramente, enquanto três nunca veem TV na hora do almoço.

Os pesquisados acham “boas” as reportagens sobre a classe média transmitidas no programa.

Tabela 14 – Reportagens e classe média

O QUE VOCÊ ACHA DAS REPORTAGENS SOBRE A CLASSE MÉDIA?		
Boas	32	58,2%
Médias	14	25,5%
Indiferentes	08	14,5%
Ruins	01	1,8%
Total	55	100,0%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

As matérias tiveram 58,2% de aprovação, tendo ainda 25,5% de pessoas que optaram por dizer que são “médias”. Entre as respostas positivas destacamos:

- “As reportagens do Jornal do Almoço têm grande importância na vida e na cultura das pessoas” (Daniel).
- “Porque dão informações corretas” (Davi).
- “São importantes porque é a classe média que move o Brasil” (Caio).
- “Vão mostrar o problema, expõem e daí vem as soluções” (Joana).
- “A maioria é direcionada para assuntos de classes menos favorecidas, mas, quando trata de assuntos para a classe média, aborda aspectos com a profundidade adequada” (Silas).

Entretanto, também foram registradas críticas:

- “Raramente informam o que está por trás do acontecimento, relatando apenas o fato” (Jesus).
- “Deveriam centralizar as reportagens nos bairros e mostrar as reais situações para um maior alcance e tentativa de sanar os problemas existentes” (Cloé).
- “Às vezes são distorcidas, fora da realidade” (Tadeu).

Nossa investigação também quis saber se os entrevistados percebem uma preocupação em falar sobre todas as classes econômicas e sociais: 58,2% das pessoas escolheram a opção “às vezes”, 23,6% responderam “sempre”, 16,4% disseram “raramente” e 1,8% disse “nunca”. São respostas que se refletem o modo de pensar dos entrevistados sobre uma possível preocupação do Jornal do Almoço com as classes sociais. Quando questionados sobre a linguagem usada nas reportagens que abordam a classe média, 49,1 % dos ouvintes disseram que ela “se aproxima” da classe social e outras 43,6% responderam que ela “tenta se aproximar”. Isso tem a ver com a questão sobre mostrar ou não a comunidade/bairro onde moram nossos 55 entrevistados: para 41,8% deles o telejornal mostra “às vezes”, 25,5% responderam “raramente”, a mesma porcentagem (25,5%) optou por dizer que ele “nunca mostra”, e apenas 7,2% responderam que ele sempre mostra. O tempo de exposição das reportagens é questionado, pois 60% das pessoas disseram que “às vezes” ele é suficiente para compreendê-las. Seguindo nessa linha, perguntamos:

Tabela 15 – Aprendizado

VOCÊ APRENDE COISAS SOBRE A SUA CLASSE SOCIAL NO JORNAL DO ALMOÇO?		
Sempre	14	25,5%
Às vezes	31	56,4%
Raramente	07	12,7%
Nunca	03	5,5%
Total	55	100,0%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

As respostas mostram que mais da metade dos entrevistados (56,4%) aprendem “às vezes” coisas sobre a sua classe social, em comparação com menos da metade desse número (25,5%), que responderam “sempre”. Nossa investigação também quis saber os assuntos onde as pessoas mais se sentiam representadas:

Tabela 16 – Assuntos e classe social

EM QUE TIPO DE ASSUNTO VOCÊ ENXERGA ESSA REPRESENTAÇÃO DA SUA CLASSE SOCIAL?		
Não resposta	05	9,1%
Esporte	15	27,3%
Política	12	21,8%
Polícia	11	20,0%
Aventura	04	7,3%
Shows	10	18,2%
Teatro	10	18,2%
Movimentos sociais	15	27,3%
Saúde	33	60,0%
Meio ambiente	15	27,3%
Agropecuária	04	7,3%
Economia	18	32,7%
Ciência e Tecnologia	10	18,2%
Meteorologia	09	16,4%
Comportamento	21	38,2%
Humor	03	5,5%
Total	55	100%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

As respostas mostraram que o tema saúde foi o mais identificado pelo público (60%), seguido de comportamento (38,2%) e economia (32,7%). Quanto ao tempo do jornal destinado às reportagens, 60% deles consideram que “nem sempre” ele é suficiente, mas, por outro lado, a nossa amostra de telespectadores de Porto Alegre respondeu que a linguagem usada nas matérias “se aproxima” (49,1%) das classes sociais e, para o restante, ela “tenta se aproximar” (43,6%). Os costumes e traços culturais do nosso estado não foram muito destacados pelos espectadores no questionário. Os que responderam sobre o assunto identificaram as referências no tradicionalismo, na figura do gaúcho, o cavalo e o chimarrão:

- “Os costumes de cada região do nosso Rio Grande do Sul” (Cloé).
- “Quando falam de algumas regiões do interior do estado, algumas características típicas de algumas regiões” (Sárvia).

E tivemos também aqueles que viram a presença desses costumes e traços culturais em shows, como os divulgados pela agenda cultural do programa.

Tabela 17 – Gostar do JA

VOCÊ GOSTA DO JORNAL DO ALMOÇO?		
Sim	40	72,7%
Não	02	3,6%
Quase sempre	10	18,2%
Raramente	03	5,5%
Total	55	100,0%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

Tabela 18 – Horário do meio-dia

O QUE VOCÊ GOSTARIA DE ASSISTIR NO HORÁRIO DO MEIO-DIA?		
Não resposta	01	1,8%
Desenho	01	1,8%
Esporte	08	14,5%
Entrevista	12	21,8%
Filme	02	3,6%
Documentário	05	9,1%
Seriado	03	5,5%
Musical	05	9,1%
Jornal do Almoço	40	72,7%
Humorístico	03	5,5%
Programa de auditório	--	0,0%
Novela	01	1,8%
Futebol	03	5,5%
Programa religioso	--	0,0%
Culinária	04	7,3%
Outro	02	3,6%
Total	55	100%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

A aceitação do Jornal do Almoço é realmente, grande visto que 72,7% das pessoas disseram gostar do telejornal. E o reforço dessa questão veio no momento em que apresentamos outras opções de programas para o meio-dia. O JA foi a preferência disparada da maioria para o horário. A segunda hipótese mais votada foi a de programa de entrevistas, lembrando que o telejornal incorporou tal prática às suas edições diárias. E o que faltaria mostrar sobre a classe econômica que mais cresce no Brasil? A pesquisa mostrou que as pessoas querem estar informados sobre tudo: do meio ambiente, saúde e direitos, passando pela economia, até o comportamento da “nova” classe média. É o questionamento de Eva: “O que fazem essas pessoas?” Os entrevistados reconhecem uma preocupação com a categoria, mas querem ver problemas e o apontamento de soluções. As dificuldades do dia a dia, requeridas por Diná, mas também o lado positivo de quem acumula conquistas: “Coisas que dão certo na vida” (Sálmana). Em suma: “Mostrar ascensão da ‘nova’ classe média brasileira, a qual conquistou um novo espaço na sociedade brasileira” (Sárvia). Um grupo disposto a aprender, adaptado as mudanças e que possui um jeito próprio de ser e viver. Cabe à mídia procurar entendê-los, descobrir o que eles querem ver na televisão, por exemplo. Afinal, segundo a consultoria Data Popular, são hoje os maiores consumidores em potencial de nosso país.

Ante o exposto, e destacando os dados mais importantes desta fase, é importante salientar que a maioria dos nossos entrevistados (61,8%) almoça em casa, um fato importante para a nossa pesquisa, que tem como objeto o Jornal do Almoço, um telejornal transmitido ao meio-dia, sendo que 40% dos nossos informantes “quase sempre” assistem TV neste horário. A televisão, aliás, é o principal lazer da amostra que assiste ao JA pela TV. Na sua maioria, são pessoas que procuram informação e diversão. Elas gostam de notícias apresentadas por repórteres e questionam o tempo destinado às reportagens do Jornal do Almoço. Outro dado relevante trata das áreas temáticas, nas quais os entrevistados enxergam a representação de assuntos referentes à classe média. Os entrevistados apontaram os assuntos referentes à saúde (60%), seguidos por comportamento (38,2%) e economia (32,7%), como os de maior destaque. Mas se formos levar em conta a interatividade, ela ainda parece muito distante. Embora o JA tenha páginas na internet e participe de redes sociais, 52 entrevistados (94,5%) disseram não fazer uso deste tipo de comunicação com o programa.

7.1.3 Transformações do JA

O processo de transformação do antigo para o atual Jornal do Almoço começou de forma gradual. As primeiras mudanças ocorreram nos bastidores do telejornal, com a troca de editores e produtores que foram imprimindo um novo jeito de fazer reportagens e apresentação do programa. O “novo” JA entrou no ar no dia 22 de novembro de 2010 com os novos cenários, e essas transformações foram percebidas pelo público:

Tabela 19 – Mudanças no JA

VOCÊ NOTOU ALGUMA MUDANÇA NO JORNAL DO ALMOÇO NOS ÚLTIMOS ANOS?		
Sim	46	83,6%
Não	06	10,9%
Talvez	03	5,5%
Total	55	100,0%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

As alterações no Jornal do Almoço foram avaliadas positivamente, visto que 63,6% dos entrevistados disseram que elas “melhoraram o jornal”, outros 14,5% declararam que elas “pioraram o jornal” e, cabe aqui ressaltar, 20% acharam que ele “ficou igual”. Como pontos positivos foram apontados: apresentação, cenários, linguagem descontraída, interação com o público, investimento em tecnologias e distribuição das reportagens.

- “A maneira de apresentar o JA é mais descontraída e interativa, dinâmica. A informação é mais direta ao telespectador, não tão engessada” (Eva).
- “O Jornal do Almoço ficou mais tecnológico, melhorou a aparência, as notícias estão mais rápidas. Traz informações instantâneas” (Daniel).
- “Mudou pra melhor, mais reportagens sobre a classe média e os pobres, notícias sobre política” (Caio).

Mesmo mantendo, em média, 45 minutos diários de produção, chamou-nos atenção o fato de muitas pessoas acharem que o telejornal ficou maior; talvez isso seja explicado pela nova formatação do programa com muitas vinhetas, agendas, entrevistas, comentários, reportagens e notas coberta:

- “Mudou a forma de apresentar a notícia, mais clareza e agilidade” (Noemi).

- “Mais entrevistas, menos atrações musicais ao vivo, apresentadores com a apresentação mais leve, mais conversa entre eles” (José).
- “A notícia meio relâmpago, como tudo na vida cotidiana da cidade grande” (Sárvia).
- “Ficou mais dinâmico, mais interativo e alegre” (Rode).

Quem assiste a programas de televisão ao meio-dia parece querer receber a informação de maneira rápida, com clareza. Silas diz que esta forma “deixa o espectador mais ativo”. E eles também querem o aprofundamento de alguns assuntos e a participação de especialistas respondendo sobre um assunto:

- “Entrevistas didáticas e com bom entendimento para o telespectador” (Asera).

A profusão de vinhetas também foi aprovada:

- “Agora facilita a identificação para o que está sendo divulgado” (Susana).

Quando perguntamos o que não deveria ter mudado, os telespectadores do JA pediram de volta a formalidade, menos entretenimento, reportagens mais aprofundadas e menos notícias policiais. A saída da apresentadora Rosane Marchetti também foi lamentada: “Retiraram uma das apresentadoras, a que tinha mais carisma” (Rubem). De maneira geral o Jornal do Almoço não altera o dia a dia de nossos entrevistados, mas alguns relataram o que fazem para ver o programa:

- “Paro o serviço para ver o JA” (Joana).
- “Às vezes prefiro não almoçar para assistir” (Madalena).

Algumas pessoas usam o que é transmitido para discussão na roda de amigos ou como ferramenta de trabalho:

- “Dependendo da reportagem apresentada serve para meu trabalho, principalmente na parte de economia” (Cloé).

Podemos dizer que as mudanças operadas dentro do Jornal do Almoço foram percebidas e aceitas pelos membros de nossa investigação. Claro que as críticas existem e foram fundamentadas, mas também foram apontados acertos como os cenários, empatia com a apresentadora, a linguagem e a temática desenvolvida. Dos 55 telespectadores que responderam ao questionário, 46 deles notaram diferenças no telejornal, apenas seis pessoas não perceberam mudanças e outras três disseram que as mudanças “talvez” tivessem acontecido. E essas modificações foram bem recebidas: 63,6% deles acham que elas “melhoraram” o jornal, 14, 5% disseram que ele ficou “pior” e 20% são da opinião de que ficou “igual”.

Perguntamos: “Que palavras lhe vêm à mente quando o assunto é Jornal do Almoço?” Com base no que foi respondido, o programa poderia ser definido nas seguintes categorias: notícia (60%), informação (38,2%), entretenimento/lazer (21,8%) e esporte (12,7%). As palavras “notícia” e “informação”, em nossos critérios, podem ser unidas, já que não existe notícia sem informação, assim como a informação não deixa de ser notícia. As respostas reforçam ainda mais o que já havíamos encontrado no questionamento sobre o que o telejornal representava: quase 90% dos telespectadores entrevistados disseram que ele era informação. O resultado também ratifica o que os estudos da consultoria Data Popular já haviam demonstrado: a “nova” classe C quer estar bem informada. O JA, para eles, também significa entretenimento (21,8%) e esporte (12,7%), o que mostra a forte relação entre o telejornal e os temas esportivos. Vale aqui lembrar que o primeiro bloco é ocupado pelas notícias do futebol, com a presença do apresentador Paulo Brito na abertura do programa. Também apareceram nos questionários as seguintes definições: diversão, variedades, entrevistas, lazer, qualidade, música, Porto Alegre, atualização, fidedignidade, credibilidade, novidades, novidades, televisão, conhecimento, companhia, agenda, notas, região, opinião e reportagens. As respostas vão ao encontro do que é o telejornal: uma revista de variedades, sem deixar de lado a informação.

Os nomes de apresentadores como Cristina Ranzolin, Maria do Carmo, Paulo Santana e Renato Pereira entre as respostas mostra a valorização da figura do âncora para os telespectadores. E foi justamente esta a próxima questão: “Qual/quais pessoas eles lembravam quando falamos de Jornal do Almoço”? Os entrevistados citaram, espontaneamente, o nome de 21 pessoas entre apresentadores, repórteres, e até uma citação do nome do editor-chefe do programa, Raul Ferreira. O nome da apresentadora do telejornal, Cristina Ranzolin, foi o mais lembrado em 78% das respostas. O segundo com mais citações foi o do comentarista Lasier Martins, que teve 47% das referências, seguido do também comentarista de esporte Paulo Santana⁴⁷, referido por 38% dos informantes.

Os apresentadores e comentaristas são mesmo uma das marcas fortes do Jornal do Almoço, tanto que apareceram nomes de jornalistas que não fazem mais parte do programa há muitos anos; Maria do Carmo foi um deles. A jornalista foi lembrada por 14,5% dos pesquisados, mesmo número de Paulo Brito (que aparece no telejornal diariamente com as notícias do esporte). Rosane Marchetti, que deixou a bancada do JA nas mudanças operadas em 2010, foi referida por 13% dos entrevistados. Os outros nomes lembrados trazem antigos

⁴⁷ Paulo Santana não participa mais do Jornal do Almoço desde 2010 por questões de saúde.

nomes do Jornal do Almoço e pessoas que ainda participam do programa: Lauro Quadros (7,3%), Celestino Valenzuela (7,3%) Camila Martins (5,5%), Mendes Ribeiro (5,5%), Tânia Carvalho (5,5%), Tatata Pimentel (5,5%) e Antônio Daudt (3,6%). Regina Lima, Ivani Schütz, Maurício Saraiva, Raul Ferreira, Célia Ribeiro, Gasparotto, Roberto Gigante e Falcão apareceram uma vez (1,8%) nas 55 (100%) respostas pesquisas. Chamou-nos atenção o fato de Carla Fachim, a substituta de Cristina Ranzolin, não ter sido citada pelos telespectadores. Ao perguntarmos se os entrevistados aprendiam coisas vendo o Jornal do Almoço, 67,3% responderam que “sempre” aprendem algo, enquanto 32,7% disseram “raramente”, e ninguém marcou a opção “nunca”.

Tabela 20 – Aprender com o JA

VOCÊ APRENDE COISAS VENDO O JORNAL DO ALMOÇO		
Sempre	37	67,3%
Raramente	18	32,7%
Nunca	--	0,0%
TOTAL	55	100%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

Se os telespectadores gostam e querem informação, como já ficou demonstrado em nosso estudo, procuramos aprofundar o assunto com a seguinte questão: “Cite coisas que você aprende no Jornal do Almoço”. As respostas mostram que o programa é mesmo de variedades. Os 67,3% dos entrevistados que optaram pela resposta “sempre” elencaram assuntos variados, com destaque para os que contam com a participação de especialistas no estúdio. “Todos os dias o jornal traz especialistas sobre os mais variados temas: violência, trânsito, sonambulismo” (Rubem).

O que parece transmitir mais informações aos assistentes são mesmo os temas relacionados com a área de saúde, política, segurança, esportes, direitos e cuidados com a cidade. Temos ainda na amostra 32,7% das pessoas que responderam que “raramente aprendem”, mas, observando as respostas, vemos que eles também relacionaram assuntos de notícias, direitos, segurança e saúde e, novamente, fizeram referência aos especialistas: “Informação, variedades com especialistas” (Noé). Cabe lembrar que 20% dos entrevistados preferiram não responder a esta questão. Ao questionarmos se mudou o jeito de ver o telejornal:

Tabela 21 – Rotinas

NA SUA ROTINA HOUVE ALGUMA MUDANÇA NO MODO DE VER O TELEJORNAL AO LONGO DOS ANOS?		
Sim	21	38,2%
Não	25	45,5%
Talvez	09	16,4%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

O número de entrevistados que detectou mudanças não chegou aos 40%, mas, como 16% deles disseram que “talvez” elas tivessem acontecido, torna-se crucial a próxima questão: “Fale sobre ter ou não mudança no modo de ver o Jornal do Almoço ao longo dos anos”. Tal questão é pertinente porque a tradicional reunião da família em torno da mesa e com o televisor ligado já não é mais realidade em muitas residências, o que atrapalha a assistência do programa. Claro que ainda existem aqueles que mantêm esse costume: “O Jornal do Almoço se tornou a sobremesa do meu almoço” (Hermes). O jornal ainda é visto, mesmo longe do ambiente familiar, mas com os colegas de trabalho. Os entrevistados Maria, Diná, Eunice e Timão expuseram isso em seus relatos. Procuramos saber o que falta no Jornal do Almoço e descobrimos que a grande maioria quer mais espaço para as notícias, bem como variedades e até humor.

“O que o Jornal do Almoço já teve e que deveria voltar a ter?”

Esta foi a nossa próxima pergunta, e aqui apareceram os pedidos por mais assuntos culturais e campanhas educativas como os de Madalena: “Sobre arte, música, literatura e cultura em geral”.

“O que nunca mais deverá ter no Jornal do Almoço?”

Voltam aqui os temas envolvendo tragédias e sensacionalismo. As notícias sobre crimes, segurança e até assuntos sobre destruições causadas pelo clima podem estar em pauta, mas com um cuidado especial para que as mesmas não explorem o desespero em excesso das pessoas. “Não devem focar as notícias de tragédias” (Cloé).

Também procuramos saber:

Tabela 22 – JA e bairros

O JORNAL DO ALMOÇO COSTUMA MOSTRAR A COMUNIDADE / BAIRRO ONDE VOCÊ VIVE?		
Sempre	04	7,3%
Às vezes	23	41,8%
Raramente	14	25,5%
Nunca	14	25,5%
TOTAL	55	100%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

Observando a tabela acima, vemos que 41,8% das pessoas responderam que ele mostra “às vezes”, mas o que podemos destacar é o grande número de “raramente” e “nunca”, que ficaram empatados em 25,5%. É uma proporção que ultrapassa a metade das respostas (51%), contra apenas quatro pessoas que disseram que ele “sempre” mostra. Dos contatados por nossa pesquisa, identificamos quatro pessoas que já participaram de reportagens do Jornal do Almoço. Três delas relataram o assunto:

- *Cloé* disse ter sido entrevistada por repórter que fazia reportagem sobre problemas da cidade;
- *Caio* participou de matéria sobre o serviço militar nos tempos em que estava no quartel;
- *Heródíades* falou sobre sua geladeira duplex numa matéria sobre o consumo e as conquistas da classe média.

A geladeira grande, aliás, segundo o Data Popular, é um dos objetos de consumo da “nova” classe média, que avançou das classes D e E. Se, por um lado, eles não enxergam o seu bairro representado no telejornal, como mostrado acima, de outro, veem com reservas a preocupação do JA com a classe média, já que 52,7% escolheram a opção “às vezes”:

Tabela 23 – Preocupação com a classe média

PREOCUPAÇÃO COM A CLASSE MÉDIA		
Sempre	16	29,1%
Às vezes	29	52,7%
Raramente	09	16,4%
Nunca	01	1,8%
TOTAL OBS.	55	100%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

O JA está no ar há 40 anos e, mesmo assim, mais da metade de nossos entrevistados (54,5%) não destacou nenhum fato marcante, ou seja, algo que seja lembrado ao longo de suas vidas e tenha sido visto no telejornal do meio-dia.

Tabela 24 – Fato marcante

FATO MARCANTE NO JA		
Sim	25	45,5%
Não	30	54,5%
TOTAL	55	100%

Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos dados do questionário aplicado

No entanto, as conquistas do esporte e algumas tragédias foram os assuntos mais lembrados por 45,5% pessoas que marcaram a resposta “sim”. As conquistas de Inter e Grêmio ficaram na memória de Rebeca, Cloé e Diná, e os assuntos relacionados a tragédias foram citados por Hosana, Oziel, Timão e Sárvia. Mas também existem os momentos lúdicos, como o show do grupo musical gaúcho Tchê Garotos, relatado por Joana; e as “Histórias de Natal” produzidas pelo programa e lembradas por Romélia. A apresentação do Jornal do Almoço infantil foi marcante para Raquel: “No dia da criança, o programa era apresentado por crianças e eu sonhava em apresentar o programa um dia”.

Ficou também marcado na memória de quem assiste ao JA o choque de 220 volts que o comentarista Lasier Martins tomou durante uma edição da Festa da Uva de Caxias do Sul. A tragédia virou motivo de piada na internet⁴⁸, com direito a muitas versões para o fato que aconteceu em 1996. Aliás, o “choque do Lasier” já havia sido o fato mais lembrado pelos telespectadores do Jornal do Almoço por ocasião dos seus 38 anos⁴⁹. Os telespectadores, ao serem incitados a mandarem mensagens para o site do programa⁵⁰ sobre os momentos mais marcantes do JA, escolheram o incidente elétrico transmitido ao vivo. E o JA de 23 de novembro de 2010 voltou a mostrar o vídeo, seguido do depoimento do apresentador que sofreu o acidente: “Me estatelei para trás, sofri uma fratura de costela, três meses mal dormidos, e agora a lembrança das pessoas que não se apaga” (MARTINS, 2010).

⁴⁸ http://www.youtube.com/results?search_query=choque+da+uva&oq=choque+&gs_l=youtube.1.1.0i10.294.288.8.0.6187.14.13.0.0.0.0.332.1573.5j4j2j1.12.0...0.0...1ac.24p4fqDTIOg

⁴⁹ Programa Jornal do Almoço veiculado no dia 23 de novembro de 2010.

⁵⁰ <http://www.rbstv.com.br/ja/rs>

Lasier Martins é um dos mais antigos jornalistas do Jornal do Almoço. Atualmente, tem um comentário de três minutos no programa, espaço em que fala, geralmente, sobre um fato que esteja acontecendo no dia ou de grande repercussão regional, nacional e até mesmo internacional. Com tanta identificação com o programa, ele aparece como uma das pessoas que os nossos entrevistados mais gostam. A resposta veio para a pergunta: “Do que você mais gosta no Jornal do Almoço?”

Essa pode ser considerada uma questão crucial para o nosso trabalho, pois mostra o que os telespectadores mais gostam de ver no Jornal do Almoço. Os questionários mostraram que eles gostam de notícias, e as que são passadas em forma de entrevistas parecem agradar e muito. O JA adotou, desde novembro de 2010, a participação de um especialista no estúdio para dirimir as perguntas de quem assiste ao programa. Os assuntos são bem ecléticos e os editores procuram atualidades. No modelo adotado pelo Jornal do Almoço, os entrevistados não têm apenas seus 15 segundos de fama, mas discorrem sobre o tema ao longo dos blocos do programa. Uma receita que conquistou os nossos entrevistados.

A importância da notícia é geralmente julgada de acordo com a sua abrangência, isto é, segundo o universo de pessoas às quais pode interessar. Esse é o critério mais utilizado em jornalismo de televisão que, dando ênfase ao aspecto da amplitude, pode tender a transformar a notícia em entretenimento ou em espetáculo, tratando apenas de questões amenas ou desprovidas de polêmica (CURADO, 2002, p. 16).

O esporte também é uma grande referência, e o destaque dado ao futebol parece agradar os entrevistados. Por outro lado, os temas esportivos também aparecem nas respostas à questão: “Descreva o que você não gosta no Jornal do Almoço”. As pessoas relataram não gostar principalmente de futebol, que vem a ser o principal mote, e praticamente o único, do quadro apresentado por Paulo Brito. Mas o que eles parecem não gostar de assistir são temas que abordem tragédias e violência. Por ser transmitido no horário do meio-dia, em que muitos telespectadores estão almoçando, eles preferem conteúdo informativo, mas com amenidades. Chamou-nos atenção que algumas características adotadas no novo modelo do JA aparecem de forma negativa nos depoimentos. Tamar declarou não gostar mais do programa: “Acho demais... Por exemplo: o que foi levarem o papeteiro, pai da criança que a mãe deu à luz no carrinho deles? Apelativo e ao mesmo tempo as pessoas são expostas”.

Também, a apresentação do programa, com os repórteres e comentaristas em pé, sem a bancada, foi criticada por Sárvia. Repórteres em pé, notícias curtas, voltado às classes C, D e E, notícias rápidas e entrevistas ao vivo são pilares do novo JA. Sendo assim, cabe questionar

posteriormente na pesquisa em profundidade o porquê destes assuntos aparecerem entre as respostas do que eles não gostam.

7.2 SEGUNDA FASE – UMA SEMANA DE JORNAL DO ALMOÇO

É no espaço simbólico dos noticiários (...) que acompanhamos, julgamos e construímos o cotidiano da nação, sob o olhar dos âncoras, repórteres e editores.
(BECKER, 2005, p. 48)

Na grade de programação das emissoras, os telejornais transmitem credibilidade e atraem investimentos. Além disso, oferecem conceitos, ideias e representações da cultura e da realidade local e nacional. Nosso estudo sobre o Jornal do Almoço é baseado na teoria das mediações de Jesús Martín-Barbero (2009), o qual afirma que o receptor não é mais um simples decodificador da mensagem, e sim um produtor de sentidos. Também compartilha algumas premissas de Dominique Wolton (2004). Os indivíduos, segundo o sociólogo francês, assimilam o que veem 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. Para que possamos entender os efeitos da produção de um telejornal junto a seus telespectadores, é preciso também fazer um acompanhamento efetivo do conteúdo e das opiniões sobre o mesmo. Desta forma, contatamos 20 pessoas que já faziam parte da nossa primeira amostra (55 telespectadores do JA, residentes em Porto Alegre) e propusemos que elas assistissem ao telejornal por uma semana. Elas deveriam discorrer sobre o que viram em um roteiro de questões que lhes foi entregue. A escolha do período foi aleatória, do mesmo modo que fez Guilherme Jorge de Rezende (2000, p. 183) na metodologia que deu suporte à sua pesquisa:

Por se tratar de um fenômeno estável, a escolha da semana constitutiva da amostra se deu de modo aleatório. Cuidou-se apenas de evitar que caísse em um período em que o conteúdo do noticiário estivesse afetado por alguma circunstância — recesso parlamentar, inexistência de competições esportivas, ou a ocorrência de algum evento que ocupasse em demasia a atenção da mídia (Olimpíadas, Copa do Mundo, Natal, eleições).

As distâncias geográficas e os compromissos dos indivíduos contatados dificultaram um pouco o trabalho, mas conseguimos o retorno de 13 roteiros de acompanhamento do JA por uma semana — de 16 a 20 de julho de 2012 (o que se traduziu em 65 opiniões sobre as

edições do telejornal). O que tivemos em vista foi uma análise de conteúdo, com o foco na opinião sobre o material veiculado pelo programa.

7.2.1 Recorte do Jornal do Almoço: julho de 2012.

Ao comentar aquilo a que assistiram, os espectadores emitem juízos sobre a televisão. Na verdade, é assim que eles dela se apropriam e que ela se torna objeto democrático, no sentido em que é, permanentemente, objeto de debates. Aqueles que acreditam imperturbavelmente em espectadores passivos e sem reações, nem interesses, "zapeando" aleatoriamente de um canal para outro, deviam escutar mais as conversas (...) Ficariam perplexos com a diversidade de juízos emitidos.

(WOLTON, 1996, p. 54).

A pesquisa utilizou como *corpus* cinco dias de matérias transmitidas pelo telejornal diário Jornal do Almoço, do dia 16 de julho (segunda-feira) a 20 de julho de 2012 (sexta-feira). Deixamos de fora o sábado porque o programa é produzido em esquema de plantão, com programação reduzida. A escolha do mês de julho de 2012 é devida ao desenvolvimento da pesquisa. Como lembra Bardin, é na prática que definimos os procedimentos de análise. Foi dessa forma que compilamos as respostas contidas nos roteiros de acompanhamento do JA. O nosso objetivo é obter o que pensam esses telespectadores da classe média sobre o conteúdo do telejornal. Buscamos as falas que se sobressaem, para assim identificarmos o que os mesmos querem e não querem assistir no horário do meio-dia. Desta forma, descreveremos os dados, sistematizando-os de forma clara e precisa. As categorias surgiram das leituras e releituras do material coletado, portanto, não foram colocadas *a priori*, mas se originaram de forma a denominar os aspectos comuns da experiência de assistir ao Jornal do Almoço e assim emergiram do trabalho de análise e do que se apropriou sobre o tema.

Esta segunda fase vem a ser uma complementação da primeira (feita com questionário socioeconômico) de modo a compreender com mais particularidade as opiniões sobre um determinado período do telejornal, mediante edições definidas. De posse dos dados, partimos para a análise do conteúdo — conforme já foi apontado no item capítulo 4, complementado pelas indicações de Minayo (1992). A análise do conteúdo opinativo será feita seguindo a proposta da autora, que se baseou em Bardin (1979) para organizar uma interpretação qualitativa de dados, a qual consideramos bastante adequada para o nosso trabalho.

Seguiremos o que ela chama de *passos para a operacionalização*:

- a) ordenação dos dados: faz-se um mapeamento de todos os dados, em nosso caso os obtidos através do questionário ou roteiro de acompanhamento do JA;
- b) classificação dos dados: nesta fase, é importante termos em mente que o dado não existe por si só. Ele é construído a partir do questionamento que fazemos sobre ele, com base numa fundamentação teórica, através de uma leitura exaustiva e repetida dos textos para assim elaborarmos as categorias específicas. É o que Heloísa Szymanski chama de “explicitação de significados”:

A categorização concretiza a imersão do pesquisador dos dados e a sua forma particular de agrupá-los segundo a sua compreensão. Podemos chamar este momento de explicitação de significados. Diferentes pesquisadores podem construir diferentes categorias a partir do mesmo conjunto de dados, pois essa construção depende da experiência pessoal, das teorias do seu conhecimento e das suas crenças e valores (SZYMANSKI, 2002, p.75).

- c) análise final: Procuraremos, nesta fase, estabelecer as articulações entre os dados e o questionamento de nossa pesquisa.

Adotando tal sistemática, apresentamos os dados mais aparentes e quantificáveis, expostos na tabela a seguir:

Tabelas 25 – Acompanhamento diário JA



ACOMPANHAMENTO DIÁRIO DO JORNAL DO ALMOÇO

Amostra total
65 observações

ACOMPANHAMENTO DIÁRIO DO JORNAL DO ALMOÇO

Assistência		
Inteiro	39	60,0%
Só o fim	6	9,2%
Só o começo	13	20,0%
Não assistiu	7	10,8%
Total	65	100,0%

Local		
Casa	46	78,0%
Rua	0	0,0%
Trabalho	13	22,0%
Total	59	100,0%

Meio		
Televisão	52	89,7%
Telefone celular	0	0,0%
Internet	6	10,3%
Total	58	100,0%

TAREFAS		
Almocei	48	50,0%
Trabalhei na rua	3	3,1%
Estudei	0	0,0%
Conversei com outras pessoas	20	20,8%
Tarefas domésticas	15	15,6%
Passeio	0	0,0%
Descansei	10	10,4%
Total	96	100,0%

Fonte: Roteiro de acompanhamento

Dos 20 telespectadores participantes da primeira fase da pesquisa, contatados, obtivemos o retorno de 13 deles, sendo quatro homens e nove mulheres com idades que variaram dos 18 aos 64 anos de idade. As respostas resultaram em 65 roteiros referentes a cinco dias de assistência do telejornal. Os resultados mensuráveis aparecem divididos em quatro variáveis: *assistência*, *local*, *meio* e *tarefas*. Tivemos 39 edições do JA assistidas inteiras, 13 em que os entrevistados viram só o começo, seis com apenas o fim e sete não assistidos. O meio usado para ver o programa nos cinco dias foi preferencialmente a televisão (89,7%) e depois a internet (10,3%). Quanto ao local: 46 questionários foram respondidos em casa e 13 no trabalho. Com referência às tarefas desempenhadas pelos nossos entrevistados durante a assistência do Jornal do Almoço, a maioria almoçou, conversou com outras pessoas e desempenhou tarefas domésticas.

Em nossa análise, resolvemos também fazer um agrupamento por assunto/dia e a partir daí construir as categorias que se mostraram relevantes para a compreensão do nosso objeto de estudo. Essas categorias foram nomeadas como: “Assunto do dia”, “Como foi mostrado”,

“Do que gostou?” e “Não gostou?” de assistir no Jornal do Almoço. Lembrando que seguiremos nomeando nossos entrevistados com nomes bíblicos, seguindo a mesma regra da primeira fase das entrevistas. A seguir, faremos tabelas com distribuição por data, entrevistado, assunto do dia, do que gostou e não gostou. Começamos na segunda-feira (16 de julho de 2012) e encerramos na sexta-feira (20 de julho de 2012).

Tabela 26– JA 16/07/2012 – Segunda-feira

16/07/12	ASSUNTO DO DIA?	DO QUE GOSTOU?	NÃO GOSTOU?
DAVI	Acidente aéreo	Grêmio	Ver muita tristeza
CLOÉ	Tragédia TAM	Craque de 14 anos que viajará pra Suíça.	Não precisavam falar tanto em tragédia.
SILAS	-----	-----	-----
SÁLMANA	Acidente aéreo TAM	-----	Não vi todo, mas estava triste.
TABITA	Vítimas TAM	Tudo	Nada
GADE	Tragédia voo TAM	Depoimento dos familiares das vítimas.	Muita tristeza das pessoas.
DÉBORA	Tragédia TAM	-----	Achei pesado. Muita tristeza e desespero.
CAIO	Tragédia TAM	Depoimentos	Apelativo, muita tristeza. Não precisava lembrar.
MARIA	Acidente TAM	-----	Excesso de desgraça.
JOANA	Acidente TAM	Matéria do músico que caiu do prédio.	Matéria bens do tráfico.
RUTE	Acidente TAM	Alguns depoimentos	Muita tristeza que voltaram a mostrar, desespero.
JESUS	Acidente TAM	Futebol	Tragédia
RAQUEL	Acidente TAM	Esporte, Inter	Imagens de desespero das pessoas no acidente.

Fonte: Roteiro de acompanhamento

Neste primeiro dia de acompanhamento do JA, “saltou aos nossos olhos” uma aversão dos telespectadores pelo tema da tragédia. Dos 12 entrevistados que assistiram ao programa, todos apontaram o *acidente com o voo da TAM* como o assunto do dia, e muitos fizeram referência às palavras *tragédia* e *emoção*. Com base na opinião de nossos entrevistados, podemos dizer que a edição do dia 16 de julho de 2012 foi considerada um erro já que a grande maioria não gostou de rever tanta tristeza e alguns consideraram o conteúdo apelativo.

Tabita relatou ter gostado de *tudo* que foi mostrado no programa, mas uma análise em seu relatório mostrou que ela só assistiu ao começo do JA. Neste dia, observamos que sete pessoas viram todo o telejornal e seis, parcialmente, o que vem a reforçar a rejeição apresentada em relatos como o de Sálmana: “Não vi todo, mas estava triste”. De positivo

apareceram o futebol e alguns depoimentos dados por parentes das vítimas do voo da TAM. Vale lembrar que o aniversário de cinco anos da tragédia aérea que matou 199 pessoas aconteceria somente no outro dia. Numa estratégia para transmitir o assunto antes dos outros veículos, os editores do JA fizeram uma edição que ninguém, da nossa amostra, gostou de ver.

A ancoragem de Cristina Ranzolin foi referida por todos os telespectadores que assistiram ao programa. Não tivemos nenhum registro da apresentação do esporte feita por Paulo Brito. Quanto aos repórteres, Cloé disse gostar de todos porque “mostram de maneira rápida e objetiva as notícias”. Contudo, o destaque foi para Regina Lima, lembrada por quatro pessoas. Os nossos entrevistados também puderam opinar sobre a forma como os principais assuntos do JA foram mostrados e eles identificaram, com tranquilidade, as reportagens, entrevistas, depoimentos e até quando as imagens eram de arquivo. Na edição que mostrou o acidente da TAM, vários deles referiram à palavra “emoção” para definir o que viram.

Tabela 27 – JA 17/07/2012 – Terça-feira

17/07/12	ASSUNTO DO DIA?	DO QUE GOSTOU?	NÃO GOSTOU?
DAVI	Vigilantes	Menino com doença rara que foi internado no HC.	Nada
CLOÉ	Vigilantes	Campanha 50 anos da RBS.	-----
SILAS	Vigilantes	-----	-----
SÁLMANA	Vigilantes	Indiferente	Indiferente
TABITA	Vigilantes	Tudo	Gostei de tudo.
GADE	Vigilantes	VT do Eduardo Costa	-----
DÉBORA	Vigilância particular	De todo o jornal.	Notícias tristes.
CAIO	50 anos de RBS	-----	TAM – repetiu.
MARIA	50 anos de RBS e Acidente TAM	-----	Acidente TAM.
JOANA	Vigilantes, TAM e 50 anos de RBS.	Matéria óleo de Lorenzo – menino com doença rara.	-----
RUTE	Vigilantes e 50 anos RBS	Campanha 50 anos	Mais tristeza da TAM.
JESUS	Vigilantes de rua	Futebol	-----
RAQUEL	Vigilantes de rua	Campanha 50 anos da RBS	Mais TAM, não dava.

Fonte: Roteiro de acompanhamento

Esta edição não foi marcada por apenas um assunto principal, embora a maioria tenha destacado o tema *vigilantes de rua*. Com isso, ficou evidenciado que os telespectadores já associam as entrevistas no estúdio com a temática do telejornal. Os *50 anos da RBS* também foram assinalados, assim como o *acidente com o avião da TAM*, que voltou a ser noticiado (agora efetivamente no dia do aniversário de cinco anos).

Embora a segurança seja um tema que parece ser atrativo para a classe média, o destaque acabou sendo para uma reportagem sobre saúde feita pelo repórter Eduardo Costa (repórter que foi destacado por quatro pessoas). Três telespectadores também gostaram de ver a campanha dos *50 anos da RBS*, e mais uma vez observamos reclamações pela veiculação do *acidente da TAM*. Caio achou que estavam repetindo a notícia, e Raquel foi enfática: “mais TAM, não dava”. Neste dia, para Cloé, as reportagens “mostravam de maneira clara e resumida a importância dos milhares de profissionais que trabalham de forma legal como vigias”. O assunto relativo à segurança nas ruas foi identificado como de interesse da classe média, assim como outro que abordou a saúde: “A história da mãe que procurou tratamento para o filho de sete anos” (Davi). Essa matéria, aliás, provocou uma grande identificação do público com o repórter Eduardo Costa, que foi lembrado por cinco entrevistados: “Ele estava fazendo uma reportagem sobre saúde”, disse Tabita; “matéria sobre saúde da criança com doença rara”, referiu Joana. Cristina Ranzolin também foi elogiada pela simpatia e emoção que transmite ao ancorar o programa, assim como o apresentador do esporte Paulo Brito. Segundo Davi, “o conjunto forma um bom jornal”.

Tabela 28 – JA 18/07/2012 – Quarta-feira

18/07/12	ASSUNTO DO DIA?	DO QUE GOSTOU?	NÃO GOSTOU?
DAVI	Motociclistas no trânsito	Entrega do requerimento da OAB para o Procon, sobre serviços das operadoras de telefonia.	Da atitude da mãe e dos irmãos para resolver o caso de bullying.
CLOÉ	Motociclistas no trânsito	Socióloga fala sobre roupas e comportamento das pessoas.	-----
SILAS	Motociclistas	Notícias em geral	Apresentação do Juca (jogador do Inter)
SÁLMANA	Motoqueiros - trânsito	Hoje não estava muito interessante.	O esporte dando enfoque ao Inter.
TABITA	Motociclistas	Tudo	Nada
GADE	Trânsito de motos e carros	De tudo	-----
DÉBORA	Motociclistas	-----	-----
CAIO	Motociclistas	De tudo	-----
MARIA	Motociclistas	Parto inusitado	-----
RUTE	Motociclistas	Cuidados para evitar acidentes de moto.	-----
JESUS	Motociclistas	Prevenção de acidentes.	-----
RAQUEL	Motociclistas	Direitos e deveres dos motoristas.	-----
JOANA	Motociclistas	Matéria motociclistas	Nada

Fonte: Roteiro de acompanhamento

A edição do dia 18 de julho de 2012 trouxe os *motociclistas* como matéria principal do Jornal do Almoço, e todos os nossos entrevistados identificaram o assunto *trânsito* como o assunto do dia. Não houve nenhuma reclamação quanto a isso; ainda, as abordagens sobre os cuidados para prevenir acidentes e sobre os direitos e deveres dos motoristas foram elogiadas por Rute, Jesus, Raquel e Joana, enquanto Tabita, Caio e Gade afirmaram gostar de tudo. Todavia, Sálmana não achou o programa muito interessante. Mas não houve nenhum assunto que recebesse reclamações generalizadas, como observado no primeiro dia de acompanhamento.

Ao perguntarmos sobre como o assunto foi mostrado, tivemos a seguinte resposta de Davi: “Com pesquisas que apontam que grande parte das vítimas no trânsito são motociclistas”. Silas não gostou de a abordagem ser tão específica: “Foi mostrado basicamente com foco nos motoboys, mas poderia ser mais ampla”. Os assuntos identificados como sendo de classe média foram motociclistas e moda de rua, esta feita por Paula Valdez e considerada “interessante” por Silas. Joana sentiu falta de Lasier Martins nesta edição.

Tabela 29 – JA 19/07/2012 – Quinta-feira

19/07/12	ASSUNTO DO DIA?	DO QUE GOSTOU?	NÃO GOSTOU?
DAVI	Sustentabilidade	Reportagem dos 26 anos do Taim.	Matéria da novela Avenida Brasil.
CLOÉ	Planos de operadoras de telefonia	Suspensão das vendas de novos planos de celular.	Os comentários sobre a novela Avenida Brasil.
SILAS	-----	-----	-----
SÁLMANA	-----	-----	-----
TABITA	Sustentabilidade	O que olhei, gostei.	De nada
GADE	Sustentabilidade	Projetos ecológicos	-----
DÉBORA	Sustentabilidade	-----	-----
CAIO	Ecologia	Projetos ecológicos	-----
MARIA	Sustentabilidade	Reserva do Taim	-----
RUTE	Ecologia	Matéria sobre reciclagem	-----
JESUS	-----	-----	-----
RAQUEL	Sustentabilidade	Roupas com materiais reciclados.	-----
JOANA	Sustentabilidade	Moda de material reciclado.	-----

Fonte: Roteiro de acompanhamento

A temática desse dia, para os telespectadores, foi sustentabilidade/ecologia, já que nove pessoas fizeram referência sobre o assunto. Embora a matéria de abertura tenha sido

sobre os problemas enfrentados com as operadoras de telefonia celular, que levaram a Anatel a suspender as vendas de novos planos no estado e no país (objeto de comentário de Cloé). Mas o que parece ter agradado mesmo foram os projetos ecológicos apresentados. A edição trouxe reportagens sobre o aniversário de 26 anos da Reserva Ecológica do Taim, mostrou uma casa ecológica e apresentou roupas de material reciclado. Os assuntos foram pontuados pela participação de um especialista no estúdio. Chamou-nos atenção o fato de que a reportagem de encerramento sobre o capítulo 100 da novela *Avenida Brasil*, que fazia muito sucesso na época, tenha recebido críticas e mais nenhuma outra manifestação.

Os assuntos identificados como de classe média foram novela (*Avenida Brasil*), saúde (planos de saúde) e ecologia. A apresentação foi de Carla Fachim, mas dois telespectadores sentiram falta de Cristina Ranzolin. Joana, novamente, perguntou pelo comentarista Lasier Martins. A simpatia e a descontração de Regina Lima e de Paula Valdez também foram destacadas. Segundo Cloé: “A unidade entre eles e a apresentação das notícias atualizadas deixam os telespectadores satisfeitos”.

Tabela 30 – JA 20/07/2012 – Sexta-feira

20/07/12	ASSUNTO DO DIA?	DO QUE GOSTOU?	NÃO GOSTOU?
DAVI	Agressão à mulher	Frio Grande do Sul com as belezas de São Borja.	Reportagem sobre ampliação das cotas raciais e sociais.
CLOÉ	Agressão à mulher	Montagem da tenda do Cirque Du soleil.	Cotas sociais e principalmente raciais na UFRGS.
SILAS	Agressão às mulheres	Enfoque do tema do jornal.	-----
SÁLMANA	-----	-----	-----
TABITA	Agressão à mulher	Estava legal	Tudo
GADE	Agressão à mulher	-----	-----
DÉBORA	-----	-----	-----
CAIO	Agressão à mulher	Sobre direitos	-----
MARIA	Agressão à mulher	Dia do amigo	-----
RUTE	Agressão à mulher	Direitos da mulher.	Ver violência.
JESUS	Agressão à mulher	-----	-----
RAQUEL	Agressão à mulher	Direitos da mulher	-----
JOANA	-----	-----	-----

Fonte: Roteiro de acompanhamento

O debate sobre *violência contra a mulher* pontuou a edição de sexta-feira, 20 de julho de 2012, do Jornal do Almoço e agradou. Todos os entrevistados que assistiram ao programa

fizeram referência ao assunto. Eles gostaram de saber sobre os direitos, mas Rute preferia não ter assistido cenas de violência. Tivemos ainda citações sobre a série *Frio Grande do Sul*, que mostrou a cidade de São Borja; a montagem da grande lona do Cirque Du Soleil, que se apresentaria em Porto Alegre; e uma matéria sobre o Dia do Amigo. O tema sobre cotas raciais, apresentado em uma nota coberta (“almoço”) foi criticado por Davi e Cloé.

O programa, como de praxe, começou com o esporte. Neste último dia de análise sobre o Jornal do Almoço o assunto foi violência contra a mulher: “Enfocando a necessidade de a mulher denunciar agressões que sofre” (Silas). A apresentação foi, mais uma vez, de Carla Fachim, elogiada por Cloé: “Apresenta as matérias de forma clara e objetiva”.

Na semana em análise, os principais temas foram acidentes aéreos, vigilantes de rua, motociclistas, sustentabilidade, agressão contra a mulher e planos de operadoras de telefonia celular. Com essa gama de assuntos, podemos concluir que os telespectadores são ávidos por notícias, mas exigem que ela seja informativa, apresentado o problema, o debate sobre ele e também uma gama de possíveis caminhos para soluções; e não simplesmente uma reportagem narrativa, com sobreposição de fatos, muitas vezes sensacionalistas e inócuos. Um exemplo disso foi à aversão pela forma usada para lembrar o acidente da TAM. Nossos entrevistados não identificaram avanços que justificassem uma edição calcada no sofrimento das pessoas e ainda fora do contexto (já que a data do aniversário seria apenas no outro dia). Por outro lado, vemos elogios para os temas que abordaram a sustentabilidade em diferentes matérias e abordagens do programa. As entrevistas parecem ser mesmo um dos acertos do Jornal do Almoço (o que já havíamos identificado na primeira fase da pesquisa), assim como a vinda da repórter Regina Lima (oriunda do programa Teledomingo).

7.3 TERCEIRA FASE – O JA NO COTIDIANO DOS ENTREVISTADOS

O público constitui uma das grandes incógnitas da televisão desde o seu princípio, portanto, conhecê-lo melhor é um desafio. Sobretudo nas sociedades complexas, em que a oferta cultural é muito heterogênea, coexistem vários estilos de recepção e compreensão, formados em relações díspares com bens procedentes de tradições cultas, populares e massivas.

(CANCLINI, 2003, p. 150)

O principal objetivo dessa pesquisa qualitativa é entender o que é importante para o grupo de telespectadores do Jornal do Almoço e por que é importante. A relação dos receptores com o telejornal foi observada através de questionário socioeconômico,

acompanhamento de conteúdo e, nesta última fase, pelo uso da entrevista em profundidade. Esse procedimento é utilizado na coleta de dados para mapear e compreender o universo discursivo em que circula o JA. Por ser interativa, ela permite a captação de dados que dificilmente poderiam ser investigados adequadamente através de questionários.

Para Escosteguy (2003), a perspectiva qualitativa, centrada principalmente nas falas dos receptores, é uma opção metodológica que facilita o acesso desses sujeitos no processo de produção de sentido, comprovando a existência de ação no espaço da recepção. Entendemos que os telejornais não são apenas produtos para serem consumidos, eles são também mensagens para serem compreendidas e interpretadas. Reforçamos esse pensamento com o que dizem Martin Bauer e George Gaskell (2002, p. 21): “Na pesquisa social, estamos interessados na maneira como as pessoas espontaneamente se expressam e falam sobre o que é importante para elas e como elas pensam sobre suas ações, as do outro e sobre o objeto”.

Sendo assim, a nossa entrevista em profundidade, com telespectadores, para análise da recepção do Jornal do Almoço, foi realizada com nove participantes da primeira fase da nossa investigação. A escolha das pessoas levou em consideração premissas como a disponibilidade e o assistir com frequência ao telejornal. Também buscamos um grupo heterogêneo, formado por pessoas de diferentes idades, profissão, e o fato de pertencerem à classe média.

Em nossa investigação, levamos em conta as formas como os entrevistados receberam e interpretaram as mensagens dos meios de comunicação de massa, e que estas passam necessariamente por um processo de mediação. Acreditamos que cada telespectador faz uma leitura particular do conteúdo transmitido, de acordo com suas experiências sociais e culturais. Com a entrevista em profundidade, procuramos observar atitudes e opiniões sobre o nosso objeto de pesquisa, o Jornal do Almoço.

7.3.1 Rotina familiar e telejornal

O ver da televisão é muito mais poderoso do que o contar dos outros veículos de comunicação. O telespectador pode duvidar do que lê num jornal ou do que ouve no rádio, mas dificilmente vai deixar de acreditar no que ele próprio viu na televisão.

(MACIEL, 1995, p. 16)

O espaço destinado à televisão nas residências e os modos de ver TV compõem um ritual de recepção, aspectos de suma importância para a nossa pesquisa sobre o Jornal do Almoço. Essa *ritualidade*, baseada nas mediações de Martín-Barbero, já foi bastante

explorada no produto telenovela e em conteúdos de jornais impressos e conteúdo *on-line* (ver capítulo 4). Em nosso caso, a interpelação será para um telejornal, o que se justifica por ser a televisão o meio de comunicação que mais faz parte da vida doméstica dos brasileiros. É a cotidianidade familiar relatada por Martín-Barbero (2009, p. 295):

Se a televisão na América Latina ainda tem a família como *unidade básica de audiência* é porque ela representa para a maioria das pessoas a *situação primordial de reconhecimento*. E não se pode entender o modo específico que a televisão emprega para interpelar a família sem interrogar a cotidianidade familiar enquanto lugar social de uma interpelação fundamental para os setores populares. (...) a cotidianidade familiar é ao mesmo tempo “um dos poucos lugares onde os indivíduos se confrontam como pessoas e onde encontram alguma possibilidade de manifestar suas ânsias e frustrações”.

Também levamos em conta a disposição física do ambiente em que a família se reúne para assistir televisão, em nosso caso, especificamente, o Jornal do Almoço. A oscilação entre os momentos de silêncio e as brechas para comentários também colaboram na compreensão da recepção do produto. O próprio local destinado ao aparelho de tevê deve ser levado em consideração. Segundo Sifuentes (2010, p. 178):

Atualmente, o televisor está presente em quase todas as residências brasileiras, de modo que possuí-lo não é propriamente uma forma de distinção. O que proporcionará uma diferenciação será o modelo do aparelho, em alguns casos, com 29” e tela plana. Os elementos que cercam o televisor também são significativos, tais como símbolos religiosos e fotografias familiares, o que permite que seja inferida uma relação afetiva entre a televisão e a família.

Fomos atrás dos rituais e rotinas; nesse contexto todos relataram passar de 3 a 4 horas por dia assistindo programas na televisão. Considerar a televisão como uma companhia está presente nos discursos de Gade, Caio e Sálmana desde a primeira etapa de nossa investigação. Tal fato foi referendado neste terceiro momento da pesquisa. Além de companhia, a televisão também é sinônimo de informação e diversão, como veremos a seguir, nas entrevistas que fizemos.

7.3.1.1 Casa de Caio e Débora

Eu gosto muito porque é a notícia do estado. Faz 30 anos que essas pessoas do Jornal do Almoço estão dentro da minha casa (Caio).

De manhã eu fico em casa e sempre ligo o Jornal do Almoço. Só não acompanho muito o início porque é esporte e depois quando termina eu vou pra escola e o meu marido fica ainda assistindo ao Globo Esporte (Débora).

Na casa de Caio e de Débora, o almoço é servido ao meio-dia. Os dois e o filho de 22 anos (nos dias em que não faz a refeição na rua) almoçam na cozinha. O cômodo é grande e equipado com mesa para seis lugares e um pequeno *rack* com o televisor 14 polegadas: “Tenho esta televisão especialmente colocada na cozinha para ver o Jornal do Almoço, especialmente”, afirmou Caio.

As panelas vão para a mesa e a televisão fica ligada durante toda a refeição. Débora demonstrou pouco interesse pelo início do programa com as notícias do futebol. Esse tempo foi usado para organização de pratos, talheres e panelas sobre a mesa. O marido, pelo contrário, adorador de esportes, viu com atenção as reportagens sobre Grêmio e Internacional. Caio comentou sobre tudo o que viu na TV. Débora, muitas vezes, pediu silêncio para assistir às reportagens. O filho do casal não almoçou em casa neste dia. O casal entabulou várias conversas, principalmente durante a entrevista com especialista no estúdio, que, neste dia, era sobre a situação das praias do estado. Os intervalos foram usados para a busca de água, talheres e guardanapos.

Fim do almoço, recolhidos os pratos e panelas pelo casal, os dois terminaram de ver o programa na sala num televisor de *led* de 42 polegadas. Aliás, quando um assunto do JA for de muito interesse deles (como os relacionados a viagens e à cultura gaúcha), os dois preferem a sala “com melhor imagem” para assistir ao programa. Terminado o Jornal do Almoço, Caio ficou por ali, relaxando no sofá, durante o Globo Esporte, enquanto a mulher terminava de organizar a cozinha. A louça foi posteriormente lavada pelo marido e a esposa dirigiu-se para o trabalho de professora em uma escola próxima de casa. Na casa de Caio e Débora, eles leem jornal (Correio do Povo), mas consomem poucas revistas e livros. A internet é mais acessada pelo filho, e as redes sociais são as páginas preferidas. A mãe a utiliza para tirar dúvidas sobre determinados assuntos, mas os abordados pelo Jornal do Almoço não se enquadram neste caso. O canal preferido pela família é, basicamente, a RBS TV (Rede Globo). Como segunda opção está a TV a cabo com os canais de desenhos, Globo News, GNT, Multishow e filmes.

Figuras 13 e 14 - Televisor na cozinha e na sala de Caio e Débora



Fonte: o autor

7.3.1.2 Casa de Davi e Cloé

Para a família de Davi e Cloé, o horário do telejornal é um momento de reunião. A comida é preparada pela mãe dela, que não mora com eles, mas fazem juntos as refeições, na sala de jantar que fica interligada com a cozinha e a sala.

A minha rotina: chego em casa geralmente [o JA] já está mais do meio pro final. É na mesa almoçando que eu assisto. Mas como o início é o esporte, que não me interessa muito, eu não chego a perder tanta coisa. Não gosto muito de esporte (Cloé).

Para o marido, o futebol é essencial: “O que mais gosto é o esporte. Na hora em que chego em casa, está começando. O Paulo Brito faz bem essa apresentação das matérias do futebol” (Davi). Todos da família almoçam juntos à mesa da sala de jantar e depois se sentam no sofá em que assistem ao final do Jornal do Almoço. A sala é decorada com um sofá grande de quatro lugares, duas poltronas e um *rack*, no qual fica um dos televisores da casa, voltado para a mesa principal. Existem ainda televisores nos quartos dos dois filhos, e outro no quarto do casal.

A família costuma conversar sobre os assuntos do dia e também comentar as reportagens que estão vendo. Gostam de assuntos de cultura, educação, trânsito e saúde. O filho menor insiste em assistir desenho; o pai conta que quando o jornal é considerado violento, eles trocam de canal para a programação do cabo. O controle remoto da televisão

sempre fica entre o casal. Durante os intervalos, costumam baixar o volume para conversar sobre a rotina do dia. As conversas giravam em torno do trabalho e a agenda da escola. Nesta família, como na de Caio e Débora, os homens prestavam mais atenção ao esporte do que as mulheres.

Figura 15 - Televisor na sala de Davi e Cloé



Fonte: o autor

7.3.1.3 Casa de Sálmana e Silas

Encontramos o casal às voltas com o nascimento do segundo filho. Mas, segundo eles, a rotina não chegou a ser alterada, já que o bebê é tranquilo e permitiu que seguissem efetuando as mesmas atividades. Notamos uma divisão de tarefas: enquanto o almoço era finalizado por Sálmana, Silas atendia ao filho mais velho de sete anos. Poucos minutos antes do meio-dia, os três já estavam sentados à mesa, e a TV que sintonizava desenhos infantis (de canais a cabo) passou a transmitir o programa da RBS. “Ele sabe que ao meio-dia é hora de sair do desenho e ligar no Jornal do Almoço. É a hora do jornal. A gente sempre assiste até meio-dia e trinta e depois a gente passa pra outro canal para assistir esportes (Band). A gente perde os 15 minutos finais”, disse Silas.

Foi uma refeição tranquila e o casal ficou mais atento às notícias do esporte, fazendo críticas ao Internacional e elogiando as informações sobre o Grêmio, time do coração. Chamou-nos atenção o fato de que Sálmana é alegre e bastante falante, enquanto Silas é quieto, simpático, mas de poucas palavras. O menino também se mostrou atento ao telejornal, perguntando sobre assuntos que não entendia e sendo prontamente atendido pelos pais.

O almoço aconteceu na sala de jantar, interligada com a sala de estar, em uma mesa virada estrategicamente para o televisor de *led* de 40 polegadas. Pouco depois das 12h30, o

canal foi trocado para a Band, para assistirem mais notícias sobre o futebol. Os canais preferidos são Globo, Bandeirantes, Globo News, os de esportes, Discovery Kids e GNT. Segundo Sálmana e Silas, muitas vezes a internet também é usada para rever alguma reportagem ou buscar mais informações sobre o assunto. A família costuma ler jornais e revistas (inclusive o garoto de sete anos, que adora ler as edições de Zero Hora).

Aqui, um detalhe que não foi observado nas outras famílias: a mulher assistiu as notícias sobre futebol, fazendo comentários sobre jogadores contratados e situação dos times nos campeonatos. A preferência por esportes foi ainda mais reforçada no momento em que trocaram de canal para ver o que a outra emissora (Band) diria sobre a situação do time do coração, o Grêmio. Depois do fim do esporte na Band, o canal foi novamente trocado para os desenhos da televisão a cabo, enquanto os pais arrumavam a cozinha e davam atenção ao bebê.

Figura 16 - Televisor da casa de Sálmana e Silas



Fonte: o autor

7.3.1.4 Casa de Diná

A telespectadora do JA é radialista, separada e mora com os dois filhos gêmeos. O telejornal é assistido em casa e também no trabalho, dependendo da escala que deve cumprir. Quando está no apartamento, o almoço é preparado junto com o telejornal. Os filhos chegam do colégio pouco depois do meio-dia e ajudam nas tarefas de arrumar a mesa e no preparo de alguma salada. Da cozinha é possível ver a TV instalada na sala, portanto ela não perde nenhum momento do programa. “Geralmente eu assisto, porque to em casa e se não estou

assistindo fico ouvindo. No trabalho também, mas não tem o que não goste. Praticamente assisto todos os dias” (Diná).

No trabalho, segundo ela, existe um televisor sempre ligado, e na hora do Jornal do Almoço ele é retirado do mudo. Também existem dois televisores no refeitório da empresa de comunicação, os quais permitem ver o programa. Os comentários de Lasier Martins e a previsão do tempo são considerados alguns dos momentos mais importantes do telejornal. A meteorologia, segundo Diná, faz parte de seu cotidiano, assim ela sabe como estará o Rio Grande do Sul nas próximas horas e no dia seguinte. Os filhos adolescentes gostam de ver reportagens sobre tecnologia, reportagens bem-humoradas (adoram a Regina Lima) e bandas ao vivo, no estúdio do JA.

A família considera o Jornal do Almoço uma importante fonte de aprendizado sobre lugares interessantes do estado e atrações culturais. Nos dias em que a mãe não trabalha no horário do meio-dia, segundo eles, o telejornal é um momento em que a família se reúne para almoçar, conversar e ver o JA.

Figura 17 - Televisor do trabalho de Diná



Fonte: o autor

7.3.1.5 Casa de Rubem

Um telespectador crítico e exigente, é como se autodefine o jornalista que acompanha o Jornal do Almoço há mais de trinta anos. Solteiro, ele faz as principais refeições em casa e, assim, é um fiel assistente do programa: “Assisto ao Jornal do Almoço enquanto preparo o almoço. Então eu posso estar na cozinha ouvindo e, se alguma coisa me chama atenção, vou assistir na sala” (Rubem).

Quando o assunto é de interesse de Rubem, como as partes culturais e os assuntos factuais do dia ele dirige-se até a sala para acompanhar de perto as notícias. Durante as entrevistas com especialistas, ele permaneceu na cozinha apenas ouvindo. Pratos preparados, ele dirigiu-se até a sala de jantar para assistir ao restante do Jornal do Almoço no grande televisor de 42 polegadas. Ele só retornou para a cozinha no término da refeição e também do programa.

Figura 18 - Televisão do quarto de Rubem



Fonte: o autor

Figura 19 - Televisão da sala de Rubem



Fonte: o autor

7.3.1.6 Casa de Gade

“Não boto as panelas na mesa sem antes ligar no Jornal do Almoço”. Foi com essa frase que Gade nos recebeu na casa onde mora com a mãe de 90 anos de idade. Elas possuem um grande televisor de 46 polegadas na sala de casa, e também outro de 32 polegadas na cozinha, onde assistem ao Jornal do Almoço. A refeição é feita com tranquilidade, sem preocupação com horários, já que ambas são aposentadas. Ambas gostam de almoçar cedo, por volta das 11h45 da manhã, e o início do programa é visto na mesa da cozinha. Na metade do programa, as duas passam para a sala, para, confortavelmente, assistirem ao fim do JA. Gade costuma ler jornais, compra revistas quando o assunto lhe interessa e também ouvir rádio (as notícias da manhã). A televisão é ligada principalmente nos telejornais e novelas.

Figura 20 - Televisor na cozinha da casa de Gade



Fonte: o autor

7.3.2 As falas dos receptores da classe média

Após assistirmos ao Jornal do Almoço na casa de nove entrevistados, que fizeram parte de nossa primeira pesquisa socioeconômica, podemos destacar alguns aspectos no que se refere ao que eles gostam e também ao que não gostam de ver no programa. Na conversa que tivemos depois do JA, todos elogiaram o programa. O telejornal, para a maioria, mescla informações úteis e trivialidades destinadas a provocar emoções. Eles também destacaram a transmissão de notícias de uma maneira mais interessante, menos fixa e formal, ou seja, o modo como o JA instituiu após as transformações implementadas em novembro de 2010.

Os telespectadores parecem ter construído uma identidade com o telejornal. Isso podemos constatar através das expressões:

É divertido, educativo, enfim, tem tudo o que a gente gostaria de ver. Gosto de entretenimento, cultura e previsão do tempo (Gade).

Eu gosto do programa, é um hábito, um costume na minha casa. É o jornal das sete e o JA que a gente sempre vê aqui em casa (Débora)

Acho o jornal muito bom porque mostra as notícias da hora, o que está acontecendo, tem o entretenimento. Eu me informo bem com as informações que eles nos trazem ao meio-dia (Davi).

Eu gosto bastante, assisto diariamente quando possível. Acho que ele tem bastante informação, entretenimento, música. Eu gosto bastante dele (Diná).

Eu gosto, acho um programa bom, que atualiza a gente, no almoço, do que está acontecendo no estado e até no mundo (Silas)

O que está em análise aqui é como os participantes de nossa investigação receberam e interpretaram as mensagens transmitidas pelo Jornal do Almoço, lembrando que as mesmas passaram por um processo de mediação: “Através das mediações é possível entender fundamentalmente a interação entre produção e recepção” (ESCOSTEGUY, 2001, p. 101). Buscamos a relação do telejornal com o seu público da classe média, com significados e identidades de consumo desses receptores; para tanto, nos baseamos em Martín-Barbero (2003, p. 263):

A televisão tende a uma aproximação e a uma familiarização que, explorando as semelhanças superficiais, acaba convencendo o telespectador de que, ao se aproximar o bastante, até o mais distante, o mais distanciado no espaço e no tempo, o discurso se parece com a realidade dele; (...) e tende a um distanciamento ou exotização que converte o outro na estranheza mais radical e absoluta, sem qualquer relação com o sujeito, sem sentido com o seu mundo.

Com relação à identidade, palavra definida por Escosteguy (2001, p. 150) como “espaço onde um conjunto de novos discursos teóricos se interseccionam e onde um novo grupo de práticas culturais emerge”, os entrevistados disseram que a do Jornal do Almoço é baseada na tradição, na linguagem e nos traços culturais do Rio Grande do Sul. Nilda Jacks (2002) afirma que, por se tratar de um processo cada vez mais dinâmico, a identidade é um sistema de referência que pode servir para refletir uma imagem coletiva, mas difícil de caracterizar concretamente os traços culturais de uma cultura midiática dos habitantes de uma determinada região. A função de informar, de tornar os indivíduos conhecedores dos fatos, de

levar para dentro das casas das pessoas os acontecimentos do dia a dia atribuída ao jornalismo foi uma das qualidades apontadas pelos telespectadores do JA. Mas no aprofundamento de nossas conversas, os problemas foram aparecendo. Rubem externou que antes das mudanças operadas no telejornal ele era mais voltado às notícias:

Eu acho que parece que antes tinha mais notícias, que eram mais aprofundadas. Quando terminava o jornal parecia que eu tinha visto mais coisas. Hoje com uma entrevista maior parece que isso tira um pouco o tempo da notícia (Rubem).

Para o telespectador, as entrevistas muito longas tiram o ritmo do jornal, mas nessa crítica ele ficou isolado. Os demais participantes apontaram a presença de especialistas no estúdio, respondendo perguntas sobre determinados assuntos, um dos maiores acertos do Jornal do Almoço. Eles disseram entender melhor, com este recurso, a informação que está sendo divulgada.

As entrevistas são bem interessantes, gosto bastante porque trazem questões de pessoas específicas, especialistas em cada área e falam com conhecimento daquele assunto que está sendo tratado. Então uma reportagem vai dar um toque mais superficial, mas o embasamento vai ser dado pelo especialista que está ali no estúdio falando, explicando, desenvolvendo o assunto que está sendo tratado naquele momento (Diná).

A linguagem usada pelo telejornal é uma maneira de aproximação com o receptor. Ela tem a função de levá-lo a entender e consumir a mensagem apresentada, no que seria um contrato de leitura. E aqui podemos citar uma outra estratégia do JA que deu certo: levar os repórteres para comentarem as suas reportagens no estúdio. Essas informações construídas pelo que os jornalistas viram na rua, mescladas muitas vezes por opiniões, provocaram uma interação com os pesquisados. O impacto da linguagem na recepção também foi abordado. A apresentação fragmentada e rápida das notas culturais e notas cobertas (“almoções”) parece não ser compreendida por todos. Eles querem ver mais do que pequenas pílulas com poucas informações; dizem que a curta duração de algumas notícias, em geral, não permite a compreensão em sua plenitude.

Eu acho bem interessante, é curto e grosso. Mas acho que poderiam ir falando mais sobre esses assuntos dentro do jornal, ir além (Sálmana).

Uma coisa que morreu no JA, foi o mostrar as coisas boas que acontecem e que tem pra fazer em Porto Alegre. O povo não tá bem informado, mora ali no bairro e não sabe o que tem de interessante pra fazer na sua cidade. Aquelas notícias curtas de shows são interessantes, mas deveriam ampliar mais, mostrar mais opções e ir até os lugares para ver como é que é. Deviam ir mais atrás, mora ali do lado onde tem um

novo teatro e não sabe como ele é. Isso faz falta até pra gente que quer ver uma coisa diferente (Cloé).

Os telespectadores do JA expuseram nas conversas a necessidade de um jornalismo mais voltado para as comunidades. Um olhar sobre todos os bairros de Porto Alegre.

O Jornal do Almoço não prioriza os bairros. É mais geral. Focam no geral. Às vezes até vão no bairro tal mostrar a dificuldade, mas o que tem de bom nesses lugares, não procuram. Poderiam fazer uma semana, ou um mês em cada bairro mostrando o que tem de bom e o que tem de ruim nesses lugares (Débora).

Falta mostrar os bairros de periferia, ficam muito pelo centro e entorno. Eu gosto, mas deve ter gente que se resente de não ver os assuntos de sua região presentes no Jornal do Almoço (Silas).

Acho que ele pode chegar em qualquer lugar e deveria ir mais longe e não apenas nos bairros em que sempre vai (Gade).

Nas opiniões dos moradores de Porto Alegre podemos observar um apego aos lugares onde moram, com as coisas da sua comunidade. De certa forma, essa fala coincide com o que Canclini (1999, p. 115) diz: “a reafirmação do território urbano é uma tentativa de se manter o sentido da cidade como expressão da sociedade local”. Sálmana afirmou que o jornal mostra principalmente os bairros do centro e entorno. Segundo ela, locais como Jardim Leopoldina e Sarandi, a reportagem só vai quando o assunto a obriga a estar lá, e geralmente em função de tragédias. A dona de casa citou ainda o repórter Manoel Soares como um representante da periferia. Mas, para Rubem, essa figura não deveria ficar restrita a uma única pessoa: “Todos os repórteres, todo mundo devia fazer essa parte. Acho ruim fazer só uma pessoa fazendo a comunidade”. Também tivemos comentários sobre a abordagem feita nas reportagens sobre determinados lugares de Porto Alegre:

Principal falha do programa... O que falta é ajudar a população na busca por soluções. Se deu um problema no teu bairro como e em quem devemos chegar? O que fazer pra amenizar o problema (Cloé).

O Jornal do Almoço mostra muito o problema, deveriam mostrar mais as soluções, avanços. Não deveriam problematizar tanto determinados assuntos. Às vezes tem exemplos bons em que chamam profissionais da área e tentam, mas daí é diferente. Bons exemplos com médicos e com as perguntas no ar. Mas às vezes batem tanto num problema que mesmo que tu não tenha acaba envolvido demais naquele problema e sem soluções pra ele. Poderiam ir atrás de mais soluções, porque é um jornal muito visto (Débora).

A cobrança pela solução de problemas foi levantada por todos. Para eles, o telejornal deve representar o telespectador, ajudando a reivindicar melhorias que auxiliem no desenvolvimento das comunidades. Quando questionamos sobre os temas que o programa do meio-dia deveria abordar com profundidade, os assuntos apareceram na seguinte ordem: saúde, educação, cultura, meio ambiente e economia. Todos os participantes de nossa investigação enfatizaram apenas o tema violência, mostrada na sua crueza, como o que menos gostam. Gade foi enfática: “Não gosto de notícias trágicas, tristes, às vezes me emociono”. Os demais integrantes da pesquisa também acreditam que essas reportagens não acrescentam em nada para o seu dia a dia:

Como é o Jornal do Almoço todas essas notícias muito fortes não é um horário adequado para assistir enquanto almoça. Essas notícias de violência e de sangue (Rubem).

Não gosto de assistir tragédias e acidentes e mortes na hora em que estou almoçando. Às vezes eu me incomodo um pouco com isso. É uma hora em que se está em casa com a família e tu não quer ver carro amassado, gente ferida no hospital. Eu acho que poderia ter um toque mais leve: receita, divertimento (Diná).

Às vezes apela demais. Em alguns casos poderia mostrar a notícia sem detalhes tão apelativos. Claro que deve ter gente que gosta de ver o detalhe e no dia da gente é tanta violência, ainda mais na hora do almoço em que ta toda a família reunida às vezes choca. Isso me deixa angustiada e me faz desligar a televisão. Como no dia da TAM (Débora).

O programa do dia 16 de julho de 2012 foi mesmo emblemático; as pessoas contatadas criticaram a edição do Jornal do Almoço que relembrou a tragédia da empresa aérea TAM. Tal fato já havia aparecido na primeira fase de nossa pesquisa e voltou a ser comentado pelos representantes de nossa amostra da classe média:

A TAM foi uma escorregada feia, deram muita ênfase a um assunto passado. Foi apelativo, ficaram muito tempo em torno daquilo ali. Para quê? Não era nem o dia do aniversário do fato (Davi).

Não me agrada esse tipo de assunto, não é homenagem nenhuma, não tem que se lembrar. Mas claro, devemos debater para que fatos como esse não aconteçam novamente. Poderia ser debatida a questão de como estão os aeroportos hoje, porque naquela época a questão foi da pista, houve falhas em relação ao aeroporto de Guarulhos. Depois de todo esse tempo como é que está? Os aeroportos estão cumprindo a legislação, poderia ser trabalhado nesse sentido em vez de mostrar as vítimas, recuperar as imagens da dor... As pessoas não querem ver isso (Diná).

O que aconteceu em Santa Maria. Se for pensar a cobertura está sendo muito bem feita. A questão da Tam teria mesmo que mostrar, mas no exagero eu desligo (Sálmana).

Feitas as críticas, Diná e Rubem observaram que o JA mudou bastante nos últimos anos, deixou de mostrar apenas reportagens elitizadas em que os personagens pareciam todos perfeitos para retratar mais a realidade:

Mudou bastante de um tempo pra cá. Acho que está abrangendo mais, como por exemplo: reportagens sobre educação só mostravam escolas e creches da elite, com crianças cheias de materiais superbonitos, mochilinhas bacanas, todo mundo tomando café da manhã. A realidade a gente sabe que não é assim. Acho que eles abriram bastante pra periferia, pros bairros, pra outras camadas da sociedade também (Diná).

Houve um tempo que eu acho que era mais elitizado do que é hoje. Agora vemos mais grupos, músicos populares. Acho que a classe B foi deixada um pouco de lado principalmente na parte dos artistas. Antigamente quem ia no JA eram artistas importantes, que todo mundo conhecia, bandas. Hoje em dia tem bandas que só as camadas mais populares conhecem (Rubem).

Essa questão de bairros nos remete às classes sociais. Nossa amostragem é de pessoas pertencentes à classe C e todos falaram sobre o conteúdo do Jornal do Almoço. Rubem já sinalizou na fala acima que os integrantes da classe B foram deixados de lado. Mas, afinal, para quem eles acham que o programa está sendo produzido? Segundo Cloé, “não é nem A e nem B, não é também para um público médio já que não é requintado”.

Acho que tem coisas ali muito classe D e E, mas não é necessariamente feito só pras classes mais baixas. As reportagens são bem explicadas e não vejo necessidade de buscar informações em outros lugares, principalmente quando os assuntos são emendados por entrevistas no estúdio (Débora).

Depende do dia. Quando vai para o lado sensacionalista é mais pras classes baixas, mas não que as outras classes não assistam também. Mas aí parece que não é a realidade de quem tem uma classe social um pouco mais elevada (Sálmana).

Eu acho que ele tenta se aproximar das classes mais baixas. Já foi mais focado nas classes A e B, mas era muito fora da realidade. O momento econômico dessas classes C, D e E está em ascensão. A e B podem estar mesmo sendo deixadas de lado (Diná).

De maneira geral, os telespectadores apreciam as reportagens feitas pelos jornalistas da RBS e elogiaram os que usam uma linguagem mais despojada e criativa. Aqui, cabe ressaltar que, no programa, a fronteira entre o jornalismo e o entretenimento é muito tênue. O telejornal mescla informações com trivialidades num cardápio destinado a provocar emoções e atrair um público variado. E nesta maneira interessante, menos fixa e formal, teve destaque a repórter Regina Lima. Ela foi apontada como responsável por alguns dos melhores momentos do JA. Entre as declarações, reproduzimos a de Caio:

Entre os repórteres o destaque vai para Regina Lima. Eu só senti muito dela ter saído do Teledomingo. Adorava ver dizendo “o Rio Grande passa por aqui”. Aquilo ali me marcou muito. Por que tiraram ela? Eu nunca perdia o Teledomingo, encerrava o domingo com o programa. Quem é aquela guriuzinha que botaram lá? Mas pro Jornal do Almoço foi muito bom ganhar a descontração da Regina Lima. Ela dá vida pras matérias (Caio).

O comentário e o questionamento sobre a apresentadora do Teledomingo nos remetem a outras figuras bem representativas, que fazem parte da história do JA: os comentaristas. Se por um lado temos a figura polêmica, mas inquestionável, de Lasier Martins:

O que mais gosta é de ver o Lasier Martins, o “Careca”. Ele bota o pau no governo quando tá ruim, mas também mostra o que tá bom. Ele não tem aquele negócio de dividir nada pra ninguém, não alivia ninguém (Caio).

Lasier Martins ele é polêmico né. Às vezes cansa, mas tem coisas em que ele funciona, é bem emblemático assim (Diná).

Eu gosto do Lasier Martins, mas não gosto dos comentários dele. Mas parece que ele tá sempre dando contra (Sálmana).

Por outro, temos a comentarista de política, falando diretamente de Brasília, Carolina Bahia, que não foi lembrada espontaneamente por nenhum dos nossos inquiridos. Caio e Gade até disseram que gostavam dos comentários, mas não conseguiram lembrar o nome da jornalista mesmo tendo assistido, minutos antes, a uma participação dela no JA. Quando questionamos sobre essa falta de identificação, Diná, Sálmana e Rubem responderam:

Não gosto muito do perfil dela. Não vejo nela alguém que tenha uma carreira que me passe credibilidade. Não assino embaixo, me é indiferente o que ela diz. Não é uma pessoa que tenha uma história, que eu conheça pelo menos, que o que ela diga chame atenção (Diná).

Não tenho muito o que dizer dela já que não me chama muito a atenção. Eu sou uma pessoa que gosta de esporte mesmo, por isso eu gosto do Paulo Brito, eu gosto da Eduarda Streb. Eu gosto dessa parte assim (Sálmana).

Como ela entra pelo telão de outro lugar parece como uma repórter de outro lugar. Acredito no que ela diz, gosto dos comentários. A Ana Amélia tinha anos e anos de jornalismo. A gente acredita mais na pessoa, se acostuma com ela depois de tantos anos, mas a Carolina apesar de ser nova e de ter surgido sem as pessoas saberem o que ela fazia antes eu acho que ela inspira confiança e acredito no que ela fala (Rubem).

As opiniões mostram que Carolina Bahia ainda não consolidou sua conexão com os representantes da classe média. Essa intimidade, essa aproximação dos personagens e dos acontecimentos, citada por Rubem e questionada pelos demais entrevistados, foi identificada

por Martín-Barbero (2009, p. 297): “Na televisão, nada de rostos misteriosos ou encantadores demais; os rostos da televisão serão próximos, amigáveis; nem fascinantes, nem vulgares”. É o que o autor chama de *proximidade* e da *magia de ver*:

Diante desse espaço, fascinante e portanto distanciador, o espaço da televisão é dominado pela magia do ver: por uma proximidade construída mediante uma montagem que não é expressiva, e sim funcional, sustentada na base da “gravação ao vivo”, real ou simulada. Na televisão, a visão predominante é aquela que produz a sensação de imediatez, que é um dos traços que dão forma ao cotidiano (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.297).

O telespectador se deixa convencer por aquilo que conhece, que lhe é familiar. E neste ponto todos destacaram a âncora Cristina Ranzolin. Uma das características positivas foi o fato de ela voltar a fazer reportagens, mostrar o trabalho de certas pessoas:

A Cristina mostra como vivem as pessoas. No dia que ela foi feirante eu vi, no de mendiga não. Muito bom pra mostrar a vida de todas as classes, tem pessoas que não imaginam como é viver assim, não sabem como é, nem imaginam. E o Jornal do Almoço vai longe com isso. Como ele abrange várias camadas sociais isso é muito bom pras pessoas verem o que acontece na cidade grande. Em cidades pequenas não se vê isso aí (Davi).

Gosto de ver a Cristina em outras profissões. Assim vemos o que pensam muitas pessoas: o que vale é uma roupa, o que a gente faz. Por o que tu és valorizado? Um mendigo, ninguém olha, ninguém presta atenção na pessoa que está ali. Foi importante ela mostrar isso pra gente (Débora).

Cristina Ranzolin assumiu no JA o papel chamado por Martín-Barbero (2009, p. 296) de *personagem*; o apresentador-animador que dá um tom coloquial às notícias e cria um clima familiar com a audiência. Tal fato já havia sido identificado nas outras fases de nossa pesquisa. Pereira Júnior (2002, p. 256) chama atenção para o fato de a televisão noticiar e também fazer cena: jornalistas viram o centro de uma reportagem; certos fatos só existem porque há uma câmera de TV presente. Todavia, essa interferência não foi malvista pelos pesquisados que emitiram opiniões sobre os apresentadores atuais e sobre os que passaram recentemente pelo Jornal do Almoço:

Gosto da Cristina, acho muito bonita também. Gosto do jeito com que faz reportagens e quando tá a Carla eu também gosto. Acho a Carla mais calma pra falar, até nas entrevistas (Sálmana).

Eu acho que a Cristina Ranzolin consegue, tenta ter o lado do entretenimento, das variedades, com o lado da notícia, mas eu sinto falta de uma figura como era a da Rosane antes, que quando a gente via no ar sabia que vinha alguma coisa importante (Cloé).

A Rosane foi uma perda, gostava de assistir. Mas a Ranzolin é uma excelente apresentadora, gosto muito dela, mas ainda sinto falta da Rosane (Caio).

A Carla Fachim é uma apresentadora substituta, eu vejo ela assim. Quando eu vejo ela no Jornal do Almoço parece que não é o Jornal do Almoço, até porque hoje os cenários são muito parecidos, do Bom Dia e do Jornal do Almoço. A Cristina Ranzolin é o que identifica, foi o que restou do antigo Jornal do Almoço (Rubem).

Entre as mudanças mais significativas operadas em novembro de 2010, uma delas foi a presença de apenas um apresentador. A saída de Rosane Marchetti foi sentida pelos telespectadores, os quais demonstraram identificar-se com a jornalista que ficou por cerca de 20 anos participando do JA:

A Rosane Marchetti era a figura que o telespectador mais identificava com a notícia no Jornal do Almoço. O programa sempre foi uma revista que tinha música, que tinha variedades, mas que tinha a notícia e a Rosane Marchetti era a figura da notícia no telejornal. No momento da transformação do jornal, e que me parece que a notícia perdeu espaço, a Rosane que era a cara da notícia também saiu do jornal. Eu acho que as duas coisas ao mesmo tempo. O jornal perdeu muito com isso (Rubem).

A Rosane Marchetti faz muita falta porque acho ela muito verdadeira, expõe o que ela pensa, diz o que acha e faz falta essa personalidade pro JA. Ela deveria ter permanecido então como comentarista ou com reportagens especiais: turismo dentro do JA aproveitando as do Globo Repórter. Matérias de turismo, de viagens, acho que seriam bem bacanas (Diná).

A sugestão de Diná sobre a permanência de Rosane Marchetti como comentarista do programa foi compartilhada por Gade, Caio, Davi, Cloé e Silas. Todos a identificaram como a representante do Globo Repórter no Rio Grande do Sul, mas ao mesmo tempo sentem falta da presença diária da jornalista. Os entrevistados também foram inquiridos sobre o que mais identificavam no “novo” Jornal do Almoço. A retirada da bancada foi vista de forma positiva. Diná disse que assim o programa ficou melhor, sem ser estático. Gade acha que com a movimentação de câmeras o telejornal ganhou dinamismo, e Silas, adorador de esportes, falou que o grande cenário do JA é ótimo para o Paulo Brito receber os convidados do futebol.

Com esta entrevista em profundidade, procuramos avançar no pensamento dos receptores entrevistados a respeito do que pensam sobre o telejornal da nossa investigação. Percebemos, nas suas falas, uma aprovação ao programa, no que ele é ajudado pela tradição de 40 anos em levar notícias e entretenimento no horário do meio-dia pela RBS TV. Nesta fase da pesquisa os participantes não se mostraram apenas consumidores do Jornal do Almoço, mas também questionadores do produto que lhes é apresentado de segunda a sábado.

7.3.3 A opinião dos telespectadores frente à dos responsáveis pelo JA

De posse dos dados recém-relatados, procuramos o diretor de jornalismo da RBS TV, Cezar Freitas⁵¹, e o editor-chefe do programa, Raul Ferreira⁵², com o objetivo de realizarmos um cruzamento entre a *ritualidade* (vista, aqui, mediante as ações dos telespectadores) e a *institucionalidade* (empiricamente vista através das posições de chefia da emissora estudada, RBS TV – especificamente do diretor de jornalismo e editor-chefe). Segundo Ferreira, diretores, “editores e produtores tiveram discussões teóricas sobre o que deveriam exibir no JA, mas as formas diferenciadas de apresentar estas novidades foram construídas no dia a dia, com o que chamam de experimentalismo”.

Quanto ao questionamento constante no item 5.2, no qual fizemos um comparativo entre o Jornal do Almoço e o RJTV 1ª edição, o editor disse que o programa da RBS não seguiu o transmitido no Rio de Janeiro:

O JA não seguiu o RJ1, mas tínhamos conhecimento de algumas ações feitas no RJ. No entanto, as diferenças são muito grandes no formato e conceito dos dois produtos. Existe uma cultura, uma mentalidade, uma forma de ser da nossa sociedade. A liberdade estética está dentro destes conceitos de cada lugar. Principalmente a objetividade de alguns assuntos somada a profundidade de outros com maior interesse público ou de maior atratividade no conteúdo e na forma. O JA mudou para atender o público da maioria sem perder a classe social que tem o poder de opinião (FERREIRA, 2012).

Já o diretor de jornalismo admitiu que alguns elementos foram importados do Rio de Janeiro e também do programa exibido em São Paulo, que passou por mudanças na década de 90:

Eu acho que a gente até tem que prestar atenção no seguinte: o Jornal do Almoço tinha uma personalidade muito forte e manteve essa personalidade e aproveitou as melhores experiências dessas mudanças no Rio de Janeiro e em São Paulo. O Jornal do Almoço muito antes dessas mudanças já tinha uma abordagem mais coloquial, mais informal. É um programa que combina notícia com informação, entretenimento e com uma abordagem mais leve. A mágica do Jornal do Almoço é que ele está com o público no momento do lazer e também nos momentos ruins. Essa característica básica nunca mudou no JA ao longo do tempo. A gente foi adaptando situações, mudanças sociais e agora está adaptando as expectativas do nosso público (FREITAS, 2013).

Sendo assim, apresentamos a opinião dos informantes que, em sua maioria, são da classe C. Os telespectadores fizeram referências ao fato de que o conteúdo do Jornal do

⁵¹ Entrevista concedida pelo diretor da RBS TV, Cezar Freitas, no dia 21/02/2013.

⁵² Entrevista concedida pelo editor-chefe do JA, Raul Ferreira, no dia 28/12/2012.

Almoço vem sendo mais voltado para as classes populares (D e E). Ao ser confrontado com essa informação, Cezar Freitas disse que o telejornal é feito para todas as classes, muito embora alguns conteúdos estejam mesmo voltados para os mais pobres:

O que a gente quer através do Jornal do Almoço é que as pessoas tenham acesso a conhecimentos, informações que os norteiem no seu dia a dia. Seja em busca de opções de vida, seja em busca das decisões a tomar. E elas envolvam da política ao consumo. São coisas que as pessoas podem saber que podem adquirir, usufruir ou pelo menos almejar.

Na nova forma de fazer o programa, implementada em 2010, a rapidez dos “almoços” e notas culturais foi defendida por Ferreira. Segundo ele, os recados breves nas atrações culturais ou nas notícias curtas foi muito bem absorvida. Ele ainda completou:

Cada vez temos menos tempo para olhar, observar, ou permanecer fazendo uma única coisa. Hoje fazendo televisão temos que competir até com aquela pause que possibilite o telespectador olhar para o lado e mudar a conversa dentro de casa ou mesmo sair da sala, do quarto ou da cozinha (FERREIRA, 2013).

Ferreira ficou satisfeito ao saber da aprovação de Cristina Ranzolin na apresentação do jornal do meio-dia: “A Cristina assumiu o seu lugar no JA, pesquisas de opinião revelaram que 99% do público gaúcho vê nela a cara do Jornal do Almoço”, afirmou ele. Sobre os apresentadores, repórteres e âncoras do programa, o diretor de jornalismo comentou:

A TV é feita de personagens e existe a familiaridade. As pessoas se habitam aos personagens do dia a dia e se identificam mais ou menos por causa dessa permanência na memória. Acho que todos têm um ciclo pra fazer coisas e construir essa credibilidade. Então evidentemente que o Lasier Martins está num ponto extremo dessa cadeia que ele está no ar há 25 anos só na TV, talvez um pouco mais que isso. Então isso cria uma empatia que faz o Lasier ser lembrado como colunista de jornal, o que ele não é. Evidentemente que os nossos jornalistas hoje tem uma visão mais objetiva da notícia. Alguns colegas nossos estão em pontos diferentes de suas carreiras. A Rosane Marchetti tem um caminho muito importante pra nós como repórter da Rede Globo que é tão essencial pra RBS como apresentar qualquer um de nossos programas. Ela tem uma relação muito grande com o Brasil inteiro como nossa repórter de rede. E nós fazemos parte da Rede Globo (FREITAS, 2013).

Quanto às entrevistas com especialistas no telejornal, Ferreira disse que nelas está o coração do programa: a intenção de analisar e esclarecer um assunto de amplo interesse público. Quanto aos anseios de nossos entrevistados de verem mais assuntos sobre saúde, educação, cultura, meio ambiente e economia, o editor-chefe relatou que o formato do programa possibilita abordar estes temas com clareza e profundidade. Relatamos os pedidos do público em foco para não mais assistir a cenas de violência no horário do almoço e as

críticas à edição que trouxe como tema a tragédia da TAM. Raul Ferreira admitiu que a abordagem não deveria ter sido daquela forma: “ERRAMOS⁵³ em ampliar o assunto TAM cinco anos depois. Rememorar tristezas é muito ruim, não havia necessidade”. Freitas considerou o caso TAM emblemático e isolado. Para ele, o objetivo dos editores do programa era a busca de soluções, para que outras famílias não sentissem a mesma dor, mas houve erro na abordagem:

Nós sabemos que a nossa missão é apontar as coisas erradas e seguir em busca de soluções, mesmo com risco das pessoas acharem que a gente só dá má notícia, mas a gente dá boa notícia também. Às vezes é mais difícil de perceber porque as pessoas são impressionadas com as más notícias. Tem uma relação um pouco conflitada com a notícia ruim, mas é nossa missão perseguir as coisas que estão erradas e oferecer ao nosso público as possibilidades de solução e cobrar das autoridades que têm esse poder como agora na tragédia de Santa Maria. Nós não temos as respostas, mas vamos procurar as respostas. Também é importante contar histórias de pessoas que venceram essa crise e de alguma maneira criaram, renasceram e acharam soluções. O Jornal do Almoço procura trazer coisas bonitas para alegrar o almoço das famílias gaúchas (FREITAS, 2013).

Com relação ao envolvimento do telejornal nos problemas da comunidade, eles acham que as edições chamam atenção diariamente sobre os problemas sociais:

Essa coisa de ir buscar as soluções é uma crítica mundial ao jornalista, de que ele não tem as ferramentas para dar a solução. Mesmo que as pessoas nos liguem e às vezes até antes da polícia ou junto com os bombeiros, o que a gente pode é contar a história, a gente não pode fazer nada além disso. A gente pode enumerar “n” possibilidades de solução, ou ainda continuar questionando a autoridade pública ou seja lá quem for para que eles nos deem as respostas e isso a gente passa até por ser um pouco chatos, insistentes ou até mesmo a sensação de que a gente só dá notícia ruim. É ruim cobrar coisas que estão erradas e isso também é um questionamento geral do jornalismo. No caso do Jornal do Almoço eu acho até que isso muda um pouquinho porque eu acho que é, dos nossos telejornais, o mais lúdico e talvez entre todos os da rede Globo o que seja o com mais cara de revista. Quando a gente fornece algum serviço é com o intuito para as pessoas tomarem a decisão e oferecer um pouco de lazer, um pouco de entretenimento. Um pouco de bom humor, um ambiente alegre e saudável (FREITAS, 2013).

Para Raul Ferreira, o papel do jornalismo é até mesmo o de causar polêmica na forma de apresentar os fatos:

O *hard news* pode estar dentro de um formato de revista eletrônica. A informalidade no tratamento de alguns temas de atualidade como a entrada ao vivo de um assalto num shopping com ilustração de imagens sem ter o repórter aparecendo o tempo inteiro é um exemplo. Ainda dentro deste aspecto devemos lembrar que o JA tem 40 anos e neste período ele se consagrou por ver a vida dos gaúchos em todos os sentidos, sendo assim o jornalismo tem lugar, a produção jornalística tem lugar e a produção de entretenimento também.

⁵³ Grifo dado por Raul Ferreira em e-mail.

Temos que destacar aqui uma reivindicação apontada na pesquisa, a qual, de certa forma, já foi atendida pelo programa. Os telespectadores disseram que o Jornal do Almoço ficava restrito a alguns bairros da capital gaúcha. Sobre esse questionamento do público, Cezar Freitas relatou:

Uma das coisas que a gente tem que prestar atenção é que o Jornal do Almoço busca falar para essas pessoas e não só delas. Evidentemente que tem muitas coisas que são centros de geração de informações, não necessariamente estão nessas comunidades, mas são centros de referência. A gente fala de economia, comportamento, etc. A gente gera um tipo de informação que fala para essas pessoas. Nesse ponto de vista a gente também não fala para as pessoas que moram no centro de Porto Alegre, acho também que a gente não fala das pessoas que moram nos bairros mais tradicionais como o Moinhos de Vento. Por isso a posição acertada do Jornal do Almoço de falar sobre essas regiões e não é falar sobre os bairros distantes do centro, ou bairros menos tradicionais. Mas é porque a gente fala mais para as pessoas do que das pessoas e daí tem uma questão pra gente discutir.

De posse dessa informação sobre as comunidades, o editor-chefe criou a série de reportagens “Meu Bairro Meu Mundo”. A ideia é percorrer em dois anos todos os 81 bairros de Porto Alegre, além de outros do interior nas respectivas praças da RBS TV. A repórter também foi escolhida pela grande identificação com o público do programa: Regina Lima fará as reportagens. Fica evidente, assim, que o Jornal do Almoço passa ainda por fases e ajustes, mesmo depois das mudanças que foram feitas há dois anos.

Através do questionário socioeconômico, roteiro de acompanhamento do telejornal e reconstituição do cotidiano dos telespectadores mediante pesquisa em profundidade, abordamos a mediação da *ritualidade* para a nossa pesquisa. Nesses momentos distintos, trouxemos as perspectivas dos rituais para a esfera da comunicação. Knewitz, para estudar a *ritualidade*, citou Martín-Barbero (apud KNEWITZ, 2010, p. 40):

A ritualidade é (...) o que nas práticas sociais fala da repetição e da operabilidade. Ao religar a ação aos ritmos do tempo e aos eixos do espaço, a ritualidade põe regra ao jogo da significação, introduzindo gramaticalidade e tornando assim possível a expressão do sentido. E ao ativar o ciclo — que não é nunca mera repetição ou inércia, senão entrelaçamento e coordenação de ações — a ritualidade torna possível que a ação não se esgote no significar e se converta em operação.

Nesse jogo entre significações e situação por parte dos meios, Martín-Barbero (2009, p. 19) conclui: “uma coisa é a significação da mensagem e outra, aquilo a que alude a pragmática quando faz a pergunta pelo sentido que para o receptor tem a ação de ouvir rádio ou televisão”. Em nossa investigação junto aos receptores, vimos principalmente que as *ritualidades* remetem às múltiplas trajetórias de leitura ligadas às condições sociais do gosto, ou seja, o que eles gostam e querem ver no *Jornal do Almoço*.

8 CONCLUSÕES

O olhar para a comunicação a partir da recepção ou do consumo direcionou a nossa investigação sobre *o que, afinal, a classe média quer ver no Jornal do Almoço*. Explorando as relações existentes entre *institucionalidade, tecnicidade e ritualidade*, propostas por Jesús Martín-Barbero, analisamos as experiências comunicacionais e socioculturais dos receptores de classe média do programa transmitido pela RBS TV, afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul. Importante perceber que a articulação de nosso estudo se realizou a partir do que o autor denomina mediações. Para Ana Carolina Escosteguy (2010, p. 101), com elas conseguimos entender,

[...] a interação entre produção e recepção ou entre as lógicas do sistema produtivo e dos usos, ou seja, o que se produz nos meios não responde unicamente ao sistema industrial e à lógica comercial mas, também, a demandas dos receptores, ressemantizadas pelo discurso hegemônico. Enfim, são instituições, organizações sociais, sujeitos e matrizes culturais distintas.

Em nossa investigação, procuramos entender o fluxo das informações geradas pelo Jornal do Almoço e a sua recepção junto a telespectadores da classe média. De posse das três mediações do mapa noturno de Martín-Barbero (2009), sistematizamos as relações sociais desse grupo de indivíduos e o conteúdo produzido no horário do meio-dia, visualizando a trajetória histórica do telejornal e seu panorama atual frente às modificações editoriais postas em prática em 2010. Partimos, então, na busca dos elementos predominantes das mensagens geradas pela RBS e como elas são absorvidas pela sua audiência. Com base na análise dos processos produtivos e das falas dos receptores, apresentamos a nossa interpretação para as mediações abordadas. A *institucionalidade* nos possibilitou ver as lutas travadas nas tentativas de construção de discursos institucionais. Ela é apresentada por Martín-Barbero (2009, p. 17) como:

(...) uma mediação densa de interesses e poderes contrapostos, que tem afetado, e continua afetando, especialmente a regulação dos discursos que, da parte do Estado, buscam dar estabilidade à ordem constituída e, da parte dos cidadãos — maiorias e minorias —, buscam defender seus direitos e fazer se reconhecer, isto é, re-constituir permanentemente o social.

Essa mediação pode ser percebida nos princípios que norteiam o jornalismo da RBS como emissor e seus interesses econômicos e políticos que focaram o conteúdo do Jornal do Almoço principalmente para a classe média. A pesquisa qualitativa de satisfação realizada

junto ao público do telejornal, encomendada pela empresa de comunicação, mostrou uma audiência estável junto a um telespectador considerado comodista na maneira de ver o programa. A reação às constatações veio na forma de um “plano de ação” que, segundo a empresa, deveria “retomar a capacidade de crescimento de audiência”. A partir daí vieram investimentos em grafismos, mudanças de conteúdos e também troca dos personagens da notícia. O JA tomou por referência as alterações realizadas em anos anteriores pelos telejornais da Rede Globo: SPTV 1ª edição e RJTV 1ª edição, mas manteve características próprias com o propósito de agradar aos gaúchos.

A partir da *tecnicidade*, que se refere à maneira como a técnica e o gênero se fundem na configuração de um formato, no caso o Jornal do Almoço que chega à casa dos receptores, investimos no conhecimento de sua produção, tendo em vista o “plano de ação” da empresa, articulando, por sua vez, a *tecnicidade* ao que se concretiza na *ritualidade*. Concluímos que o diálogo entre emissores e receptores é um desafio constante. Fazer um telejornal que atenda aos anseios dos integrantes de seu público, também. Analisando a produção do programa, as mudanças ocorridas e o material que, efetivamente, é veiculado na sua “fórmula diária”, concluímos que o entendimento do programa *sobre o que a classe média quer ver* ainda tem que ser trilhado.

Já se passaram dois anos, e o que vimos na distribuição da audiência e do *share* no horário do meio-dia ainda coloca o Jornal do Almoço na condição comodista que o “plano de ação” objetivava combater, assim como ainda registra uma tendência de queda nos números registrados⁵⁴. Para entender esse resultado de certa estabilidade na audiência, com viés de queda, os telespectadores do JA foram abordados em três diferentes fases (questionário socioeconômico, roteiro de acompanhamento do telejornal e cotidiano mediante entrevista em profundidade), que, combinadas, dão conta da *ritualidade*, mediação que se refere aos ritos estabelecidos na fruição dos formatos industriais que a *tecnicidade* possibilita. A *ritualidade* está situada entre as Competências de Recepção (no nosso caso, os telespectadores de classe média) e os Formatos Industriais (aqui, a viabilização do “plano de ação” da RBS TV na construção do Jornal do Almoço). Essa mediação possibilitou a descrição dos produtos de mídia consumidos pelos telespectadores, o entendimento de como se dá a construção de identidades por meio do consumo de produtos midiáticos, e também os sentidos que as apropriações e os usos desses bens têm para os integrantes da classe média. Desta forma, a investigação confrontou os sujeitos e o produto midiático para, enfim, descobrir a respeito da

⁵⁴ Ver Tabela 3 – Audiência 2008-2012.

temática do nosso estudo: se os indivíduos da classe econômica analisada atuam em consonância com os planos e linhas editoriais propostos pela RBS TV ou se opõem a eles de acordo com as suas aspirações ou necessidades. Nesse sentido, o que vimos no grupo pesquisado foi a presença de uma audiência crítica em relação ao Jornal do Almoço, tendo como pilares de sustentação os ideais comunitários de comunicação, priorizando o que é de interesse público, a participação popular e a qualidade da informação.

O JA tem tentado adaptar sua linha editorial e linguagem. Isso fica claro com a sua exibição nos últimos anos, ao midiaticizar atrações populares que não faziam parte do estilo do programa. A busca pelo popular é justa, mas não se justifica se forem deixadas de lado as notícias feitas para as pessoas que realmente o assistem. O programa tem um novo formato, com poucos resquícios do que era apresentado até o dia 22 de novembro de 2010. A linguagem e, principalmente, as pautas, tornaram-se informais, populares, e as reportagens apresentadas ganham, muitas vezes, participações de repórteres no estúdio, com a apresentadora Cristina Ranzolin. É uma marca tradicional, que existe há 40 anos, com identidade e aceitação entre o seu público, para quem os momentos marcantes do JA podem estar na simplicidade de uma pessoa que foi entrevistada sobre a compra de uma geladeira, até nas grandes coberturas de jogos de futebol. Os telespectadores aprovaram o formato dinâmico do cenário, a linguagem, a apresentadora, o comentário de Lasier Martins. As mensagens são compreendidas, mas os entrevistados ainda acham que o programa, muitas vezes, tende a dar espaço a assuntos irrelevantes e sem um foco específico.

O fato é que o Jornal do Almoço ficou mais popular e tenta se aproximar de suas origens como um programa de televisão voltado para as notícias e o entretenimento, uma “revista eletrônica”. A “fórmula” do “como fazer”, identificada em nossa pesquisa, parece funcionar, mas o tempo dado a notícias irrelevantes poderia ser investido em mais informação, agradando, assim, à audiência da classe média, cada vez mais ávida por notícias de qualidade — ao menos conforme o que nossos informantes revelaram.

Ao ouvirmos representantes da classe C, e principalmente os “novos” integrantes do grupo econômico que mais cresce no Brasil, descobrimos que todos querem saber *mais*, consumir *mais*, enfim, querem ser aceitos neste mundo no qual duramente conquistaram um degrau a mais na estratificação social. A preferência é por temas variados como saúde, trânsito, tecnologia, economia e educação, assuntos que causem identificação, abordados com leveza e sem lições de moral. Outro fato detectado é que eles gostariam de ter mais espaços para a opinião, criatividade e diversidade no telejornal. São pessoas que se sentem valorizadas por aqueles que comemoram suas conquistas e demonstram preocupação por seus problemas.

Sendo assim, fazem questão de que a televisão, assistida praticamente todos os dias, seja um elo entre o indivíduo, a comunidade e os governantes. Conscientes de sua importância, têm orgulho da sua identidade e do estilo de vida que levam, por isso é importante dialogar com esse segmento da sociedade. Todos gostam de ver os bairros onde vivem e também clamam por notícias relevantes (que não tenham a ver só com a criminalidade) de outros lugares de Porto Alegre, já que valorizam e reconhecem a existência de uma diversidade cultural. Para a maioria, o JA deveria refletir mais o dia a dia da cidade.

As reportagens que trazem como temas violência e tragédia foram as mais criticadas. As pessoas ouvidas acham que elas não são adequadas para o horário do meio-dia, ainda mais se o programa extrapolar em cenas que mostrem o sofrimento demasiado dos envolvidos. Outro aspecto desvelado por esta pesquisa e que tem repercussões, principalmente, para a produção de notícias, é a interatividade: os telespectadores ainda fazem pouco uso ou simplesmente desconhecem as novas formas de contato com o programa. O que eles consideram interação ainda não passa de algumas mensagens via *twitter*, *e-mails* e perguntas gravadas pela reportagem para serem usadas nas entrevistas com especialistas no estúdio.

A credibilidade e a legitimidade para fazer um programa atrativo existem. A RBS tem se beneficiado, ao longo dos anos, da tradição que os gaúchos têm de assistir-lhe e também da falta de atratividade das emissoras concorrentes que ainda não conseguiram estabelecer uma grade de programação competitiva. Os dados coletados revelam tal situação. É louvável o fato de que, mesmo estando na liderança, os diretores, editores e produtores busquem sempre modernizar seus produtos, mas essa estratégia tem que ser constantemente direcionada e redirecionada para não correr o risco de investirem em novos telespectadores em detrimento dos que já têm fidelizados.

Em nosso estudo, verificamos uma falha na interação com os receptores e uma contradição com o que foi proposto pelo plano de ação do JA. O que a classe média questiona é o porquê de investir em um jornalismo tão popular. Tal fato é pertinente se formos analisar a grade de audiência que compõe o programa: 55% classe C, 36% classes A e B e 9% classes D e E (dados da pesquisa fornecida pelo departamento de marketing da RBS).

De modo geral, a pesquisa conclui que a classe média gosta de notícias e quer estar sempre bem informada sobre tudo o que acontece, entretanto, considera que o programa do meio-dia da RBS é muito voltado para as classes mais populares (D e E). Sendo assim, é possível afirmar que o conteúdo produzido, depois das mudanças feitas no Jornal do Almoço, ainda não conseguiu conquistar e ajustar-se a esse estrato econômico — classe média — que forma a base de sua audiência.

Cabe à empresa de comunicação capitalizar ao máximo os avanços já obtidos na construção de um “novo” Jornal do Almoço para continuar na liderança do horário no Rio Grande do Sul, sem esquecer os pilares que fizeram o JA chegar aos seus 40 anos: criatividade, qualidade, sofisticação, credibilidade e principalmente interesse de seu público. Quem acompanha os telejornais da RBS percebe os investimentos da afiliada da Rede Globo para garantir a audiência durante o horário do meio-dia. Como podemos observar em nossa pesquisa, a aproximação com o público ainda se mostra deficitária, mesmo com o investimento numa comunicação mais atrativa. Hoje a classe média quer ver e ser vista, e entender esse consumidor é estabelecer um diálogo eficiente entre as *comunidades*, ou os distintos grupos sociais, e o jornalismo. Resta ao programa buscar cada vez mais a aproximação com seu principal público, formado principalmente pelas classes B e C, pois se souber ouvi-lo e interpretar com clareza seus anseios continuará na liderança absoluta no horário do meio-dia. O resultado desse esforço editorial só o tempo irá revelar, e futuras investigações sobre o tema revelam-se instigantes para a academia e o telejornalismo, sobretudo no que diz respeito ao amadurecimento e aprimoramento dos estudos de recepção.

REFERÊNCIAS

- A CLASSE C vai ao paraíso. **Revista Istoé Brasil**, nº 2128. Disponível em: <http://www.istoe.com.br/reportagens/96820_A+CLASSE+C+VAI+AO+PARAISO>. Acesso em 07 mai. 2011.
- A NOVA classe escapa do governo. **O Globo**. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/opiniao/mat/2011/01/06/a-nova-classe-escapa-do-governo923435544.asp>>. Acesso em 07 mai. 2011.
- A NOVA classe média do Brasil. **Revista Época**, 08.08.2008. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI10074-15204,00-A+NOVA+CLASSE+MEDIA+DO+BRASIL.html>>. Acesso em 25 mai. 2011.
- A PONTE ESTRATÉGIA. **A nova classe média brasileira**. Disponível em: <www.ponteestrategia.com.br/>. Acesso em 27 mai. 2011.
- ANDRES, Márcia Turchiello. **A trajetória do Jornal do Almoço**: ciclos e fragmentos históricos da comunicação capitalista. 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social, UNISINOS, São Leopoldo, 2008.
- BAND RS CANAL 10. **História**. Disponível em: <www.bandrs.com.br/grupo/historia.php>. Acesso em 05 set. 2012
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1997.
- BARROS, Sônia Micelli Pessoa de. **Imitação da vida**: pesquisa exploratória sobre a telenovela no Brasil. 1974. Dissertação (Mestrado Filosofia, Letras e Ciências Humanas). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 1974.
- BAUDRILLARD, Jean. **Tela total**: mito-ironias da era do virtual e da imagem. Porto Alegre: Sulina, 1997.
- BAUER, Martin; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.
- BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal**: um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil. E-Papers Serviços Editoriais, 2ª edição, 2005.
- BERGESCH, Walmor. **Os televisionários**. Porto Alegre, Ardotempo, 2010.
- BORGES, Nauro de Rezende; REZENDE, Ana Lúcia M. **A tevê e a criança que te vê**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1993.
- BOURDIEU, Pierre. **Gostos de classe e estilos de vida**. In: Coleção Sociologia. São Paulo: Ática, 1983.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**: seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- BOYD, H. W. J.; WETFALL, R. **Pesquisa mercadológica**: texto e caso. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1964.

BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Org.). **Rede Globo: 40 anos de Poder e Hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EdUSP, 2003.

CORAGEM para mudar. **IPA** – Centro Universitário Metodista. Disponível em: <<http://metodistadosul.tempsite.ws/universoipa/especial/jornalismo-ipa/1171-coragem-para-mudar.html>>. Acesso em 05 set. 2012.

CRUZ, Dulce Márcia. **Televisão e negócio: a RBS em Santa Catarina**. 1996. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1996.

CRUZ, Fábio Souza da. **A cultura da Mídia no Rio Grande do Sul: o caso MST e Jornal do Almoço**. 2006. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social, PUCRS, Porto Alegre, 2006.

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

DUARTE, Elizabeth Bastos. Considerações sobre a produção midiática. In: DUARTE, Elizabeth Bastos. **Mídias e processos de significação**. São Leopoldo: UNISINOS, 2000.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Quando e como a TV fala de si**. 2004. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/23/24>> Acesso em 26 jul. 2012.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CURVELLO, Vanessa. **Telejornais: quem dá o tom?** In: GOMES, Itania Maria Mota. **Televisão e realidade**. Salvador: EDUFBA, 2009.

ELA empurra o crescimento. **Revista Veja**, edição 2054. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/020408/p_082.shtml>. Acesso em 25 mai. 2011.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D; JACKS, Nilda. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker, 2005.

FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan. **Jornalismo e identidade cultural: construção da identidade gaúcha em Zero Hora**. 2006. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do RS, Porto Alegre, 2006.

FERREIRA, Raul. **Entrevista concedida pelo editor-chefe do Jornal do Almoço da RBS TV**. [28 dez. 2012]. Entrevistador: Anderson Luís de Vargas Silva. Porto Alegre.

FERREIRA, Raul. **Entrevista concedida por e-mail pelo editor-chefe do Jornal do Almoço da RBS TV**. [7 nov. 2011]. Entrevistador: Anderson Luís de Vargas Silva. Porto Alegre.

FILHO, Daniel. **O circo eletrônico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira. **Jornalismo no conglomerado de mídia: a reestruturação produtiva sob o capitalismo global**. Tese (Doutorado em Biblioteconomia e Comunicação). Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do RS, 2005.

FREITAS, Cezar. **Entrevista concedida pelo diretor da RBS TV**. [21 fev. 2013]. Entrevistador: Anderson Luís de Vargas Silva. Porto Alegre.

GARCEZ, Walkari. **O local no telejornalismo da RBS: a integração da TV Bagé**. 1998. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do RS, Porto Alegre, 1998.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. 6ª ed. Porto Alegre: Penso, 2012.

GOHN, Maria da Glória. **Teoria dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

GOMES, Itania Maria Mota. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v.18, p. 11-130, janeiro/abril 2011 Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/8801/6165>> Acesso em 12 jun. 2012.

GUERRA, Alexandre et al. (orgs.). **A classe média: desenvolvimento e crise**. São Paulo: Editora Cortez, 2006.

HOHLFELDT, Antônio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga. (orgs.). **Teoria da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

ISER, Fabiana. **Telejornal e identidade étnica: midiaticização e mediação na recepção do Jornal do Almoço por afro-brasileiros, austríacos e letos**. 2005. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Faculdade de Ciências da Comunicação, UNISINOS, São Leopoldo, 2005.

JACKS, Nilda. **A recepção na querência: estudo da audiência e da identidade cultural gaúcha como mediação simbólica**. 1993. Tese (Doutorado em Comunicação Social). USP, São Paulo, 1993. [Publicado como Querência: Cultura regional como mediação simbólica: um estudo de recepção. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1999].

JACKS, Nilda. Pesquisa de recepção e cultura regional. In: SOUSA, Mauro Wilton. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 2002.

JACKS, Nilda (coord.). **Pesquisa sobre audiências midiáticas no Brasil: primórdios, consolidação e novos desafios**. UFPR, 2011. Disponível em: <http://www.humanas.ufpr.br/portal/comunicacaomestrado/files/2011/10/FINAL-brasil11.pdf>>. Acesso em 20 nov. 2012.

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

JORNALISMO > Telejornais > RJTV > História. RJ TV 1ª EDIÇÃO. **Globo.com.** Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo>>. Acesso em 04 mar. 2012.

KAPLÚN, Mario. El estudio de la recepción: un área prioritaria de investigación-acción ante los nuevos desafíos. In: MELO, José Marques de (coord.). **Comunicación Latinoamericana:** desafíos de la investigación para el siglo XXI. São Paulo: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación / Escola de Comunicação e Artes, 1992.

KNEWITZ, Anna Paula. **A leitura jornalística na contemporaneidade:** novas e velhas práticas dos leitores de ZeroHora.com. 2010. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal do RS, Porto Alegre, 2010.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo:** o que os jornalistas devem saber e o público exigir. Geração Editorial: São Paulo, 2003.

LAGE, Nilson. **A reportagem:** teoria e técnica da entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LEAL, Ondina Fachel. **A leitura social da novela das oito.** Petrópolis, Vozes, 1986.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Muito além do Jardim Botânico:** um estudo de caso sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores. 3ª ed. São Paulo: Summus, 1985. [Originalmente apresentada como tese de Doutorado, ECA/USP, 1984.].

LOPES, Maria Immacolata Vassallo; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a telenovela:** mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

MACIEL, Pedro. **Jornalismo de televisão:** normas práticas. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzatto, 1995.

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

MARCONI, M. D. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa:** planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1996.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor.** São Paulo: Brasiliense, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. 6. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MEIRELLES, Renato. **Instituto de Pesquisa Data Popular:** nova classe média brasileira. Disponível em: <<http://www.datapopular.com.br>>. Acesso em 25 mai. 2011.

MINAYO, M.C.S. et all. **Pesquisa social:** teoria, método e criatividade. Rio de Janeiro, Vozes, 1994.

NERI, Marcelo Cortes. **A nova classe média: o lado brilhante dos pobres**. FGV, 2010. Disponível em: <<http://fgv.br/cps/ncm/>>. Acesso em 25 mai. 2011.

NOVA classe C transforma pirâmide social em 'losango'. Revista Istoé Dinheiro. Disponível em: <http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/52423_NOVA+CLASSE+C+TRANSFORMA+PIRAMIDE+SOCIAL+EM+LOSANGO>. Acesso em 22 mar. 2011.

NOVO cenário do Jornal do Almoço agrada ao telespectador da Grande Porto Alegre. **RBS TV CANAL 12**. Disponível em: <<http://gruporbs.clicrbs.com.br/blog/2010/11/24/>>. Acesso em 07 mai. 2011.

OLIVEIRA, F. D. **O elo perdido: classe e identidade de classe**. Brasiliense, São Paulo, 1987.

OLIVEIRA, Sílvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira, 1997.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

PETRINI, Paulo. **Um estudo sobre o significado das vinhetas da Rede Globo**. Disponível em: <<http://www.ppg.uem.br/Docs/ctf/Humanas>>. Acessado em: 09.09.2012.

PICCININ, Fabiana. **Do outro lado da tela: as apropriações do telejornal pelos fumicultores de Santa Cruz do Sul**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2007. [Originalmente apresentada como Dissertação de Mestrado, Porto Alegre: PUC RS, 2000].

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

RONSINI, Veneza Veloso M.; SANTI, Vilso Junior Chierentin. **Uma aproximação entre pedagogia crítica da mídia e a teoria das mediações**. Alceu, Rio de Janeiro, v.8, n. 16, p.52-69, jan./jun., 2008.

SACKIS, Lisiane Cristina Pasotini. **RBS TV Santa Rosa 20 anos: histórias e bastidores**. 1ª ed. Santa Rosa/RS, 2012.

SARDENBERG, Carlos Alberto. **Nova classe C escapa do governo**. Disponível em: <<http://www.eagora.org.br/arquivo/a-nova-classe-c-escapa-do-governo>>. Acesso em 07 mai. 2011.

SCARDUELLI, Paulo. **Network de bombachas: os segredos da TV regional da RBS**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social, ECA/USP, São Paulo, 1996.

SCHIRMER, Lauro. **RBS: da voz-do-poste à multimídia**. Porto Alegre: L&PM, 2002.

SIFUENTES, Lírian. **Telenovela e a identidade feminina de jovens de classe popular**. 2010. Dissertação (Mestrado) Santa Maria/RS: UFSM, 2010.

SOUSA, Mauro Wilton de. Novos olhares sobre as práticas de recepção em comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata V. de (org.). **Temas contemporâneos em comunicação**. São Paulo: Edicom/ Intercom, 1997.

SOUZA, Carlos Alberto de. **O fundo do espelho é outro: quem liga a RBS liga a Globo**. Itajaí: Editora da Univali, 1999.

SOUZA, Jessé de. **Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?** 2ª ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012.

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

SOUZA, Karla Caroline Nery de. **Linguagem do Jornal Nacional: como se constrói um telejornal?** Artigo publicado no XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Novo Hamburgo – RS, 2010.

SQUIRRA, Sebastião. **Aprender telejornalismo: produção e técnica**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

SZYMANSKI, Heloísa. (org.). **A entrevista na pesquisa em educação: a prática reflexiva**. Brasília. DF: Ed. Plano, 2002.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus, 1992.

VEIGA, Zaclis. **Telejornalismo e violência social: a construção de uma imagem**. 2000. Dissertação (Mestrado), Instituto de Artes, Departamento de Mídias, Universidade Estadual de Campinas, Campinas/SP, 2000.

VERONEZZI, J. C. **Mídia de A a Z: os termos de mídia, seus conceitos, critérios e fórmulas, explicados e mostrados em quadros e exemplos, como são utilizados na mídia**. 2ª ed. São Paulo: Flight Editora, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. Martins Fontes. São Paulo: 1995.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ed. Ática, 1996.

APÊNDICE A – Questionário aplicado

PESQUISA JORNAL DO ALMOÇO E A CLASSE MÉDIA

DADOS PESSOAIS

1. Nome Fantasia:

2. Nome:

3. Idade:

4. Estado civil:

- Solteiro
 Casado
 Separado
 Divorciado
 Viúvo

5. Sexo ?

- Masculino
 Feminino

ESCOLARIDADE / PROFISSÃO

6. Qual é o seu nível de formação escolar ?

- Analfabeto
 Ensino Fundamental
 Ensino Médio
 Ensino Superior
 Pós-Graduação

7. VOCÊ PERTENCE À QUAL CLASSE SOCIAL?

- A
 B
 C
 D
 E

8. Qual a renda média da sua família?

- Até R\$ 1.020,00
 De R\$ 1.020,00 a R\$ 2.040,00
 De R\$ 2.040 a R\$ 5.100,00
 De R\$ 5.100,00 até R\$ 10.200,00
 Acima de R\$ 10.200,00

9. Qual a sua profissão?

10. Qual o horário do seu trabalho / estudo?

- Manhã
 Tarde
 Noite

11. Quantas horas por dia você trabalha / estuda?

- 04 horas/dia
 06 horas/dia
 08 horas/dia
 12 horas/dia
 mais de doze horas
 nenhuma resposta

12. Onde você costuma almoçar?

- Casa
 trabalho
 rua

13. A que horas você costuma almoçar?

- Antes do meio-dia
 Ao meio-dia
 Depois do meio-dia

14. Você costuma assistir televisão ao meio-dia?

- Sempre
 Quase sempre
 Raramente
 Nunca

15. ONDE VOCÊ COSTUMA ASSISTIR AO JA?

- Casa
 Trabalho
 Restaurante
 Rua
 Outro

ROTINAS



Pesquisa realizada com tecnologia Sphinx

PESQUISA JORNAL DO ALMOÇO E A CLASSE MÉDIA

16. QUAL O MEIO QUE VOCÊ USA PARA ASSISTIR AO TELEJORNAL?

- TV CELULAR INTERNET OUTRO

17. Quantas pessoas vivem com você?

- Nenhuma Uma Duas Três Quatro Cinco Mais de cinco

18. Quantas pessoas contribuem com o sustento da casa?

- Uma Duas Três Quatro Cinco Mais de cinco

19. O que você faz nas horas de folga?

- Assiste TV Leitura Atividades domésticas Passeia Esporte Dorme

QUAIS OS ITENS DE CONFORTO NA SUA CASA?

20. NA SUA CASA TEM COMPUTADOR COM INTERNET?

- Sim Não

21. SUA CASA TEM TELEVISÃO?

- Sim Não

22. VOCÊ POSSUI CELULAR COM TV?

- Sim Não

23. VOCÊ MORA NUMA CASA OU NUM APARTAMENTO?

- Apartamento Casa individual Casa em condomínio

24. VOCÊ É PROPRIETÁRIO?

- Sim Não

ASSISTÊNCIA DO JORNAL DO ALMOÇO

25. HÁ QUANTO TEMPO VOCÊ CONHECE O JORNAL DO ALMOÇO?

- 6 meses ou menos 01 ano 02 anos 03 anos 04 anos 05 anos mais de 5 anos mais de 10 anos mais de 20 anos mais de 30 anos

26. QUE PALAVRAS LHE VÊM À MENTE QUANDO O ASSUNTO É JORNAL DO ALMOÇO?

27. DE QUAL/QUAIS PESSOAS VOCÊ LEMBRA QUANDO FALAMOS DE JORNAL DO ALMOÇO?

28. O QUE O JORNAL DO ALMOÇO REPRESENTA PARA VOCÊ?

- informação diversão companhia indiferente

29. VOCÊ APRENDE COISAS VENDO O JORNAL DO ALMOÇO?

- Sempre Raramente Nunca

30. CITE COISAS QUE VOCÊ APRENDE?



PESQUISA JORNAL DO ALMOÇO E A CLASSE MÉDIA

31. NA SUA ROTINA HOUE ALGUMA MUDANÇA NO MODO DE VER O TELEJORNAL AO LONGO DOS ANOS?

- Sim Não Talvez

32. FALE SOBRE TER OU NÃO MUDANÇA:

33. ALGUM MOMENTO DO JORNAL DO ALMOÇO MARCOU A SUA VIDA?

- Sim Não

34. FALE SOBRE ESTE MOMENTO:

35. DO QUE VOCÊ MAIS GOSTA NO JORNAL DO ALMOÇO?

36. DESCREVA O QUE VOCÊ NÃO GOSTA NO JORNAL DO ALMOÇO?

37. O QUE FALTA NO JORNAL DO ALMOÇO?

38. O QUE O JORNAL DO ALMOÇO JÁ TEVE E QUE DEVERIA VOLTAR A TER?

39. O QUE NUNCA MAIS DEVERÁ TER NO JA?

CONTEXTO DE ASSISTÊNCIA DO JA

40. COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ ASSISTE AO JORNAL DO ALMOÇO?

- 01 vez por semana 02 vezes por semana 03 vezes por semana 04 vezes por semana 05 vezes por semana 06 vezes por semana Nunca assiste

41. VOCÊ COSTUMA FAZER USO DAS REDES SOCIAIS PARA SE COMUNICAR COM O JORNAL DO ALMOÇO?

- Sim Não Raramente

42. COMO VOCÊ PODE ENTRAR EM CONTATO COM O JORNAL DO ALMOÇO?

- Twitter E-mail Carta Telefone Fax Torpedo Outro Nenhum

43. ALGUÉM ACOMPANHA VOCÊ NA ASSISTÊNCIA DO JA?

- Sempre As vezes Raramente Nunca

44. QUEM ASSISTE O JA COM VOCÊ?



PESQUISA JORNAL DO ALMOÇO E A CLASSE MÉDIA

45. VOCÊ COSTUMA CONVERSAR COM ALGUÉM DURANTE O NOTICIÁRIO?

- Sempre As vezes Raramente Nunca

46. O QUE VOCÊ FAZ NO HORÁRIO DO MEIO-DIA?

- Descanso Trabalho fora de casa Trabalho em casa Assisto ao JA

MOTIVAÇÃO PARA ASSISTÊNCIA DO JA

47. MOTIVOS PARA ASSISTIR AO JORNAL DO ALMOÇO?

- Informa Diverte Companhia Não tenho outra opção no horário Só deixo a TV ligada Não assisto

48. O QUE VOCÊ CONSIDERA MAIS IMPORTANTE NO TELEJORNAL?

- Notícias apresentadas por repórter Notícias rápidas sem que o repórter apareça Esporte Entrevistas Agendas Culturais Tema do dia Música Comentários

49. QUAIS OS ASSUNTOS QUE MAIS TE AGRADAM NO JORNAL DO ALMOÇO?

- Esporte Política Polícia Aventura Shows Teatro Movimentos sociais
 Saúde Meio ambiente Agropecuária Economia Ciência e Tecnologia Meteorologia Comportamento
 Humor

50. DE QUAIS ASSUNTOS VOCÊ NÃO GOSTA?

- Esporte Política Polícia Aventura Shows Teatro Movimentos sociais
 Saúde Meio ambiente Agropecuária Economia Ciência e Tecnologia Meteorologia Comportamento
 Humor

CLASSE ECONÔMICA E SOCIAL NO JA

51. VOCÊ JÁ FOI ENTREVISTADO POR ALGUÉM DO JORNAL DO ALMOÇO?

- Sim Não

52. SE JÁ FOI, DIGA SOBRE O QUE FOI ENTREVISTADO NO JA?

53. O JORNAL DO ALMOÇO COSTUMA MOSTRAR A COMUNIDADE / BAIRRO ONDE VOCÊ VIVE?

- Sempre As vezes Raramente Nunca

54. VOCÊ VÊ ALGUMA PREOCUPAÇÃO DO JA COM A CLASSE MÉDIA?

- Sempre As vezes Raramente Nunca

55. O QUE VOCÊ ACHA DAS REPORTAGENS QUE FALAM SOBRE A CLASSE MÉDIA?

- Boas Médias Indiferentes Ruins

56. Por quê?

57. VOCÊ PERCEBE UMA PREOCUPAÇÃO DO TELEJORNAL EM FALAR SOBRE TODAS AS CLASSES ECONÔMICAS E SOCIAIS?

- Sempre As vezes Raramente Nunca



PESQUISA JORNAL DO ALMOÇO E A CLASSE MÉDIA

58. VOCÊ APRENDE COISAS SOBRE A SUA CLASSE SOCIAL NO JORNAL DO ALMOÇO?

- Sempre As vezes Raramente Nunca

59. EM QUE TIPO DE ASSUNTO VOCÊ ENXERGA ESSA REPRESENTAÇÃO DA SUA CLASSE SOCIAL?

- Esporte Política Polícia Aventura Shows Teatro Movimentos sociais
 Saúde Meio ambiente Agropecuária Economia Ciência e Tecnologia Meteorologia Comportamento
 Humor

60. VOCÊ ACHA QUE O TEMPO DE EXPOSIÇÃO DAS REPORTAGENS É SUFICIENTE PARA COMPREENDÊ-LAS?

- Sempre As vezes Raramente Nunca

61. E QUANTO A LINGUAGEM USADA EM REPORTAGENS SOBRE AS CLASSES POPULARES?

- Se aproxima Tenta se aproximar Raramente se aproxima Não se aproxima

62. QUAIS OS COSTUMES (TRAÇOS CULTURAIS) QUE FORAM DESTACADOS PELO TELEJORNAL EM RELAÇÃO A SUA CLASSE SOCIAL?

63. ESSES COSTUMES FORAM REPRESENTADOS DE MANEIRA REAL OU NÃO?

- Sempre As vezes Raramente Nunca

64. O QUE FALTA MOSTRAR SOBRE A CLASSE MÉDIA NO JORNAL DO ALMOÇO?

65. VOCÊ GOSTA DO JORNAL DO ALMOÇO?

- Sim Não Quase sempre Raramente

66. O QUE VOCÊ GOSTARIA DE ASSISTIR NO HORÁRIO DO MEIO-DIA?

- Desenho Esporte Entrevista Filme Documentário Seriado Musical Jornal do Almoço
 Humorístico Programa de auditório Novela Futebol Programa religioso Culinária Outro

PERCEPÇÕES SOBRE O JA

67. VOCÊ NOTOU ALGUMA MUDANÇA NO JORNAL DO ALMOÇO NOS ÚLTIMOS ANOS?

- Sim Não Talvez

68. QUAIS MUDANÇAS?

69. COMO VOCÊ AVALIA AS MUDANÇAS OCORRIDAS NO JA A PARTIR DE 2010?

- Melhoraram o jornal Pioraram o jornal Ficou igual Não houve mudança

70. QUAIS OS PONTOS POSITIVOS DA MUDANÇA?



PESQUISA JORNAL DO ALMOÇO E A CLASSE MÉDIA

71. O QUE NÃO DEVERIA TER MUDADO?

IMPLICAÇÕES COTIDIANAS CAUSADAS PELO JA

72. O JA ALTERA O SEU DIA-A-DIA DE ALGUMA MANEIRA?

Sim Não As vezes Raramente

73. NO CASO DE TER ALTERAÇÕES, FALE SOBRE ELAS:



APÊNDICE B – Roteiro de acompanhamento

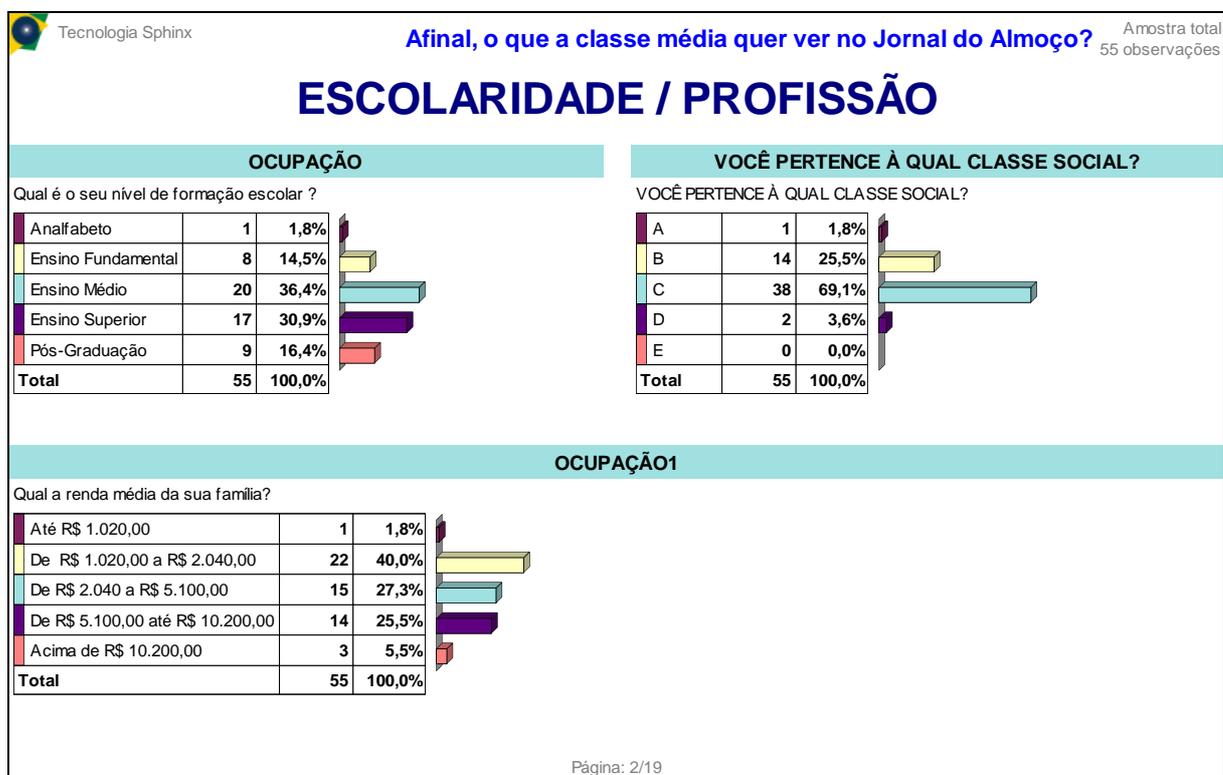
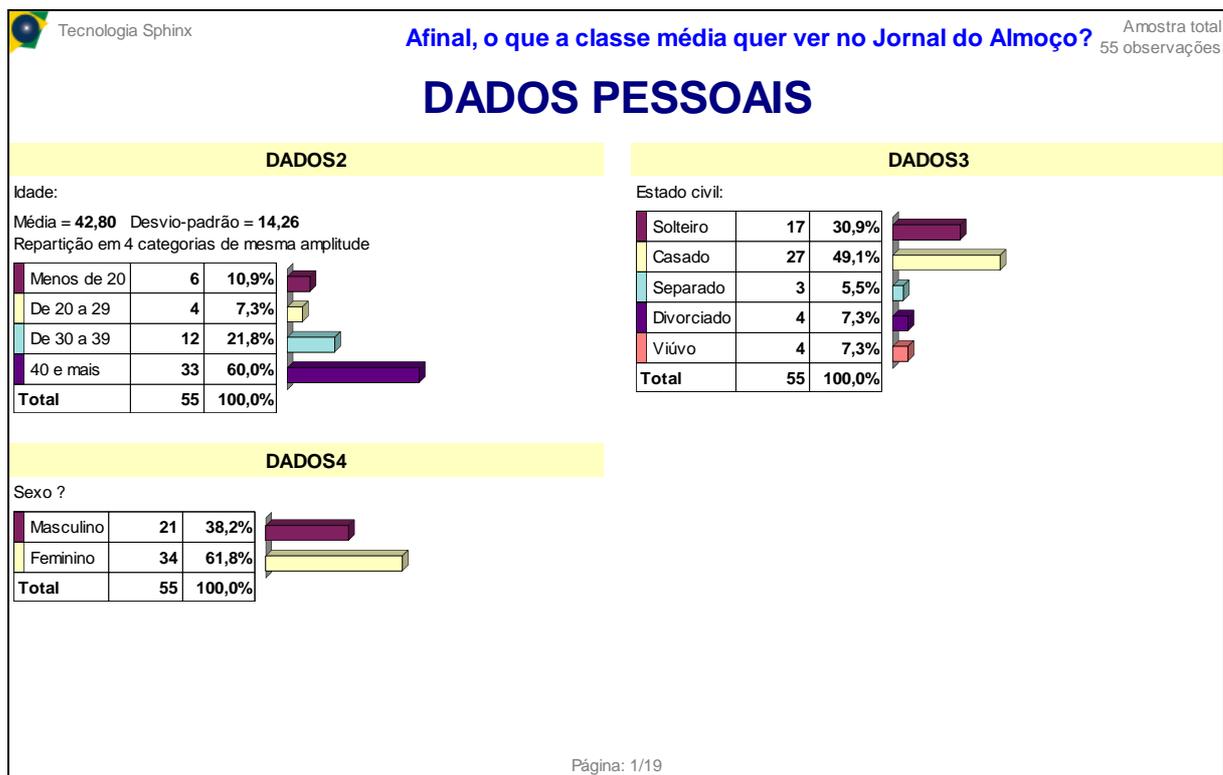
 Pesquisa realizada com tecnologia Sphinx - www.sphinxbrasil.com
 Nº : _____

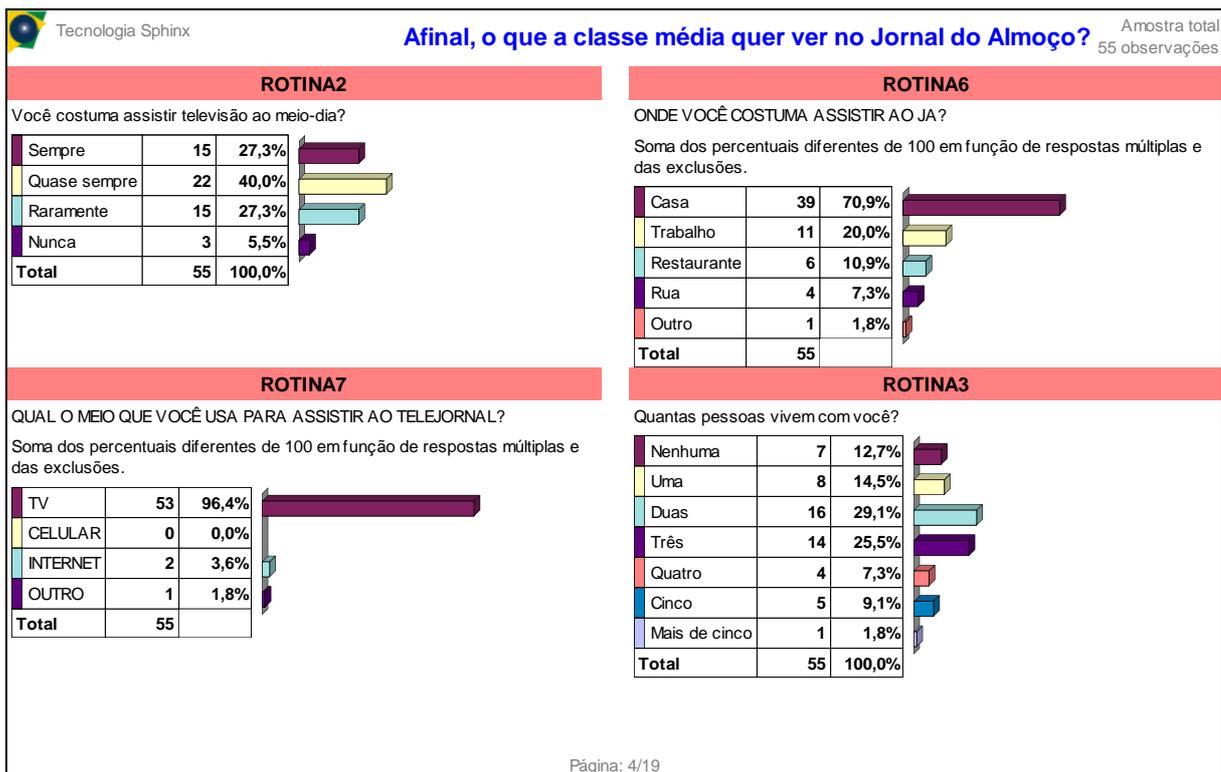
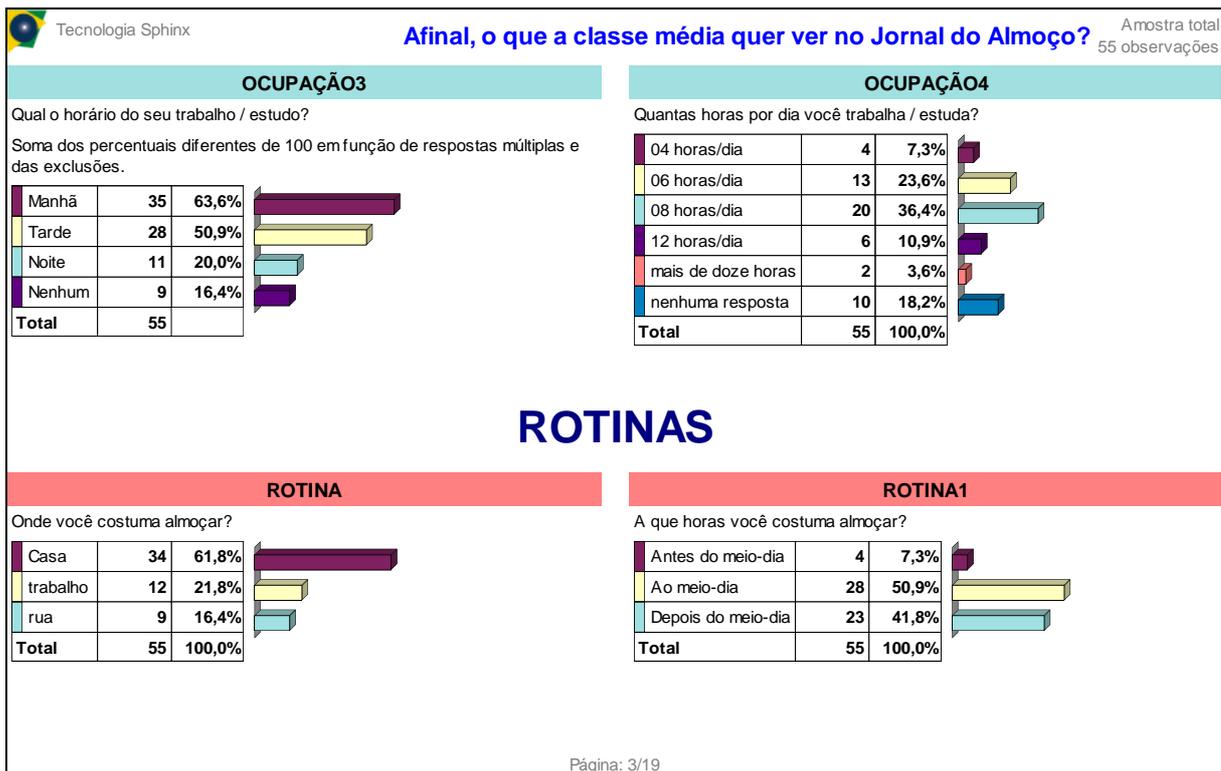
ACOMPANHAMENTO DIÁRIO DO JORNAL DO ALMOÇO

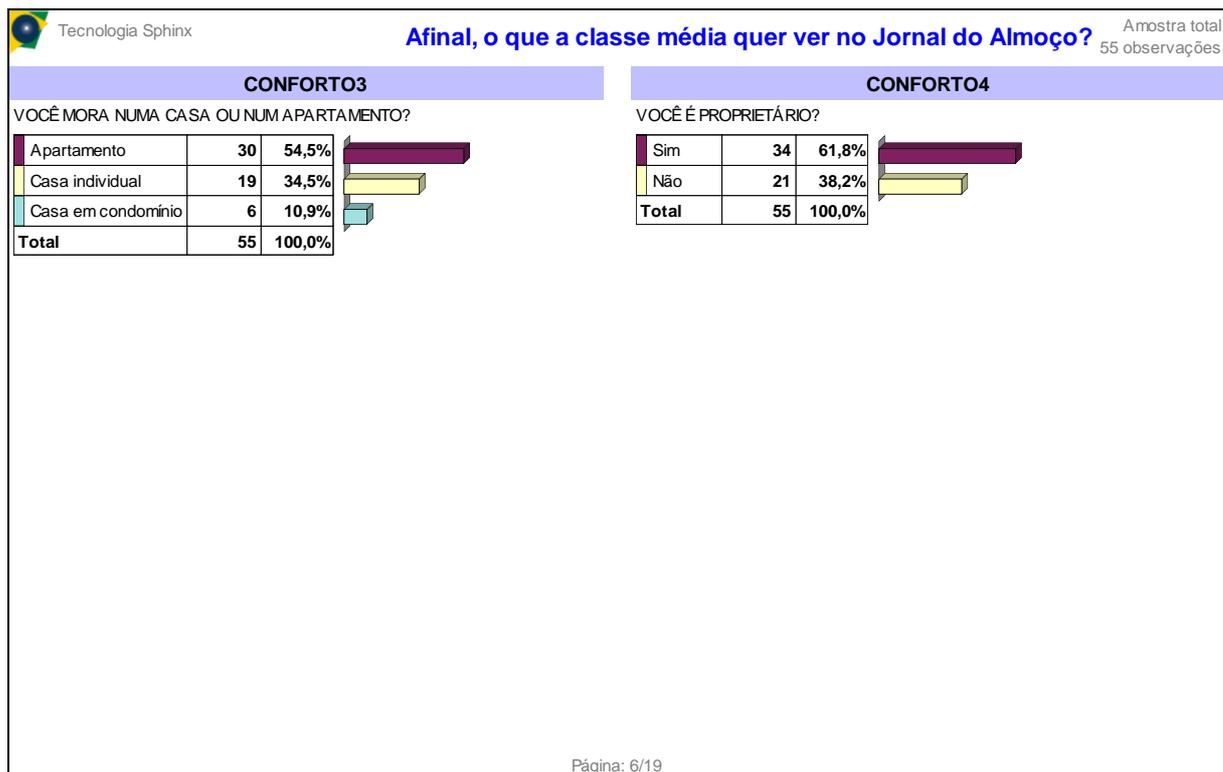
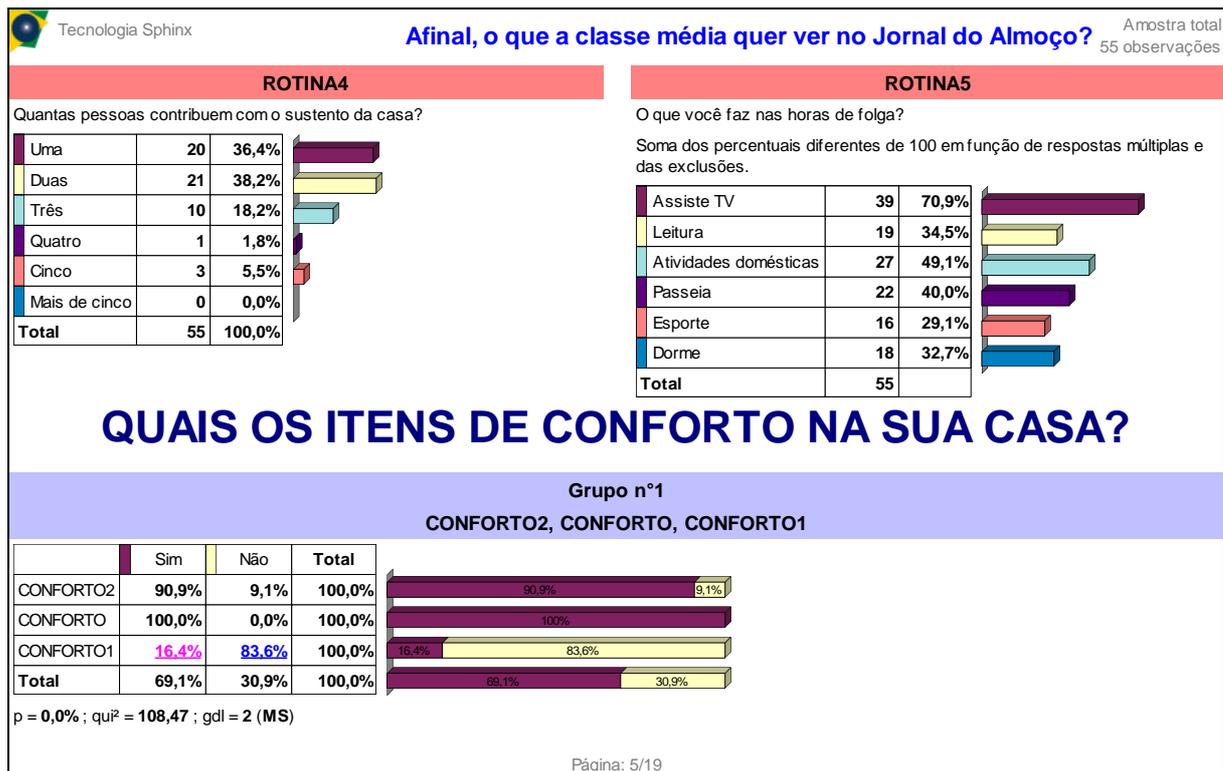
<p>NOME FANTASIA: <input style="width: 100%;" type="text"/></p> <p>NOME <input style="width: 100%;" type="text"/></p> <p>IDADE: <input style="width: 50px;" type="text"/></p> <p>PROFISSÃO: <input style="width: 50px;" type="text"/></p> <p>BAIRRO: <input style="width: 100%;" type="text"/></p> <p>DATA: <input style="width: 80px;" type="text"/></p> <p>HORÁRIO: <input style="width: 80px;" type="text"/></p> <p>VOCÊ ASSISTIU AO JORNAL DO ALMOÇO HOJE?</p> <p> <input type="radio"/> Inteiro <input type="radio"/> Só o começo <input type="radio"/> Só o fim <input type="radio"/> Não assistiu </p> <p>ONDE VOCÊ ASSISTIU AO JORNAL DO ALMOÇO?</p> <p> <input type="radio"/> Casa <input type="radio"/> Trabalho <input type="radio"/> Rua </p> <p>QUAL O MEIO USADO PARA ASSISTIR AO JA?</p> <p> <input type="radio"/> Televisão <input type="radio"/> Internet <input type="radio"/> Telefone celular </p> <p>O QUE VOCÊ FEZ ALÉM DE VER O JORNAL DO ALMOÇO?</p> <p> <input type="radio"/> Almocei <input type="radio"/> Tarefas domésticas <input type="radio"/> Trabalhei na rua <input type="radio"/> Passeio <input type="radio"/> Estudei <input type="radio"/> Descansei <input type="radio"/> Conversei com outras pessoas </p>	<p>QUAL FOI O PRINCIPAL ASSUNTO DE HOJE DO JORNAL DO ALMOÇO? <input style="width: 100%;" type="text"/></p> <p>COMO O ASSUNTO FOI MOSTRADO NO JA? <input style="width: 100%; height: 50px;" type="text"/></p> <p>ALGUMA REPORTAGEM DO JORNAL DO ALMOÇO MOSTRAVA ASSUNTOS DA CLASSE MÉDIA? <input style="width: 100%;" type="text"/></p> <p>O QUE VOCÊ GOSTOU NO JORNAL DO ALMOÇO DE HOJE? <input style="width: 100%; height: 50px;" type="text"/></p> <p>O QUE VOCÊ NÃO GOSTOU NO JORNAL DO ALMOÇO DE HOJE? <input style="width: 100%; height: 50px;" type="text"/></p> <p>QUEM APRESENTOU O JORNAL DO ALMOÇO HOJE? <input style="width: 100%;" type="text"/></p> <p>QUAL REPÓRTER / JORNALISTA VOCÊ GOSTOU DE VER NO JORNAL DO ALMOÇO DE HOJE? <input style="width: 100%;" type="text"/></p> <p>POR QUÊ? <input style="width: 100%; height: 50px;" type="text"/></p> <p>ALGUÉM FEZ FALTA NO JORNAL DO ALMOÇO DE HOJE? <input style="width: 100%;" type="text"/></p>
--	---

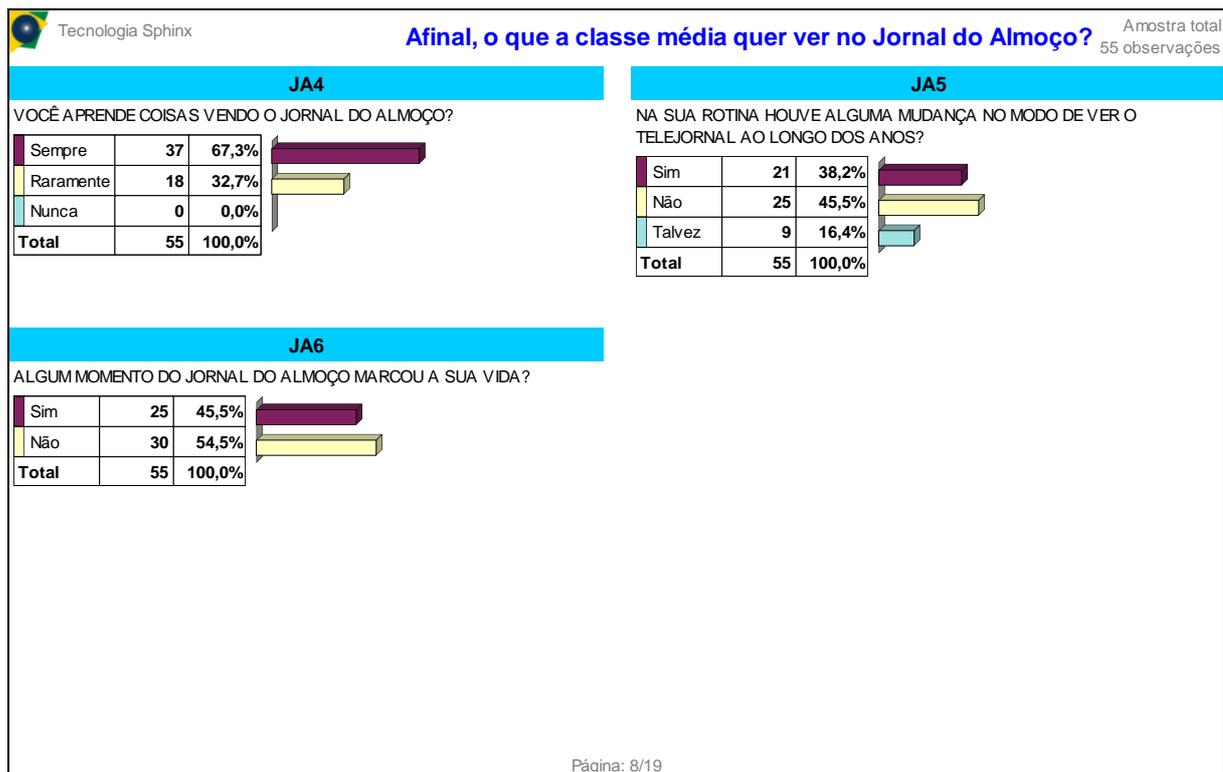
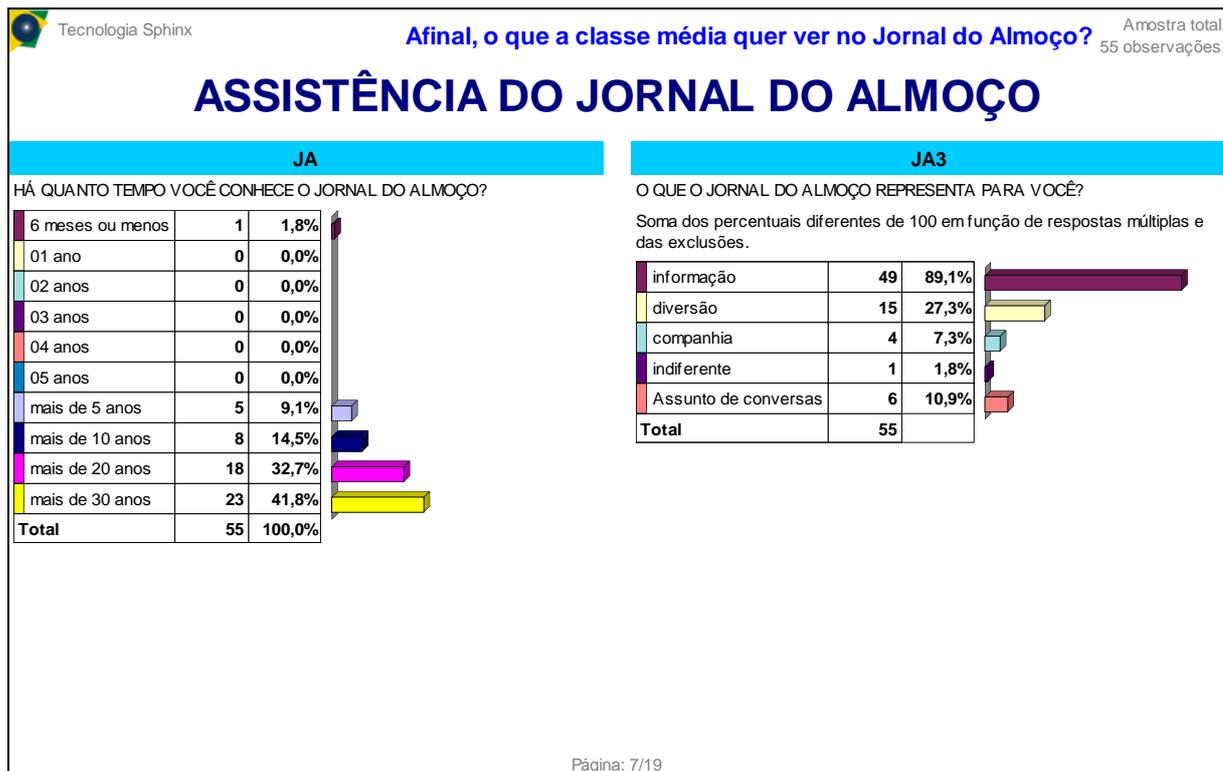
Página 1 de 1

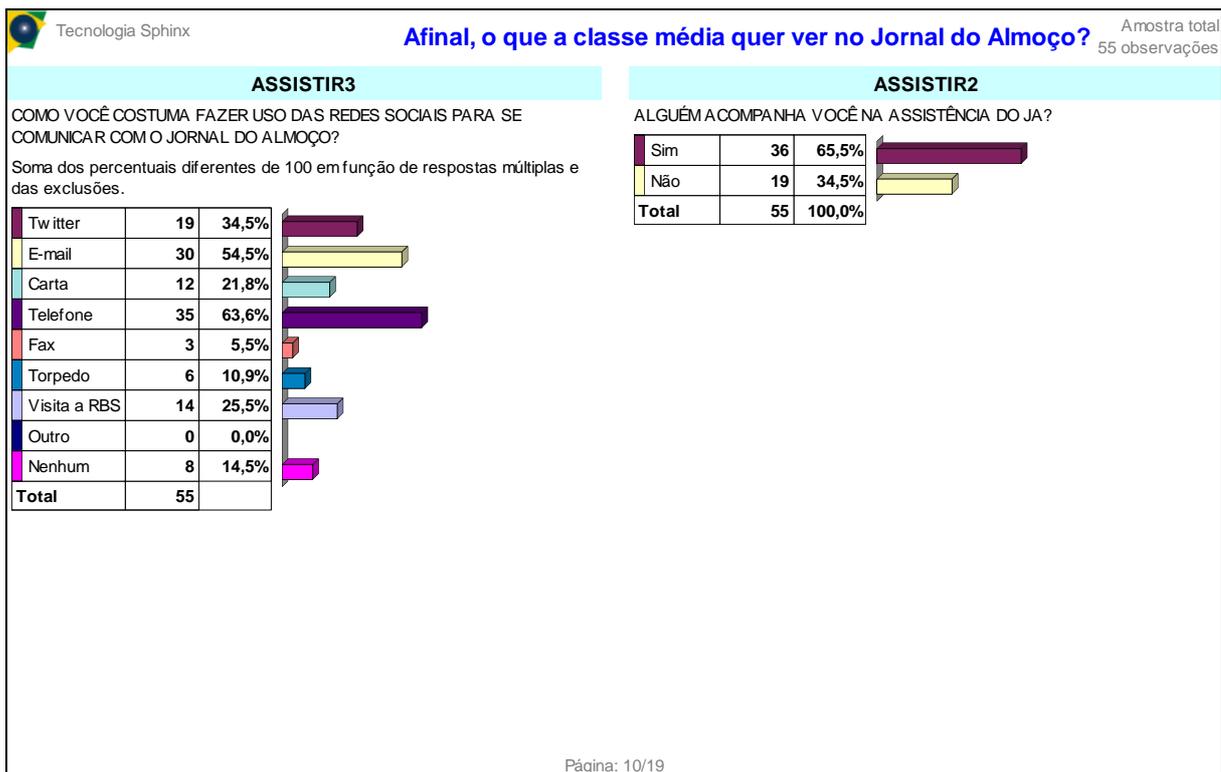
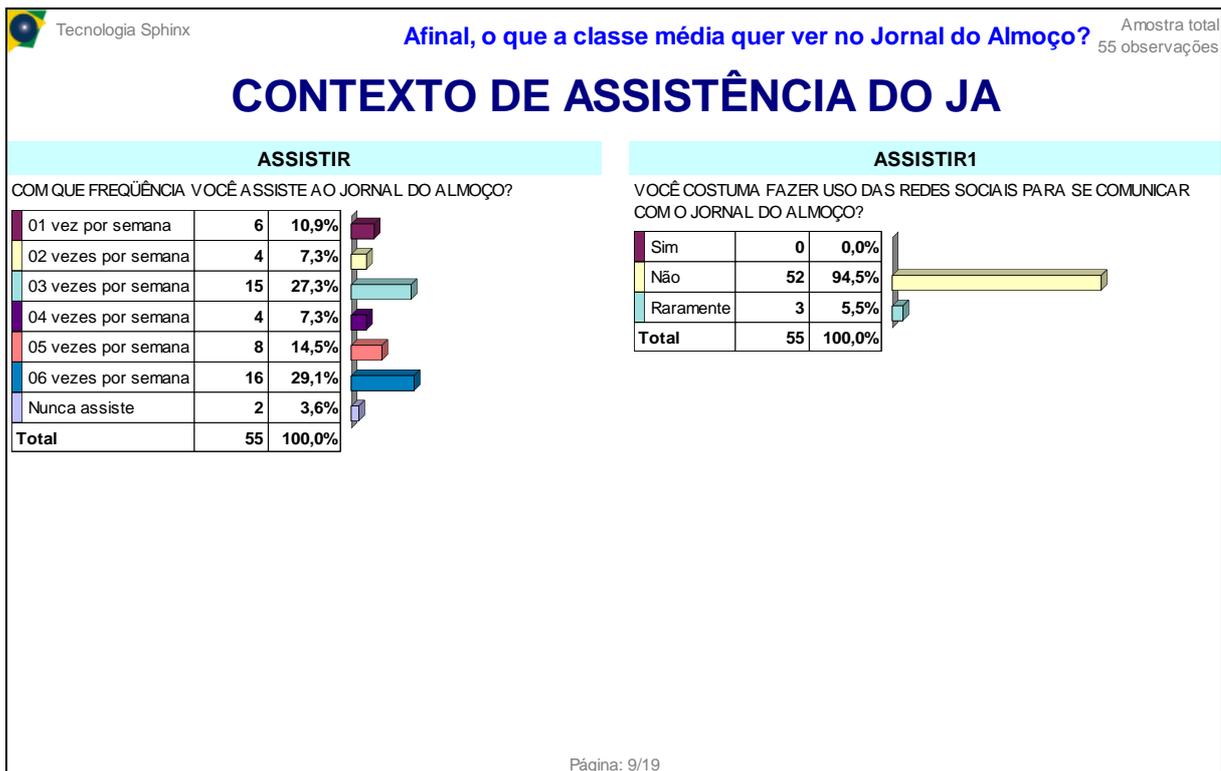
APÊNDICE C – Tabelas e gráficos do questionário aplicado

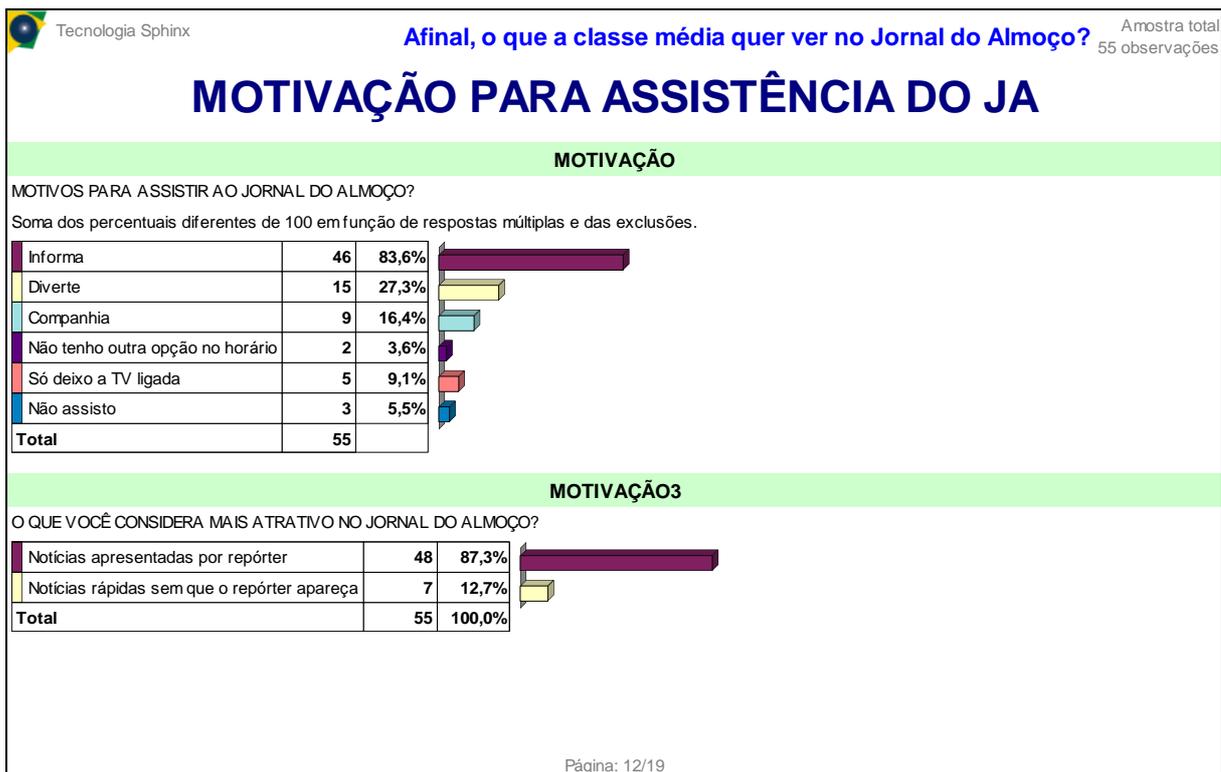
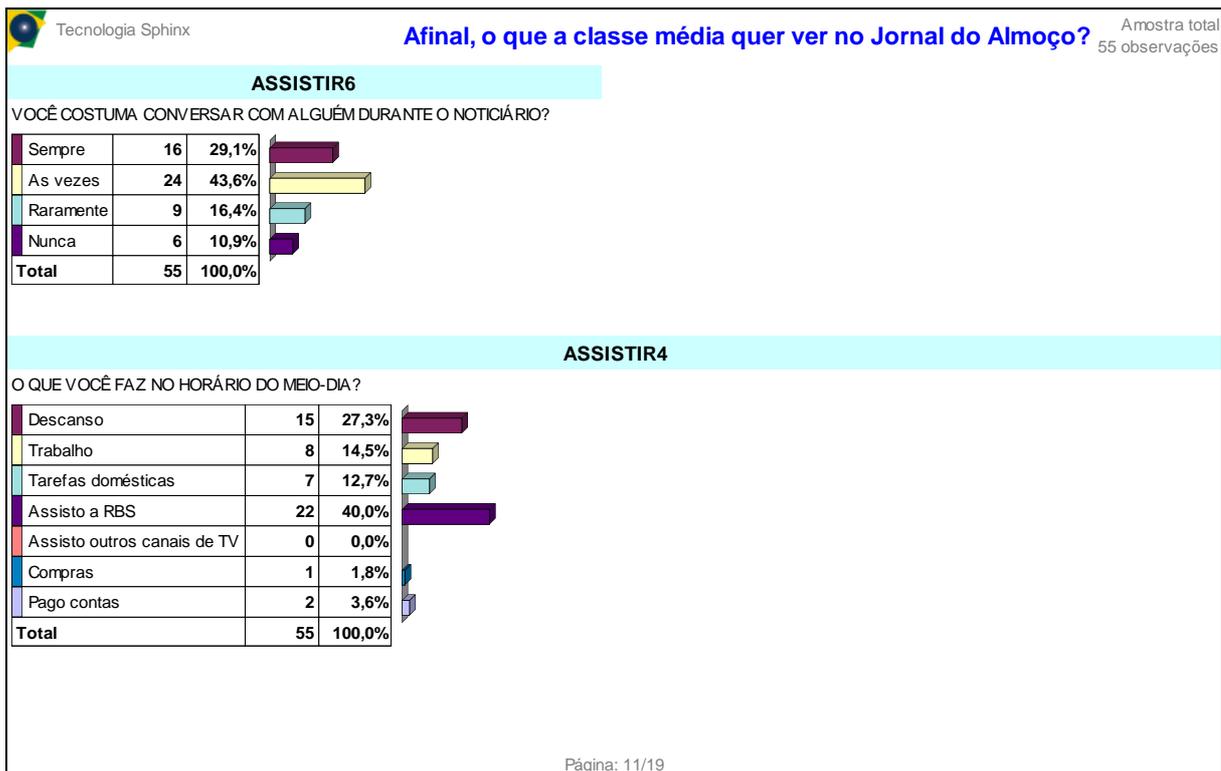












Tecnologia Sphinx **Final, o que a classe média quer ver no Jornal do Almoço?** Amostra total 55 observações

Grupo n°2

MOTIVAÇÃO2, ASSISTÊNCIA

	Não resposta	Esporte	Política	Policia	Aventura	Show's	Teatro	Movim entos sociais	Saúde	Mio ambiente	Agropecuária	Economia	Ciência e Tecnolo gia	Meteor ologia	Comport amento	Humor	Total
Não resposta	1,9%	9,4%	5,7%	5,7%	1,9%	9,4%	5,7%	3,8%	9,4%	7,5%	0,0%	5,7%	7,5%	11,3%	7,5%	7,5%	100,0%
Esporte	1,5%	0,0%	4,6%	6,2%	3,1%	12,3%	3,1%	7,7%	13,8%	9,2%	1,5%	4,6%	6,2%	10,8%	7,7%	7,7%	100,0%
Política	0,0%	8,7%	2,7%	3,4%	4,0%	8,7%	4,0%	6,0%	12,1%	8,1%	3,4%	4,7%	6,7%	10,1%	8,7%	8,7%	100,0%
Policia	0,0%	8,2%	4,4%	1,9%	3,8%	8,8%	4,4%	6,3%	11,3%	8,2%	3,1%	4,4%	6,9%	9,4%	10,1%	8,8%	100,0%
Aventura	0,0%	8,3%	10,0%	6,7%	0,0%	6,7%	3,3%	8,3%	10,0%	10,0%	3,3%	8,3%	8,3%	8,3%	5,0%	3,3%	100,0%
Show's	0,0%	11,1%	7,4%	7,4%	0,0%	0,0%	0,0%	7,4%	11,1%	7,4%	7,4%	7,4%	11,1%	7,4%	7,4%	7,4%	100,0%
Teatro	0,0%	9,2%	6,6%	6,6%	3,9%	6,6%	1,3%	6,6%	10,5%	6,6%	2,6%	6,6%	10,5%	7,9%	7,9%	6,6%	100,0%
Movimentos sociais	0,0%	9,1%	9,1%	9,1%	9,1%	9,1%	0,0%	0,0%	18,2%	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%	9,1%	18,2%	0,0%	100,0%
Saúde	0,0%	11,1%	11,1%	11,1%	0,0%	11,1%	11,1%	11,1%	0,0%	11,1%	0,0%	11,1%	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%	100,0%
Mio ambiente	0,0%	7,4%	11,1%	7,4%	3,7%	7,4%	3,7%	7,4%	7,4%	3,7%	7,4%	7,4%	7,4%	7,4%	3,7%	7,4%	100,0%
Agropecuária	0,0%	8,5%	2,1%	6,4%	6,4%	13,8%	4,3%	6,4%	10,6%	8,5%	0,0%	5,3%	5,3%	9,6%	6,4%	6,4%	100,0%
Economia	0,0%	12,8%	2,0%	4,0%	4,0%	8,0%	0,0%	4,0%	12,8%	8,0%	4,0%	0,0%	8,0%	10,8%	12,8%	8,0%	100,0%
Ciência e Tecnologia	0,0%	11,1%	11,1%	7,4%	0,0%	11,1%	7,4%	7,4%	7,4%	3,7%	3,7%	7,4%	7,4%	7,4%	7,4%	7,4%	100,0%
Meteorologia	0,0%	11,8%	5,9%	5,9%	0,0%	0,0%	5,9%	5,9%	11,8%	5,9%	5,9%	0,0%	11,8%	11,8%	11,8%	5,9%	100,0%
Comportamento	0,0%	8,2%	10,2%	8,2%	2,9%	6,1%	4,1%	10,2%	8,2%	4,1%	10,2%	6,1%	10,2%	6,1%	10,2%	4,1%	100,0%
Humor	0,0%	3,8%	11,5%	7,7%	0,0%	15,4%	7,7%	7,7%	3,8%	7,7%	0,0%	11,5%	7,7%	7,7%	7,7%	0,0%	100,0%
Total	0,2%	8,2%	5,6%	5,2%	3,2%	8,9%	4,1%	6,6%	10,7%	7,8%	2,8%	5,6%	7,0%	9,5%	7,8%	6,9%	100,0%

p = 100,0% ; qui² = 130,28 ; gdl = 225 (NS)
A relação não é significativa.

Tecnologia Sphinx **Final, o que a classe média quer ver no Jornal do Almoço?** Amostra total 55 observações

CLASSE ECONÔMICA E SOCIAL NO JA

CLASSE

VOCÊ JÁ FOI ENTREVISTADO POR ALGUÉM DO JORNAL DO ALMOÇO?

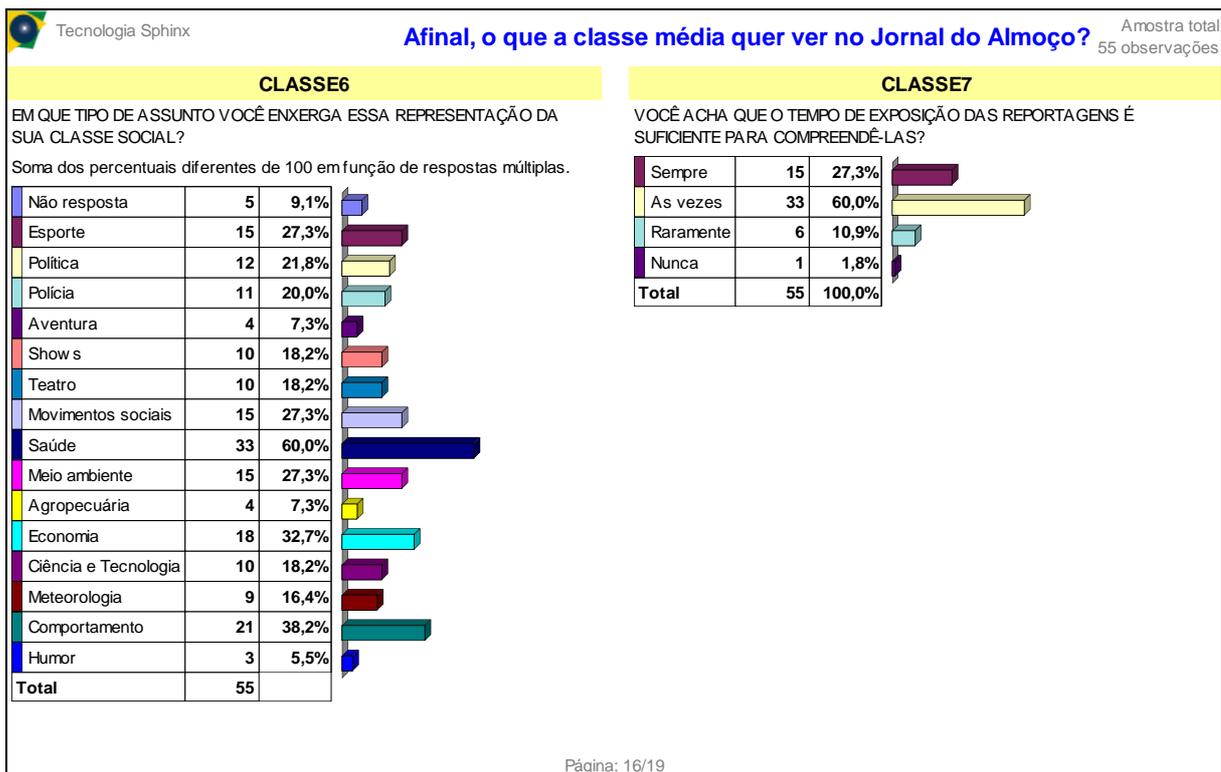
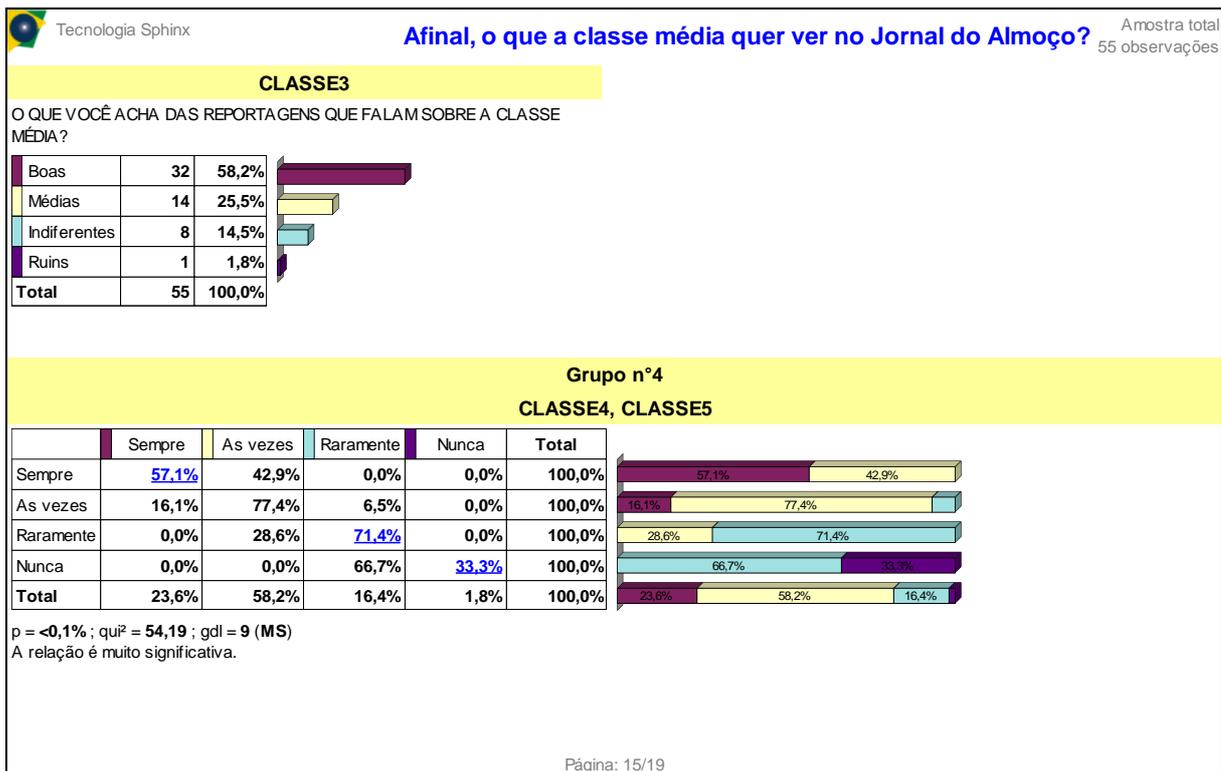
Sim	4	7,3%
Não	51	92,7%
Total	55	100,0%

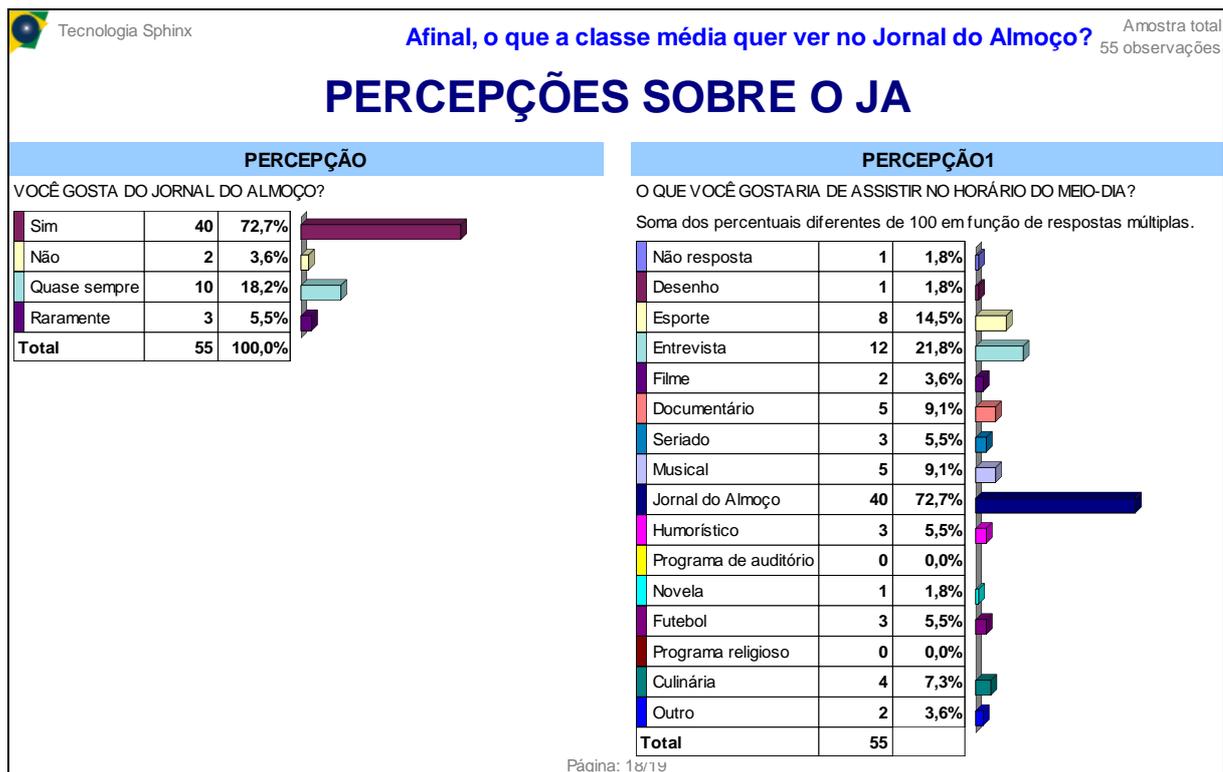
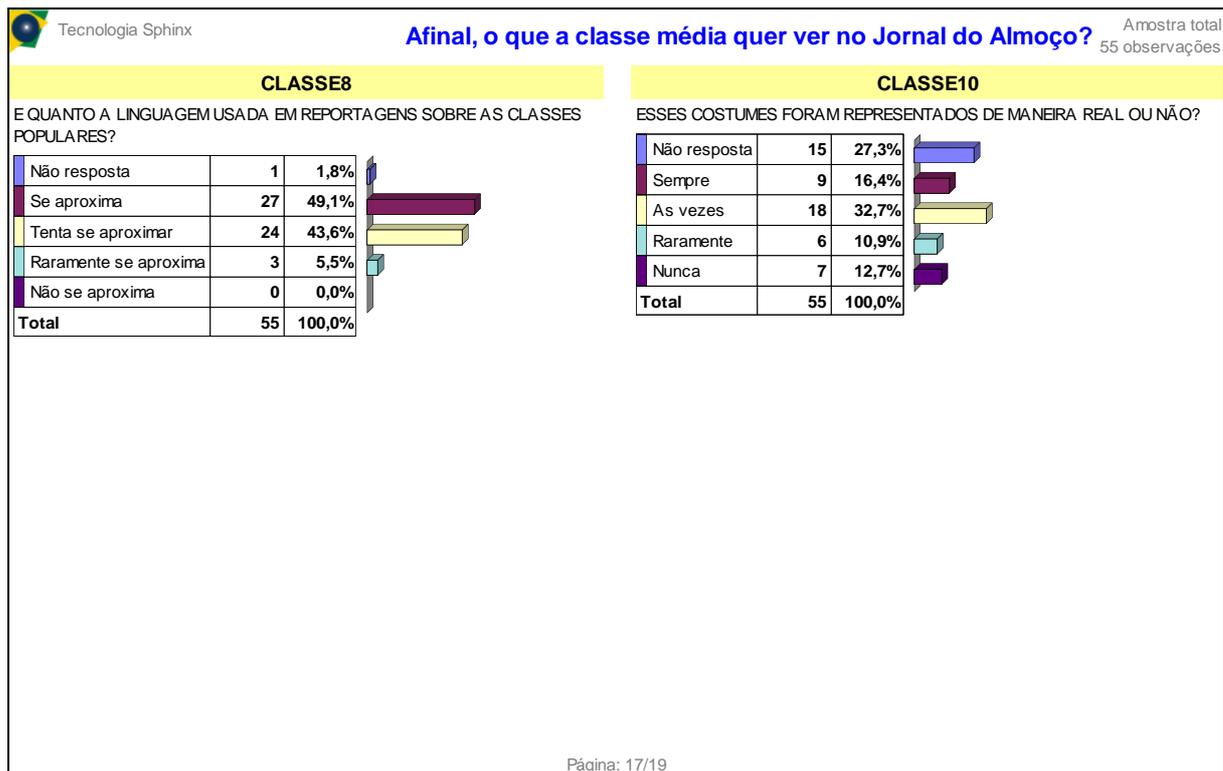
Grupo n°3

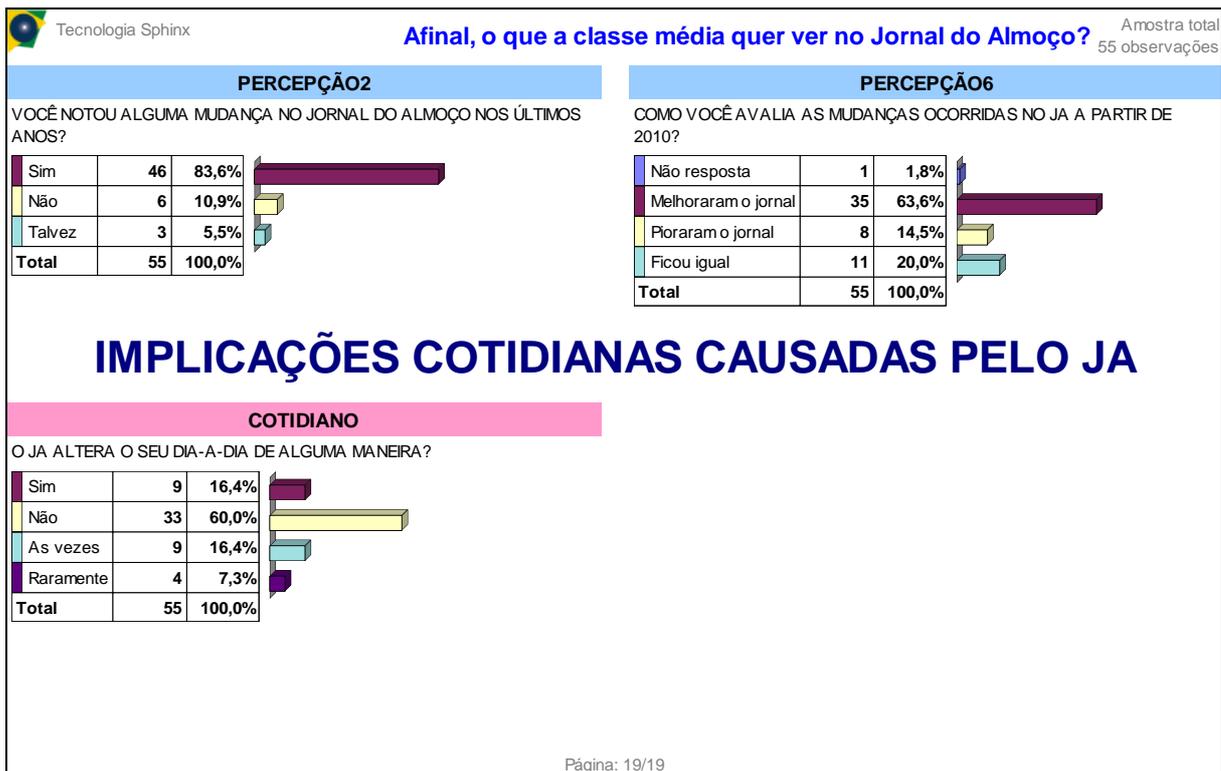
CLASSE1, CLASSE2

	Sempre	As vezes	Raramente	Nunca	Total
Sempre	6,3%	56,3%	18,8%	18,8%	100,0%
As vezes	10,3%	44,8%	24,1%	20,7%	100,0%
Raramente	0,0%	11,1%	44,4%	44,4%	100,0%
Nunca	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Total	7,3%	41,8%	25,5%	25,5%	100,0%

p = 32,9% ; qui² = 10,27 ; gdl = 9 (NS)
A relação não é significativa.







ANEXO A – Espelhos do Jornal do Almoço – Temas do programa

[NRBSP]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.06
buraco de 1:39

1

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC	AP	TE
						0:00	0:00	0:00			OK		00:
		-CRI	CHAMADA HOJE 11:30			0:45	0:00	0:45		raul	OK		00:
						0:00	0:00	0:00			OK		00:
		-CRI	CHAMADA TERÇA			0:24	0:00	0:24		raul	OK		00:
			JORNAL DO ALMOÇO		SEGUNDA	0:00	0:00	0:00		08:31	OK		00:
		-CRI	VT ABERTURA			1:35	0:00	2:22		raul	OK		00:
						0:00	0:00	0:00			OK		00:
		-CRI	EXTE ERECHIM		externa/art	0:10	0:00	2:00		ciça	OK		00:
		EME	VT 1ALMOÇO- leka+moto	POA	J10	0:00	0:36	0:36		julinho	OK		00:
		-CRI	ESTU CHAMA ESPORTE	OK	ESTUDIO	0:11	0:00	0:30		crisrina	OK	CI	00:
		-BRIT	VT GREMIO	OK	J01	0:00	1:12	1:00		brito	OK	CI	00:
		-BRIT	VT INTER	OK	J02	0:00	0:53	1:00		brito	OK	CI	00:
		EME	VT 15ALMOÇO- CORRIDA	OK	J15	0:00	0:28	0:28		thiago	OK	CI	00:
		EME	VT 1AGENDA-tomie ohtake	OK	J100	0:00	0:15	0:15		thiago	OK	CI	00:
		-CRI	VT 1ASEGUIR		55-09-40	0:28	0:00	0:30		ciça	OK	CI	00:
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK	CI	00:
			COMERCIAL 1			0:00	0:00	2:13		8min	OK		00:
		EME	VT 2AGENDA-circo fantástico		J200	0:00	0:15	0:15		thiago	OK	CI	00:
		EME	VT 6ALMOÇO - desaparecid	OK	J60	0:00	0:32	0:32		julinho	OK	CI	00:
		-CRI	ESTU 1ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:45	0:00	6:18		crisrina	OK	CI	00:
			VT ilustra especialista	OK	J444	0:00	0:00	0:00		ciça	OK	CI	00:
		-CRI	VT 2ASEGUIR			0:01	0:00	0:05		ciça	OK	CI	00:
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:00	0:05			OK	CI	00:
			COMERCIAL 2			0:00	0:00	2:05			OK		00:
		EME	VT 4AGENDA-como agarrar		J400	0:00	0:15	0:15		thiago	OK	CI	00:
		EME	VT 2ALMOÇO- ufgrs	ok	J20	0:00	0:27	0:27		julinho	OK		00:
		-CRI	VIVO CAROLINA BAHIA		BSB EXTERNA	0:15	0:00	1:30		crisrina	OK		00:
		EME	VT 13ALMOÇO-Explosão	SCR	J13	0:00	0:22	0:22		julinho	OK		00:
		-CRI	VT ENTERRO GURI	ok	J09	0:09	1:12	1:21		marcelo	OK		00:
		EME	VT 4ALMOÇO - protesto	POA	J40	0:00	0:00	0:30		marcelo	OK		00:
		-CRI	VT VILA NOVA	ROB	J55	0:18	3:05	3:23		inessa	OK		00:
		-LASI	ESTU LASIER MARTINS		ESTUDIO	3:31	0:00	3:30		raul	OK		00:
		EME	VT 5ALMOÇO - drogas	OK	J50	0:00	0:30	0:30		julinho	OK	CI	00:
		EME	VT 5AGENDA-italian genius	OK	J500	0:00	0:15	0:15		thiago	OK	CI	00:
		-CRI	VT 3ASEGUIR		99	0:09	0:00	0:15		ciça	OK		00:
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK		00:
			COMERCIAL 3			0:00	0:00	2:05			OK		00:
		EME	VT 6AGENDA-cirque du soleil	OK	J600	0:00	0:15	0:15		thiago	OK	CI	00:
		EME	VT 16ALMOÇO- operação	PFU	J90	0:00	0:35	0:35		julinho	OK		00:
		-CRI	BRIT POLÊMICA FUTEBOL	OK	J03	0:04	0:00	3:00		BRITO	OK	CI	00:
		EME	VT 3ALMOÇO- aeroporto	PFU	J30	0:00	0:26	0:26		julinho	OK		00:
		-CAM	ESTU TEMPO		ESTUDIO	1:27	0:00	1:30		camila	OK		00:
			VIVO Imagens vivo POA		EXTERNA	0:00	0:00	0:00		camila	OK		00:

[[NRBSP]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.06
buraco de 1:39

2

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC	AP	TE
		GC	Roda mapa SOMAR		ARTE	0:00	0:00	0:00		camila	OK		00:
		VT	Roda arte		J85	0:00	0:00	0:00		camila	OK		00:
EME		VT	11ALMOÇÃO - armas	PFU	J11	0:00	0:37	0:37		julinho	OK		00:
EME		VT	7AGENDA-josé augusto	OK	J700	0:00	0:15	0:15		thiago	OK	CI	00:
EME		VT	18ALMOÇÃO- Uruguaí	pel	J18	0:00	0:33	0:33		julinho	OK		00:
-CRI		VT	SKATE	PVA	J99	0:13	4:20	4:33		paula	OK		00:
-CRI		ESTU	ENCERRA - ED MOTTA	OK	J5000	0:09	3:46	1:40		thiago	OK	CI	00:
			FIM			0:00	0:00	0:00			OK		00:
			STAND-BY			0:00	0:00	0:00			OK		00:
EME		VT	10ALMOÇÃO - greve	BAG	J100	0:02	0:00	0:30		julinho	OK		00:
						0:00	0:00	0:00			OK		00:
EME		VT	3AGENDA-tempo e a cor	OK	J300	0:00	0:15	0:15		thiago	OK	CI	00:
-CRI		VT	MINHA CASA MINHA VID	SCR	J07	0:41	0:00	3:00		Inessa	OK		00:
EME		VT	7ALMOÇÃO - pulador	PFU	J70	0:10	0:00	0:30		julinho	OK		00:
EME		VT	8ALMOÇÃO - mister brasil	SMA	J80	0:05	0:00	0:30		julinho	OK		00:
						0:00	0:00	0:00			OK		00:
						0:00	0:00	0:00			OK		00:

[INRBS]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.07
buraco de 0:20

1

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
-CRI			CHAMADA HOJE .11h30m			0:29	0:00	0:30			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
-CRI			CHAMADA	OK		0:26	0:00	0:26			OK
			JORNAL DO ALMOÇO		12 horas	0:00	0:00	0:00		09:09	OK
-CRI	VT		ABERTURA			1:37	0:00	2:20			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
-CRI	VT		EXPLOSIVO	OK	J33	0:11	2:05	2:16		marcelo	OK
-EME	VT		Daquia Pouco	OK	J1000	0:00	0:26	0:26		marcelo	OK
EME	VT		1ALMOÇO - incêndio	OK	J10	0:00	0:25	0:25	OK	julinho	OK
-CRI	ESTU		CHAMA ESP	OK	ESTUDIO	0:13	0:00	0:20		crisina	OK
-BRIT	VT		INTER	OK	J01	0:00	0:30	1:00		brito	OK
-BRIT	VT		GRÊMIO	OK	J02	0:00	0:27	1:00		brito	OK
EME	VT		8ALMOÇO - velório	OK	J13	0:00	0:32	0:32	OK	julinho	OK
EME	VT		1AGENDA-ibere		J100	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
-CRI	VT		1ASEGUIR		444-55-77	0:29	0:00	0:30		raul	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 1			0:00	0:00	2:05		8min	OK
EME	VT		2AGENDA-ings madonna		J200	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
EME	VT		19ALMOÇO-quadrilha	POA	J19	0:00	0:26	0:26	OK	julinho	OK
-CRI	ESTU		1ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:46	0:00	6:10		crisina	OK
	VT		ilustra especialista		J444	0:00	0:00	0:00		marcelo	OK
EME	VT		5ALMOÇO- tiroeio	CAL	J60	0:00	0:28	0:28	OK	julinho	OK
EME	VT		3AGENDA-italian genius		J300	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
-CRI	VT		2ASEGUIR		55-77	0:15	0:00	0:15		raul	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:00	0:05			OK
			COMERCIAL 2			0:00	0:00	2:05			OK
EME	VT		4AGENDA-menos que nad		J400	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
EME	VT		8ALMOÇO- federais	OK	J40	0:00	1:00	1:00		thiago	OK
-CRI	VIVO		AEROPORTO	ISC	EXTERNA	0:10	0:00	1:30		thiago	OK
-CRI	VIVO		CAROLINA BAHIA	BSB	EXTERNA	0:23	0:00	2:00		raul	OK
	VIVO		ilustra aeroporto		EXTERNA	0:00	0:00	0:00		raul	OK
EME	VT		18ALMOÇO- ato Calixto	POA	J18	0:00	0:24	0:24		inessa	OK
-CRI	VT		MARIA DA PENHA	PVA	J55	0:18	2:47	3:05		inessa	OK
-CRI	VT		SAÚDE DOS JOVENS	ECO	J77	0:12	2:08	2:20		marcelo	OK
-LASI	ESTU		LASIER MARTINS		ESTUDIO	3:20	0:00	3:30		lasier	OK
EME	VT		5AGENDA-tomie ohtake		J500	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
-CRI	VT		3ASEGUIR		99	0:11	0:00	0:15		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 3			0:00	0:00	2:05			OK
EME	VT		6AGENDA-josé augusto		J600	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
-EME	VT		21ALMOÇO-flagra ROUBatt		J21	0:00	0:20	0:20		marcelo	OK
-CRI	VT		MILENA ZH		J555	0:13	1:37	1:50		thiago	OK
EME	VT		6ALMOÇO- vacinas	RG	J80	0:00	0:23	0:23	OK	julinho	OK

[INRBSPI]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.07
buraco de 0:20

2

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
	-CAM	ESTU	TEMPO		ESTUDIO	1:08	0:00	1:15		camila	OK
		GC	Roda mapa SOMAR		ARTE	0:00	0:00	0:00		camila	OK
EME	VT		7AGENDA-cirque		J700	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
-CRI	VT		OGROS x DELICADOS		J99	0:15	3:55	4:10		regina	OK
-CRI	ESTU		ENCERRA CAETANO		J5000	0:13	0:00	2:00		raul	OK
			FIM			0:00	0:00	0:00			OK
			STAND-BY			0:00	0:00	0:00			OK
EME	VT		4ALMOÇÃO- freeshop	URU	J70	0:00	0:27	0:27	OK	julinho	OK
EME	VT		10ALMOÇÃO - arroz		J90	0:00	0:32	0:32	OK	julinho	OK
						0:00	0:00	0:00		raul_ferreira	OK
						0:00	0:00	0:00			OK
EME	VT		2ALMOÇÃO- escolas	POA	J20	1:59	0:00	0:30	1	julinho	OK
EME	VT		11ALMOÇÃO -		J100	0:00	0:00	0:00		julinho	OK
-CRI	VT		MINHA CASA MINHA VID	SCR	J09	0:41	0:00	3:00	2	inessa	OK
EME	VT		7ALMOÇÃO - embarque	RG	J30	0:02	0:00	0:30	1	julinho	OK
						0:00	0:00	0:00			OK
						0:00	0:00	0:00			OK

[INRBSP]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.08
buraco de 1:30

1

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	CHAMADA HOJE - 11h30m			0:30	0:00	0:30		raul	OK
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	CHAMADA QUINTA			0:27	0:00	0:27		raul	OK
			JORNAL DO ALMOÇO		QUARTA	0:00	0:00	0:00		09:05	OK
		-CRI	VT ABERTURA			1:26	0:00	2:07			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	VT MINHA CASA MINHA VID	OK	J09	0:15	2:35	2:50		inessa	OK
		EME	VT 1ALMOÇO-Tudo Fácil	OK	J10	0:00	0:00	0:30		julinho	OK
		-CRI	ESTU CHAMA ESP		ESTUDIO	0:06	0:00	0:30		crisrina	OK
		-BRIT	VT INTER	OK	J02	0:00	0:43	1:00		brito	OK
		-BRIT	VT GREMIO	OK	J01	0:00	0:00	1:00		brito	OK
		EME	VT 2ALMOÇO- acidentes P	OK	J20	0:00	0:22	0:22	OK	julinho	OK
		EME	VT 1AGENDA-italian genius	OK	J100	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI	VT 1ASEGUIR		50-25	0:12	0:00	0:15		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 1			0:00	0:00	2:05		8min	OK
		EME	VT 2AGENDA-como agarrar	OK	J200	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME	VT 5ALMOÇO-atropelada	SMA	J50	0:00	0:26	0:26	OK	julinho	OK
		-CRI	VT DIA DO PEDESTRE		J25	0:14	1:49	2:03		marcelo	OK
		-CRI	ESTU 1ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:29	0:00	3:52		crisrina	OK
		VT	ilustra especialista carro	OK	J444	0:00	1:22	0:00		ciça	OK
		EME	VT 4ALMOÇO-acidentes	OK	J40	0:00	0:59	0:59	OK	julinho	OK
		EME	VT 3AGENDA-menos que nad	OK	J300	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI	VT 2ASEGUIR			0:01	0:00	0:05		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:00	0:05			OK
			COMERCIAL 2			0:00	0:00	2:05			OK
		EME	VT 4AGENDA-tweedy	OK	J400	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME	VT 15ALMOÇO- arquiteto		J15	0:00	0:21	0:21		marcelo	OK
		-CRI	EST 2ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:08	0:00	3:30		crisrina	OK
		EME	VT ilustra	OK	J444	0:00	0:00	0:00		ciça	OK
		EME	VT 3ALMOÇO- ufrgs	POA	J30	0:00	0:31	0:31	OK	julinho	OK
		EME	VT 13ALMOÇO-urfm	SMA	J13	0:00	0:00	0:40	OK	julinho	OK
		-CRI	VT A ESCOLA FORA DO CT	son	J56	0:10	2:51	3:01		manu/marcelo	OK
		-LASI	ESTU LASIER MARTINS		ESTUDIO	2:58	0:00	3:00		lasier	OK
		EME	VT SONORA ALUNA	OK	J57	0:00	0:06	0:06		marcelo	OK
		-EME	VT 18ALMOÇO-operação	son	J18	0:00	0:50	0:50		marcelo	OK
		EME	VT 5AGENDA-chorinho	OK	J500	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI	VT 3ASEGUIR		90-98	0:13	0:00	0:15		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 3			0:00	0:00	2:05			OK
		EME	VT 6AGENDA-fresno		J600	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME	VT 9ALMOÇO-gemeos		J90	0:00	0:00	0:30		thiago	OK
		-CRI	VIVO CAROLINA BAHIA	BSB	EXTERNA	0:06	0:00	1:30		raul	OK
		-BRIT	VT CHAMADA CACAU	OK	J1000	0:00	0:00	0:45		brito	OK
		-CRI	EST CHAMA G.E.		ESTUDIO	0:47	0:00	1:00		alice	OK
		VT	ilustra fernandão		E001	0:00	0:00	0:00		alice	OK
		VT	ilustra nautico		E002	0:00	0:00	0:00		alice	OK
		VT	ilustra luxemburgo		E003	0:00	0:00	0:00		alice	OK
		-CAM	ESTU TEMPO		ESTUDIO	1:22	0:00	1:30		camila	OK
		VT	Imagem satélite		J85	0:00	0:00	0:00		camila_marti	OK

[INRBSP]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.08
buraco de 1:30

2

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
		VIVO	Roda imagem vivo URUG		EXTERNA	0:00	0:00	0:00		camila_marti	OK
		GC	Roda mapa SOMAR		ARTE	0:00	0:00	0:00		camila_marti	OK
EME	VT	7	ALMOÇÃO - título eleitor		J70	0:00	0:17	0:17	OK	julinho	OK
-CRI	EST	3	ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:07	0:00	2:00		crisrina	OK
			ilustra	OK	J444	0:00	0:00	0:00		ciça	OK
EME	VT	7	AGENDA-josé augusto		J700	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
-CRI	VT		A VIDA EM MARTE		J98	0:20	3:00	3:20		inessa	OK
-CRI	ESTU		ENCERRA MPB3	OK	J5000	0:15	1:19	1:30		thiago	OK
			FIM			0:00	0:00	0:00			OK
			STAND-BY			0:00	0:00	0:00			OK
EME	VT	6	ALMOÇÃO - horti	SRC	J60	0:15	0:00	0:30		julinho	OK
EME	VT	8	ALMOÇÃO- lutz		J80	0:00	0:00	0:30		thiago	OK
EME	VT	9	ALMOÇÃO-		J90	0:00	0:00	0:30			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
						0:00	0:00	0:00			OK

[INRBS]ARQUIVO.FBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.09
buraco de 0:31

1

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	CHAMADA HOJE 11:30			0:29	0:00	0:30			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	CHAMADA SEXTA	OK		0:32	0:00	0:32			OK
			JORNAL DO ALMOÇO			0:00	0:00	0:00		09:15	OK
		-CRI VT	ABERTURA			1:14	0:00	1:56		raul	OK
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI VT	MERCADOS do MEDO	ECO	J09	0:18	2:32	2:50		marcelo	OK
		EME VT	1ALMOÇO - tiroteio	OK	J10	0:00	0:34	0:34	ok	julinho	OK
		-CRI ESTU	CHAMA ESP		ESTUDIO	0:15	0:00	0:30		crisrina	OK
		-BRIT VT	GREMIO	OK	J01	0:00	0:25	1:00		brito	OK
		-BRIT VT	INTER	OK	J02	0:00	0:36	1:00		brito	OK
		EME VT	3ALMOÇO - caminhão		J30	0:00	0:23	0:23	ok	julinho	OK
		EME VT	1AGENDA - roberta miran	OK	J100	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI VT	1ASEGUIR		55-444	0:17	0:00	0:15			OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 1			0:00	0:00	2:18		8min	OK
		EME VT	2AGENDA- incidente antar	OK	J200	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME VT	2ALMOÇO - acidentés	OK	J20	0:00	0:42	0:42	ok	julinho	OK
		-CRI VT	1PELOTAS-BEBÉ	son	J07	0:14	0:52	1:06		marcelo	OK
		LAPA VT	2IJUI-BEBÉ	son	J08	0:00	1:28	1:28		marcelo	OK
		GER EME VT	1BOCAPAI caxias	OK	J93	0:00	0:34	0:34		marcelo	OK
		-CRI ESTU	1ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:40	0:00	2:50		crisrina	OK
		VT	ilustra especialista	OK	J444	0:00	1:47	0:00		ciça	OK
		EME VT	5ALMOÇO - ipf	OK	J50	0:00	0:31	0:31	ok	julinho	OK
		EME VT	3AGENDA - fresno	OK	J300	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI VT	2ASEGUIR			0:01	0:00	0:15			OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:00	0:05			OK
			COMERCIAL 2			0:00	0:00	3:05			OK
		EME VT	4AGENDA - chorinho	OK	J400	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME VT	15ALMOÇO - senegalés	URU	J15	0:00	0:22	0:22	ok	julinho	OK
		-CRI ROB	CHAMA ROBERTA		ESTUDIO	0:29	0:00	0:30		roberta/ines	OK
		-CRI VT	CRIANÇAS CRACK	RSA	J55	0:33	3:37	4:10		roberta/ines	OK
		-LASI ESTU	LASIER MARTINS		ESTUDIO	3:06	0:00	3:00		lasier	OK
		EME VT	2BOCAPAI - santa maria		J92	0:00	0:32	0:32		marcelo	OK
		-CRI EST	2ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:18	0:00	2:00		crisrina	OK
		VT	ilustra	OK	J444	0:00	1:47	0:00		ciça	OK
		EME VT	4ALMOÇO - federais	OK	J40	0:00	0:37	0:37	ok	julinho	OK
		EME VT	8ALMOÇO - grevistas inte	S/B	J80	0:00	0:37	0:37	ok	julinho	OK
		EME VT	5AGENDA - gutê	OK	J500	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI VT	3ASEGUIR		99	0:09	0:00	0:15			OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 3			0:00	0:00	2:05			OK

[INRBS]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.09
buraco de 0:31

2

PAG	ANC	TIPO	RETRANÇA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
EME	VT	6	AGENDA - José Augusto	OK	J600	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
EME	VT	9	ALMOÇÃO- morte jovem	PFU	J90	0:00	0:29	0:29	ok	julinho	OK
-BRIT	VT		LANCES POLÊMICOS	OK	J777	0:02	1:10	1:20		raul ferreira	OK
-BRIT	VT		CHAMA CACAU	OK	J1000	0:00	0:00	0:30		brito	OK
-CRI	ESTU		TEMPO		ESTUDIO	1:06	0:00	1:30		camila	OK
		GC	mapa Somar		ARTE	0:00	0:00	0:00		camila	OK
		GC	tela Somar		ARTE	0:00	0:00	0:00		camila	OK
EME	VT	3	BOCAPAI - uruguaiana		J91	0:00	0:35	0:35		marcelo	OK
-CRI	VT	3	ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:10	0:00	1:45		crisrina	OK
	VT		ilustra	OK	J444	0:00	1:47	0:00		ciça	OK
EME	VT	7	AGENDA - cirque	OK	J700	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
-CRI	VT		SOLEIL&CHULA	PVA	J99	0:14	3:30	3:45		paula/thiago	OK
-CRI	VT		MIGUEL MARQUES	GG	MUSICAL	0:25	0:00	0:30		crisrina	OK
-CRI	ESTU		ENCERRA MIGUEL		J5000	0:04	0:00	2:00			OK
			FIM			0:00	0:00	0:00			OK
			STAND-BY			0:00	0:00	0:00			OK
EME	VT	11	ALMOÇÃO- cigarros	OK	J11	0:00	0:27	0:27	ok	julinho	OK
						0:00	0:00	0:00			OK

[INRBS]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.10
buraco de 0:29

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	CHAMADA HOJE 11h30m			0:32	0:00	0:30			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	CHAMADA SÁBADO	OK		0:23	0:00	0:23			OK
		-CRI	CHAMADA SEGUNDA	OK		0:24	0:00	0:24		raul_ferreira	OK
			JORNAL DO ALMOÇO			0:00	0:00	0:00		11:35	OK
		-CRI VT	ABERTURA			1:56	0:00	2:38			OK
		-CRI VT	O ARGENTINO	MS	J99	0:21	3:14	3:35		inessa	OK
		EME VT	14ALMOÇO-atropelamen	OK	J14	0:00	0:24	0:24	OK	julinho	OK
		-CRI ESTU	CHAMA ESP		ESTUDIO	0:11	0:00	0:30		crisrina	OK
		-BRIT VT	GREMIO	OK	J01	0:00	0:52	1:00		brito	OK
		-BRIT VT	INTER	OK	J02	0:00	0:38	1:00		brito	OK
		-BRIT VT	CHAMA VOCÊ LEMBRA?	OK	J1000	0:00	0:00	0:45		brito	OK
		EME VT	8ALMOÇAO - homicidio	OK	J80	0:00	0:29	0:29	OK	julinho	OK
		EME VT	1AGENDA-gute		J100	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		GER EME VT	1BOCAPAI stacruz		J91	0:00	0:39	0:39		marcelo	OK
		-CRI VT	1ASEGUIR		55	0:09	0:00	0:15			OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 1			0:00	0:00	2:35		9MIN	OK
		EME VT	2AGENDA-agarrar marido		J200	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME VT	3ALMOÇAO - protesto	OK	J30	0:00	0:20	0:20	OK	julinho	OK
		GER -CRI VT	DETETIVE	GIU	J25	0:14	2:19	2:33		inessa	OK
		-CRI ESTU	1ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:39	0:00	4:47		crisrina	OK
		VT	ilustra especialista	OK	J444	0:00	1:19	0:00		ciça	OK
		EME VT	9ALMOÇAO - quebrador C	POA	J90	0:00	0:25	0:25	OK	julinho	OK
		EME VT	3AGENDA-roberta mirand		J300	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI VT	2ASEGUIR			0:01	0:00	0:15			OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:00	0:05			OK
			COMERCIAL 2			0:00	0:00	2:48			OK
		EME VT	4AGENDA-antares		J400	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME VT	5ALMOÇAO - tiroteio	OK	J50	0:00	0:27	0:27	OK	julinho	OK
		-LASI ESTU	LASIER MARTINS		ESTUDIO	3:10	0:00	3:10		lasier	OK
		EME VT	3BOCAPAI - sta rosa		J93	0:00	0:32	0:32		marcelo	OK
		X -CRI VT	TELEFONIA	VAN	J55	0:13	2:53	3:06		marcelo	OK
		EME VT	12ALMOÇAO - gemeos		J12	0:00	0:00	0:25		alemoa	OK
		EME VT	5AGENDA-anos 80		J500	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI VT	3ASEGUIR		60-5000	0:15	0:00	0:15			OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 3			0:00	0:00	2:35			OK
		EME VT	6AGENDA-filme de hoje		J600	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME VT	6ALMOÇAO-eva wilma	OK	J60	0:00	0:28	0:28		thiago	OK
		-CRI VIVO	FESTIVAL GRAMADO	RLI	EXTERNA	0:11	0:00	1:15		thiago	OK
		VT	ilustra 360 f meireles		J360	0:00	0:00	0:00		thiago	OK

[INRBSP]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.10
buraco de 0:29

2

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
EME	VT		PAINÃOAGUENTA!	OK	J98	0:00	1:47	1:47		thiago	OK
EME	VT		4BOCAPAI - erechim		J94	0:00	0:38	0:38		marcelo	OK
	-CAM	ESTU	TEMPO		ESTUDIO	1:32	0:00	1:32		camila	OK
		VT	ilustra Erechim	ok	J85	0:00	0:00	0:00		camila	OK
		VT	ilustra Caxias	ok	J86	0:00	0:00	0:00		camila	OK
		VT	ilustra Uruguaiana	ok	J87	0:00	0:00	0:00		camila	OK
		VIVO	imagens vivo POA		EXTERNA	0:00	0:00	0:00		camila	OK
		GC	Mapa Somar		ARTE	0:00	0:00	0:00		camila	OK
EME	VT		7ALMOÇÃO-marconi	OK	J70	0:00	0:27	0:27		thiago	OK
EME	VT		ESPECIAIS	OK	J666	1:02	0:46	0:46		ciça	OK
	-CRI	ESTU	TANGO		EST ESTUDIO	0:25	0:00	0:45		cristina	OK
	-CRI	ESTU	ENCERRA - ilustra tango	OK	J5000	0:00	2:31	2:00		cristina	OK
			FIM			0:00	0:00	0:00			OK
			STAND-BY			0:00	0:00	0:00			OK
EME	VT		7AGENDA-j agosto		J700	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
EME	VT		11ALMOÇÃO-		J11	0:00	0:00	0:00		julinho	OK
EME	VT		2ALMOÇÃO - preso crack	PFU	J20	0:15	0:00	0:30		julinho	OK
EME	VT		1ALMOÇÃO - um ano crim	ERE	J10	0:07	0:00	0:30		julinho	OK
EME	VT		dakiapoko ciume em quest		J1000	0:10	0:00	0:20		inessa	OK
EME	VT		4ALMOÇÃO - assalto ôñib	SCR	J40	0:19	0:00	0:30		julinho	OK
GER	EME	VT	2BOCAPAI - rio grande		J92	0:00	0:35	0:35		marcelo	OK
						0:00	0:00	0:00			OK
						0:00	0:00	0:00			OK

[INRBS]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.11

1

buraco de 1:06

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
			JORNAL DO ALMOÇO		11h55min	0:00	0:00	0:00			OK
	-CRI	VT	ABERTURA			1:11	0:00	1:55		ciça	OK
						0:00	0:00	0:00			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
	-CRI	VT	CHAMA ESP		estudio	0:19	0:00	0:20		crisrina	OK
	-BRIT	VT	INTER	OK	J02	0:00	0:00	0:30		brito	OK
	-BRIT	VT	GRÊMIO		J01	0:00	0:00	0:30		brito	OK
	-BRIT	VT	CACAU		J03	0:00	3:20	3:40		marcelo	OK
	EME	VT	1AGENDA-maria e o javali	OK	J100	0:00	0:15	0:15		ciça	OK
	-CRI	VT	1ASEGUIR		55	0:07	0:00	0:10		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 1			0:00	0:00	2:05		5min	OK
	EME	VT	2AGENDA-festa anos 80	OK	J200	0:00	0:17	0:17		ciça	OK
	EME	VT	1BOCA NO TROMBONE		J92	0:00	0:00	0:37		cica_kramer	OK
	-CRI	VT	NÓNAGRAVATA	ok	J25	0:15	2:46	3:02		inessa	OK
	-CRI	VT	CHAMA TD		J666	0:20	0:31	0:51		ciça	OK
	-CRI	VT	2ASEGUIR		5000	0:06	0:00	0:06		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:00	0:05			OK
			COMERCIAL 2			0:00	0:00	2:35			OK
	EME	VT	4AGENDA-italian genius	OK	J400	0:00	0:15	0:15		ciça	OK
	EME	VT	2ALMOÇÃO-comércio		J20	0:00	0:00	0:22		inessa	OK
	EME	VT	2BOCAPAI - cruz alta	OK	J91	0:00	0:33	0:33		marcelo	OK
	-CRI	VT	PAIS & FILHOS	RSA	J55	0:20	3:06	3:30		inessa	OK
	-CRI	ESTU	TEMPO		ESTUDIO	1:12	0:00	1:30		crisrine	OK
	EME	VT	1ALMOÇÃO-acidente	ok	J10	0:00	0:00	0:27		inessa	OK
	EME	VT	5AGENDA-incidente em a	OK	J500	0:00	0:15	0:15		ciça	OK
	-CRI	VT	3ASEGUIR		60 - 7000	0:12	0:00	0:07		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 3			0:00	0:00	2:35			OK
	EME	VT	6AGENDA-super nada	OK	J600	0:00	0:15	0:15		ciça	OK
	EME	VT	6ALMOÇÃO-homenagem	GRA	J60	0:00	0:29	0:29		marcelo	OK
	-CRI	VIVO	GRAMADO	RLI	EXTERNA	0:09	0:00	0:40		marcelo	OK
	EME	VT	TAPETE VERMELHO	RLI	J98	0:00	0:55	0:55		marcelo	OK
	-REGI	VIVO	VOLTA GRAMADO	RLI	EXTERNA	0:03	0:00	0:20		marcelo	OK
	EME	VT	8ALMOÇÃO - juvenarte		J80	0:00	0:00	0:33		inessa	OK
	EME	VT	7AGENDA-jose augusto	OK	J700	0:00	0:15	0:15		ciça	OK
	-CRI	ESTU	JOSÉ AUGUSTO		ESTUDIO	0:21	0:00	3:00		crisrina	OK
		VT	evidências	OK	J5000	0:00	0:00	0:00		cica_kramer	OK
		VT	barriga de aluguel		J8000	0:00	0:00	0:00		cica_kramer	OK
		VT	história de nós dois		J6000	0:00	0:00	0:00		cica_kramer	OK
	-CRI	ESTU	ENCERRA-josé augusto		J7000	0:14	0:00	1:00		ciça	OK
			FIM			0:00	0:00	0:00			OK

[INRBS]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.13
buraco de 0:46

1

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
						0:00	0:00	0:00			OK
	-CRI		CHAMADA HOJE		11h30min	0:44	0:00	0:45			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
	-CRI		CHAMADA TERÇA			0:20	0:00	0:30			OK
			JORNAL DO ALMOÇO		12 horas	0:00	0:00	0:00	08:12		OK
	-CRI	VT	ABERTURA			1:33	0:00	2:30			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
						0:00	0:00	0:00		raul_ferreira	OK
	-CRI	ESTU	CHAMA ESP		ESTUDIO	0:10	0:00	0:20		crisrina	OK
	-BRIT	VT	GREMIO	OK	J01	0:00	1:24	1:00		brito	OK
	-BRIT	VT	INTER	OK	J02	0:00	1:11	1:00		brito	OK
	EME	VT	3ALMOÇO - pizzaria	OK	J30	0:00	0:31	0:31		marcelo	OK
	-CRI	VT	MALHAÇÃO	OK	J555	0:06	1:44	1:50		thiago	OK
	EME	VT	1ALMOÇO - lugar do pai	ok	J10	0:00	0:26	0:26		julinho	OK
	EME	VT	1AGENDA - gutê	OK	J100	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
	-CRI	VT	1ASEGUIR		50-76	0:15	0:00	0:15		raul	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 1			0:00	0:00	2:05		9MIN	OK
	EME	VT	2AGENDA-wilson paim		J200	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
	EME	VT	2ALMOÇO - cursos		J20	0:00	0:29	0:29	OK	julinho	OK
	-CRI	VT	DOR DE CABEÇA		J25	0:25	2:18	2:43		inessa	OK
	-CRI	ESTU	ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:28	0:00	4:40		crisrina	OK
		VT	ilustra especialista	OK	J444	0:00	0:00	0:00		inessa	OK
	EME	VT	12ALMOÇO - assalto pos	POA	J12	0:00	0:24	0:24		julinho	OK
	EME	VT	3AGENDA - ibere		J300	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
	-CRI	VT	2ASEGUIR			0:01	0:00	0:05		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:00	0:05			OK
			COMERCIAL 2			0:00	0:00	2:05			OK
	EME	VT	4AGENDA-antares		J400	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
	EME	VT	4ALMOÇO - drogas	CAX	J40	0:00	0:22	0:22		marcelo	OK
	-CRI	VIVO	CAROLINA BAHIA		BSB EXTERNA	0:17	0:00	1:30		raul	OK
	EME	VT	VINHETA ELEIÇÃO	OK	J33	0:00	0:00	0:10		marcelo	OK
	-CRI	VT	SÉRIE ELEIÇÃO	ok	J56	0:25	2:50	3:15		marcelo	OK
	-CRI	VT	ACIDENTES	POA	J09	0:09	2:00	2:10		julinho	OK
	-CRI	ESTU	SALVAMENTO	ECO	ESTUDIO	0:54	0:00	3:00		marcelo	OK
		VT	ilustra restaurante		J76 A	0:00	0:00	0:00		marcelo	OK
		VT	sonora idoso		J76 B	0:00	0:00	0:00		marcelo	OK
	EME	VT	sonora dono restaurante		J76 C	0:00	0:00	0:00		marcelo	OK
		VT	sonora médico		J76 D	0:00	0:00	0:00		marcelo	OK
		VT	ilustra fotos		J 76 C 1	0:00	0:00	0:00		marcelo_cab	OK
	-LASI	ESTU	LASIER MARTINS		ESTUDIO	3:37	0:00	3:37		lasier	OK
			ilustra		M76	0:00	0:00	0:00		raul_ferreira	OK
	-CRI	VT	3ASEGUIR		60-777	0:15	0:00	0:15		raul	OK

[INRBSF]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.13
buraco de 0:46

2

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 3			0:00	0:00	2:05			OK
	EME	VT	6AGENDA-lulu carlos		J600	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
	EME	VT	5ALMOÇÃO - morte bebe	ok	J50	0:00	0:25	0:25		julinho	OK
	-BRI	VT	MARCELO GROHE		J1000	0:00	0:00	1:30		brito	OK
	-CRI	VT	LANÇAMENTO 50 ANOS	ok	J666	0:22	1:00	1:22		ciça	OK
	-CAM	ESTU	TEMPO		ESTUDIO	0:58	0:00	0:58		camila	OK
		VT	ilustra Santa Rosa	OK	J85	0:00	0:16	0:00		camila	OK
		VT	ilustra Cruz Alta	OK	J86	0:00	0:18	0:00		camila	OK
		GC	roda mapa SOMAR		ARTE	0:00	0:00	0:00		camila	OK
	EME	VT	6ALMOÇÃO-ontem festival		J60	0:00	0:29	0:29		thiago	OK
	-CRI	VT	TAPETE VERMELHO		J777	0:13	2:25	2:38		thiago	OK
	EME	VT	7AGENDA-filme hoje		J700	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
	-EME	VT	RENATO CAMPÃO	ok	J99	0:24	1:55	1:30		ciça	OK
	-CRI	VT	ENCERRA DONA MARGA	ok	J5000	0:07	0:55	1:20			OK
			FIM			0:00	0:00	0:00			OK
			STAND-BY			0:00	0:00	0:00			OK
	-CRI	VIVO	FESTIVAL DE GRAMADO	RLI	EXTERNA	0:04	0:00	1:00		thiago	OK
	EME	VT	9ALMOÇÃO - protesto	SMA	J90	0:22	0:00	2:00		julinho	OK
	EME	VT	5AGENDA - cirque		J500	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
	EME	VT	11ALMOÇÃO - refem	SCR	J101	0:48	0:00	0:48		julinho	OK

[INRBSPI]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.14
estouro de 0:02

1

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	CHAMADA HOJE 11h30m			0:44	0:00	0:45			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	CHAMADA QUARTA			0:22	0:00	0:22			OK
			JORNAL DO ALMOÇO		12:00	0:00	0:00	0:00		11:25	OK
		-CRI	VT ABERTURA			1:46	0:00	2:32			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
GER		-CRI	VT DENUNCIA	OK	J55	0:16	4:19	4:35		inessa	OK
		-CRI	EST CHAMA PRES	OK		0:10	0:00	0:20		raul_ferreira	OK
		EME	VT 1ALMOÇO acidente	OK	J10 sonori	0:00	0:23	0:23		julinho	OK
		-CRI	ESTU CHAMA ESP	OK	ESTUDIO	0:03	0:00	0:30		crisina	OK
		-BRIT	VT GREMIO	OK	J01	0:00	0:17	1:00		brito	OK
		-BRIT	VT INTER	ok	J02	0:00	0:30	1:00		brito	OK
		ILUS	VT SITE GE		G.E.	0:05	0:00	0:30		cica_kramer	OK
		EME	VT 1AGENDA-lulu carlos	OK	J100	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI	VT 1ASEGUIR		444	0:12	0:00	0:15		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 1			0:00	0:00	2:05		8min	OK
		EME	VT 2AGENDA-agarrar marido		J200	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME	VT 3ALMOÇO - gripe A	OK	J30	0:00	0:26	0:26		julinho	OK
		-CRI	VT ASSALTO TORRES	ok	J09	0:17	1:15	1:32		julinho	OK
		-CRI	EST 1ESPECIALISTA	OK	J444	0:22	1:16	4:47		crisina	OK
			VT Ilustra vt		J55	0:00	0:00	0:00		raul_ferreira	OK
			VT. ilustra Assembleia		J444	0:00	0:00	0:00		raul_ferreira	OK
			VT ilustra reunião		J444B	0:00	0:00	0:00		inessa	OK
		EME	VT 2ALMOÇO-bienal	OK	J20	0:00	0:25	0:25		julinho	OK
		EME	VT 3AGENDA-circo fantástico		J300	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI	VT 2ASEGUIR			0:01	0:00	0:15		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:00	0:05			OK
			COMERCIAL 2			0:00	0:00	2:05			OK
		EME	VT 4AGENDA-bethânia buarq		J400	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME	VT 4ALMOÇO- brother	ok	J40	0:00	0:33	0:33		julinho	OK
		EME	VT 5ALMOÇO- op. santiago	SMA	J40A	0:00	0:27	0:27		julinho	OK
		-CRI	VIVO CAROLINA BAHIA	BSB	EXTERNA	0:13	0:00	2:00		raul	OK
		EME	VT ILUSTRA telefone ce lular	OK	J666	0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	VT APONTE	OK	J44	0:13	1:21	1:34		raul_ferreira	OK
		EME	VT VH ELEIÇÕES	OK	J33	0:00	0:00	0:08		marcelo	OK
		-CRI	VT SERIE ELEIÇÃO	OK	J35	0:12	2:05	2:17		marcelo	OK
		-CRI	ESTU 2ESPECIALISTA		EST/J444	0:15	0:00	3:30		crisina	OK
		EME	VT 6ALMOÇO - penitenciári	CAX	J60	0:00	0:36	0:36		julinho	OK
		EME	VT 5AGENDA-mart'nalia		J500	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI	VT 3ASEGUIR		99B-5000	0:17	0:00	0:15		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK

[[INRBSF]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.14
estouro de 0:02

2

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
			COMERCIAL 3			0:00	0:00	2:05			OK
EME		VT	8AGENDA-filme do dia		J800	0:00	0:00	0:15		thiago	OK
EME		VT	8ALMOÇÃO-campanella		J80	0:00	0:24	0:24		thiago	OK
-CRI		VIVO	VIVO GRAMADO	sond	EXTERNA	0:31	0:00	4:00		thiago	OK
		VT	ilustra elefante na sala	OK	J99A	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
		VT	ilustra colegas	OK	J99C	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
		VT	ilustra tapete vermelho	OK	J99B	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
		VT	ilustra cinema bairros	OK	J99D	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
-CAM		ESTU	TEMPO		ESTUDIO	1:21	0:00	1:30		camila	OK
		VT	ilustra Santa Maria		J85	0:00	0:00	0:00		camila	OK
		VT	ilustra Uruguaiana	OK	J86	0:00	0:00	0:00		camila	OK
		GC	Roda mapa SOMAR		ARTE	0:00	0:00	0:00		camila	OK
EME		VT	9ALMOÇÃO-tertulia	ok	J90	0:00	0:28	0:28		julinho	OK
EME		VT	9AGENDA-wilson paim		J900	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
-CRI		VT	WILSON PAIM			0:11	0:00	1:30		crisrina	OK
EME		VT	ilustra paim	OK	J5000	0:00	1:44	0:00		raul_ferreira	OK
-CRI		ESTU	ENCERRA			0:00	0:00	2:00		thiago	OK
			FIM			0:00	0:00	0:00			OK
			STAND-BY			0:00	0:00	0:00			OK
-BRIT		VT	CHAMADA CAICO		J1000	0:00	0:00	1:00			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
						0:00	0:00	0:00			OK

[INRBS]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.15
buraco de 0:39

1

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	CHAMADA HOJE 11h30m			0:44	0:00	0:45		raul	OK
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	CHAMADA QUINTA			0:29	0:00	0:29		raul	OK
			JORNAL DO ALMOÇO		12h	0:00	0:00	0:00		09:00	OK
		-CRI VT	ABERTURA			1:41	0:00	2:30		raul	OK
						0:00	0:00	0:00			OK
		EME VT	GREVE	ok	J09	0:11	1:56	2:07		marcelo	OK
		EME VT	4ALMOÇO - protestos	ok	J40	0:00	0:50	0:50		marcelo	OK
		-CRI ESTU	CHAMA ESP		ESTUDIO	0:14	0:00	0:30		crisrina	OK
		-BRIT VT	GREMIO		J01	0:00	0:00	1:00		brito	OK
		-BRIT VT	INTER		J02	0:00	0:00	1:00		brito	OK
		EME VT	1ALMOÇO - tiroteio		J10	0:00	0:36	0:36		julinho	OK
		EME VT	1AGENDA-bethania buarq		J100	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI VT	1ASEGUIR		779	0:09	0:00	0:15		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 1			0:00	0:00	2:05		8min	OK
		EME VT	3AGENDA-enzo e rodrigo		J300	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME VT	2ALMOÇO - morte moto	POA	J20	0:00	0:21	0:21		julinho	OK
		*GC -CRI ESTU	1ESPECIALISTA	OK	J444	0:48	0:00	5:00		crisrina	OK
		EME VT	INFORMÁTICA	sond	J09	0:00	1:27	1:27		marcelo	OK
		EME VT	9ALMOÇO- galos	SCR	J90	0:00	0:30	0:30		julinho	OK
		EME VT	4AGENDA-gutê		J400	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI VT	2ASEGUIR			0:01	0:00	0:05		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:00	0:05			OK
			COMERCIAL 2			0:00	0:00	2:05			OK
		EME VT	2AGENDA-sandy jackson		J200	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME VT	5ALMOÇO - assaltos	PFU	J50	0:00	0:37	0:37		julinho	OK
		-CRI VIVO	CAROLINA BAHIA	BSB	EXTERNA	0:12	0:00	1:30		raul	OK
		EME VT	VINHETA ELEIÇÕES		SERVIDO	0:00	0:00	0:08		marcelo	OK
		-CRI VT	ELEIÇÕES		J33	0:18	3:01	3:19			OK
		-CRI VT	ASSEMBLEIA	ggr	J778	0:16	2:42	2:58		inessa	OK
		-LASI ESTU	LASIER MARTINS		ESTUDIO	3:21	0:00	3:00		raul	OK
		ilustra VT	ilustra SALA DE AULA		J666	0:00	0:00	0:00		raul_ferreira	OK
		EME VT	5AGENDA-mart'nália		J500	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI VT	3ASEGUIR		99A,17,50	0:24	0:00	0:24		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 3			0:00	0:00	2:05			OK
		EME VT	7AGENDA-filme hoje		J700	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME VT	7ALMOÇO-filmes ontem	ok	J70	0:00	0:29	0:29		thiago	OK
		-CRI VIVO	FESTIVAL DE CINEMA	RLI	EXTERNA	0:20	0:00	2:00		thiago	OK
		VT	ilustra homenagem	OK	J99A	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
		VT	ilustra tapete + insônia	OK	J99B	0:00	0:00	0:00		thiago	OK

[INRBSF]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.15
buraco de 0:39

2

PAG	ANC	TIPO	RETRANÇA	REP	FITA	ICAB	tVT	tMAT	IES	EDITOR	GC
	EME	VT	17ALMOÇÃO-sergio silva	???	J17	0:35	0:00	1:00		thiago	OK
	-CAM	ESTU	TEMPO		ESTUDIO	1:19	0:00	1:30		camila	OK
		VT	ilustra Sta Maria	ok	J85	0:00	0:00	0:00		camila	OK
		VIVO	imagens vivo Uruguaiãna		EXTERNA	0:00	0:00	0:00		camila	OK
		GC	Mapa Somar		ARTE	0:00	0:00	0:00		camila	OK
	EME	VT	6AGENDA-piazzolla		J600	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
	-CRI	ESTU	PIAZZOLLA COREOGRA		ESTUDIO	0:26	0:00	1:00		cristina	OK
		VT	ilustra piazzolla	OK	J5000	0:05	0:00	0:00		cristina	OK
		VT	ilustra arquivo orquestra	OK	J5001	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
	-CRI	ESTU	ENCERRA		J5000	0:03	0:00	2:00		cristina	OK
			FIM			0:00	0:00	0:00			OK
			STAND-BY			0:00	0:00	0:00			OK
		VT	ilustra cinema no ônibus	OK	J99C	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
	EME	VT	12ALMOÇÃO - bibioteca	RG	J120	0:04	0:00	0:30		julinho	OK
	EME	VT	3ALMOÇÃO - carreta free	ok	J30	0:00	0:23	0:23		julinho	OK
	EME	VT	6ALMOÇÃO - show lulu		J60	0:00	0:21	0:21		thiago	OK
			LPV			0:00	0:00	0:00		raul_ferreira	OK
			9981.2596			0:00	0:00	0:00		raul_ferreira	OK
	EME	VT	13ALMOÇÃO - corrego	ERE	J130	0:05	0:00	0:30		julinho	OK
	EME	VT	15ALMOÇÃO - idosa	SMA	J150	0:06	0:00	0:30		julinho	OK
	-CRI	VT	GREVES	LKO	J55	0:14	2:40	2:54		marcelo	OK
	EME	VT	8ALMOÇÃO - TCE	POA	J80	0:57	0:00	0:30		julinho	OK

[INRBS]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.16
buraco de 1:09

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	CHAMADA HOJE		11h20min	0:41	0:00	0:45		raul	OK
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	CHAMADA SEXTA			0:22	0:00	0:22		raul	OK
			JORNAL DO ALMOÇO		12:00	0:00	0:00	0:00		09:14	OK
		-CRI	VT	ABERTURA		1:22	0:00	2:30		raul	OK
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	VT	O VERÃO NO INVERNO	CMAJ09	0:25	2:35	3:01		camila/iness	OK
		-CAM	EST	DAKIAPOUÇO MAIS TEM	estudio	0:04	0:00	0:10		inessa	OK
		EME	VT	2ALMOÇO - oper.eldorad	ok J20	0:00	0:23	0:23	ok	julinho	OK
		-CRI	ESTU	CHAMA ESP	ESTUDIO	0:10	0:00	0:30		cristina	OK
		-BRIT	VT	GREMIO	J01	0:00	0:00	1:00		brito	OK
		-BRIT	VT	INTER	ok J02	0:00	0:00	1:00		brito	OK
		EME	VT	1AGENDA-mart'nalía hoje	ok J100	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI	VT	1ASEGUIR	40-20-33	0:20	0:00	0:20		ciça	OK
				VINHETA PASSAGEM		0:00	0:05	0:05			OK
				COMERCIAL 1		0:00	0:00	2:05		8min	OK
		EME	VT	2AGENDA-tango	J200	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME	VT	1ALMOÇO - surto	ok J10	0:00	0:28	0:28		julinho	OK
		-CRI	ESTU	1ESPECIALISTA	ESTUDIO	0:31	0:00	6:12		cristina	OK
			VT	ilustra especialista	OK J444	0:00	0:00	0:00		ciça	OK
		EME	VT	14ALMOÇO - facada	ok J140	0:00	0:30	0:30	OK	julinho	OK
		EME	VT	3AGENDA-jair rodrigues	ok J300	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI	VT	2ASEGUIR		0:01	0:00	0:15		ciça	OK
				VINHETA PASSAGEM		0:00	0:00	0:05			OK
				COMERCIAL 2		0:00	0:00	2:48			OK
		EME	VT	4AGENDA-enzo e rodrigo	ok J400	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME	VT	4ALMOÇO - aeroporto	ok J40	0:00	0:50	0:50		marcelo	OK
		-CRI	VIVO	CAROLINA BAHIA	BSB EXTERNA	0:13	0:00	1:30		raul	OK
		EME	VT	11ALMOÇO - incra	POA J110	0:00	0:20	0:20		marcelo	OK
		EME	VT	VINHETA ELEIÇÕES	OK SERVIDO	0:00	0:00	0:00		marcelo	OK
		-CRI	VT	SÉRIE ELEIÇÃO	ok J33	0:10	2:26	2:36		marcelo	OK
		-CRI	VIVO	VIVOASSEMBLEIA	ECC EXTERNA	0:14	0:00	1:10		marcelo	OK
			VT	ilustra matéria do grizotti	OK J666	0:00	0:00	0:00		marcelo	OK
		-LASI	ESTU	LASIER MARTINS	ESTUDIO	3:33	0:00	3:30		raul	OK
		EME	VT	16ALMOÇO-centenario	J16	0:00	0:26	0:26		julinho	OK
		EME	VT	5AGENDA-sandy hoje	ok J500	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI	VT	3ASEGUIR	99B-5001	0:14	0:00	0:15		ciça	OK
				VINHETA PASSAGEM		0:00	0:05	0:05			OK
				COMERCIAL 3		0:00	0:00	2:05			OK
		EME	VT	6AGENDA-filme hoje	J600	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME	VT	6ALMOÇO-filmes da noit	ok J60	0:00	0:35	0:35		thiago	OK
		-CRI	VIVO	FESTIVAL DE GRAMADO	RLI EXTERNA	0:18	0:00	2:20		thiago	OK

[INRBSF]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.16
buraco de 1:09

2

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	ICAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
		VT	tapete cida + o que se mov	ok	J99	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
		VT	homenagem sérgio silva	ok	J99A	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
		VT	betty faria	ok	J99B	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
		VT	cinema no ônibus	ok	J99C	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
EME	VT	8AGENDA-incidente			J800	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
-BRIT	VT	CAICO		ok	J1000	0:00	0:00	0:45		brito	OK
EME	VT	9ALMOÇÃO - crime		ok	J90	0:00	0:32	0:32		julinho	OK
-ori	VT	SINO ROUBADO		son	J55	0:22	1:49	2:11		marcelo	OK
EME	VT	3ALMOÇÃO - nota fiscal		ok	J30	0:00	0:26	0:26		julinho	OK
-CAM	ESTU	TEMPO			ESTUDIO	1:29	0:00	1:30		camila	OK
	GC	roda mapa Somar			ARTE	0:00	0:00	0:00		camila	OK
EME	VT	7AGENDA-madonna		ok	J700	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
-CRI	VT	MADONNA a eterna jovem	ROB	J5001		0:20	3:35	3:55		inessa	OK
-CRI	ESTU	ENCERRA MADONNA			J5000	0:04	0:00	1:00		inessa	OK
		FIM				0:00	0:00	0:00			OK
		STAND-BY				0:00	0:00	0:00			OK
EME	VT	12ALMOÇÃO - enterro	POA	J120		0:03	0:00	0:03		thiago	OK
EME	VT	13ALMOÇÃO- PRF interior	inter	J13		0:04	0:00	0:30		marcelo	OK
EME	VT	8ALMOÇÃO - acidente mo		ok	J80	0:00	0:20	0:20	ok	julinho	OK
						0:00	0:00	0:00			OK

[INRBS]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.17

exato

PAG	ANC	TIPO	RETRANÇA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	tES	EDITOR	GC
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	CHAMADA HOJE		11:25	0:41	0:00	0:45		raul	OK
						0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI	CHAMADA SÁBADO	OK		0:35	0:00	0:35		raul	OK
		-CRI	CHAMADA SEGUNDA	OK		0:22	0:00	0:22		raul	OK
			JORNAL DO ALMOÇO		12:00	0:00	0:00	0:00			OK
		-CRI VT	ABERTURA			1:29	0:00	2:27		raul	OK
		-CRI VT	PALHAÇOS DOUTORES	ok	J09	0:11	3:03	3:14		inessa	OK
		EME VT	2ALMOÇO - marquise	OK	J20	0:00	0:23	0:23	ok	julinho	OK
		-CRI ESTU	CHAMA ESP		ESTUDIO	0:13	0:00	0:30		crisrina	OK
		-BRIT VT	INTER	OK	J02	0:00	0:25	1:00		brito	OK
		-BRIT VT	GREMIO	OK	J01	0:00	0:00	1:00		brito	OK
		EME VT	4ALMOÇO - copa	ok	J40	0:00	0:26	0:26	ok	julinho	OK
		EME VT	1AGENDA - chama	OK	J100	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI VT	1ASEGUIR		90-130-55	0:19	0:00	0:20		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 1			0:00	0:00	3:05		8min	OK
		EME VT	2AGENDA-campanello	ok	J200	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME VT	9ALMOÇO - morte gripe	OK	J90	0:00	0:30	0:30	ok	julinho	OK
		-CRI ESTU	1ESPECIALISTA		J444	0:22	0:00	6:20		crisrina	OK
		EME VT	1ALMOÇO - acidente po	OK	J10	0:00	0:33	0:33	ok	julinho	OK
		EME VT	3AGENDA- enzoerodrigo	ok	J300	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI VT	2ASEGUIR			0:01	0:00	0:05		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:00	0:05			OK
			COMERCIAL 2			0:00	0:00	3:05			OK
		EME VT	4AGENDA - maria e javali	ok	J400	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME VT	11ALMOÇO - greve	OK	J110	0:00	0:28	0:28		marcelo	OK
		-CRI VIVO	CAROLINA BAHIA	BSB	EXTERNA	0:18	0:00	1:30		raul	OK
		EME VT	8ALMOÇO - agricultor m	OK	J80	0:00	0:28	0:28		marcelo	OK
		EME VT	VINHETA ELEIÇÃO		SERVIDO	0:00	0:00	0:07		marcelo	OK
		-CRI VT	SÉRIE ELEIÇÃO	OK	J35	0:16	3:31	3:47		marcelo	OK
		-LASI ESTU	LASIER MARTINS		ESTUDIO	3:07	0:00	3:10		lasier	OK
		EME VT	13ALMOÇO - oper branco	SRO	J130	0:00	0:00	0:22		inessa	OK
		EME VT	5AGENDA - gutê	ok	J500	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		-CRI VT	3ASEGUIR		99-777	0:14	0:00	0:15		ciça	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 3			0:00	0:00	2:50			OK
		EME VT	6AGENDA-filme hoje		J600	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
		EME VT	6ALMOÇO-filmes ontem	OK	J60	0:00	0:33	0:33		thiago	OK
		-CRI VIVO	FESTIVAL DE CINEMA	RLI	EXTERNA	1:16	0:00	3:00		thiago	OK
		EME VT	sonora betty	OK	J99	0:00	0:16	0:00		thiago	OK
		VT	ilustra homenagem betty	OK	J99A	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
		VT	ilustra jabor	OK	J99B	0:00	0:00	0:00		thiago	OK

[INRBSF]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.17

2

exato

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	ICAB	tVT	tMAT	IES	EDITOR	GC
	-CAM	ESTU	TEMPO		ESTUDIO	1:14	0:00	1:14		camila	OK
		VT	ilustra Uruguaiana	OK	J85	0:00	0:00	0:00		camila_marti	OK
	EME	VT	sonora-árvore		J86	0:00	0:00	0:13		cica_kramer	OK
		VT	ilustra Poa	OK	J87	0:00	0:00	0:00		camila_marti	OK
	EME	VT	CHAMA ESPECIAIS	OK	J555	0:00	0:45	0:45		cica	OK
	EME	VT	ZAGENDA -incidente	ok	J700	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
	-CRI	ESTU	ANTARES		teatro	0:26	0:00	3:00		crisrina	OK
		VT	ilustra incidente	ok	J777	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
	-CRI	ESTU	ENCERRA CHAMA	OK	J5000	0:16	0:00	2:10		inessa	OK
			FIM			0:00	0:00	0:00			OK
			STAND-BY			0:00	0:00	0:00			OK
	-CRI	VT	AGRICULTOR MORTO	ERE	J55	0:00	0:00	0:30		inessa	OK
	-BRIT	EST	CAÍCO		J1000	0:00	0:00	0:45		raul_ferreira	OK
	EME	VT	ZALMOÇÃO - catedral	LKO	J70	0:00	0:46	0:46		marcelo	OK
						0:00	0:00	0:00			OK
						0:00	0:00	0:00			OK

[INRBSPI]ARQUIVO.RBSTV.JORNAIS.JA.2012.AGO.18
buraco de 0:42

1

PAG	ANC	TIPO	RETRANÇA	REP	FITA	ICAB	IVT	tMAT	IES	EDITOR	GC
	-CRI		CHAMADA SÁBADO	OK		0:35	0:00	0:35		raul	OK
			JORNAL DO ALMOÇO		12:01	0:00	0:00	0:00			OK
	-CRI	VT	ABERTURA			1:17	0:00	2:00			OK
						0:00	0:00	0:00			OK
	-CRI	VT	FASE	AAZ	J05	0:15	1:19	1:34		greice	OK
	EME	VT	1ALMOÇO-beira rio		J10	0:00	0:21	0:21		greice	OK
	-CRI	ESTU	ESPORTE		ESTUDIO	0:10	0:00	0:15		duda	OK
	-DUD	VT	GREMIO		J01	0:48	0:00	0:45		duda	OK
	-DUD	VT	INTER		J02	0:53	0:00	0:45		duda	OK
	EME	VT	2ALMOÇO-vacinas	POA	J20	0:00	0:40	0:40		julinho	OK
	EME	VT	1AGENDA-m. teresa e o ja		J100	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
	-CRI	VT	1ASEGUIR		50	0:08	0:00	0:15		raul	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 1			0:00	0:00	2:50		5:00	OK
	EME	VT	2AGENDA-gutê		J200	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
	-CRI	VT	CAÍÇO		J09	0:14	3:34	3:48		greice	OK
	-CRI	VT	CHAMA TD		J66	0:04	0:28	0:32		crisrina	OK
	EME	VT	3AGENDA-antares		J300	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
	-CRI	VT	2ASEGUIR			0:01	0:00	0:05		raul	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:00	0:05			OK
			COMERCIAL 2			0:00	0:00	2:05			OK
	EME	VT	4AGENDA-os monarcas		J400	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
	EME	VT	4ALMOÇO-acampament		J40	0:00	0:31	0:31		julinho	OK
	-CRI	VT	MENINA FANTASTICA		J88	0:17	3:33	3:50		thiago	OK
	EME	VT	7ALMOÇO-youpix		J70	0:00	0:25	0:25		greice	OK
	-CRI	VT	3ASEGUIR		50-99B	0:17	0:00	0:20		raul	OK
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05			OK
			COMERCIAL 3			0:00	0:00	2:33			OK
	EME	VT	6AGENDA-ôpera campane		J600	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
	EME	VT	5ALMOÇO-incêndios ijuí	CAL	J50	0:00	0:00	0:33		julinho	OK
	-CAM	ESTU	TEMPO		ESTUDIO	0:59	0:00	1:00		camila	OK
		VT	ilustra Sta Maria		J85	0:00	0:00	0:00		camila	OK
		GC	roda mapa Somar		ARTE	0:00	0:00	0:00		camila	OK
	-CRI	VIVO	FESTIVAL DE GRAMADO		EXTERNA	0:19	0:00	2:00		thiago	OK
		VT	premição		J99A	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
		VT	tapete de ontem		J99C	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
		VT	sonora jabor		J99D	0:00	0:14	0:00		thiago	OK
		VT	homenagem JABOR		J99B	0:00	0:00	0:00		thiago	OK
	-CRI	ESTU	ENCERRA EU TE AMO		J5000	0:13	1:58	2:11		crisrina	OK
			FIM			0:00	0:00	0:00			OK
			STAND-BY			0:00	0:00	0:00			OK
	EME	VT	5AGENDA-agarrar marido		J500	0:00	0:15	0:15		thiago	OK
	EME	VT	8ALMOÇO-mudança nilo	POA	J80	0:20	0:00	0:30		julinho	OK

ANEXO B – Espelho do RJTV 1ª edição

RJTV-1 - 01/09/2012 -
buraco de 0:14

Pág. 1

PAG	NOTAS	RETRANCA	LOC	tCAB	tVT	tMAT	FITA	MODI	APV	TEMPO
	11:58	RJ1 Sábado 01/09/12		0:00	0:00	0:00		azul		00:00:00
1	Michelle	(V) TEASER /TIJUCA		0:00	0:00	0:00	T10	azul		00:00:00
2	Fernanda	TEASER /ITABORAÍ		0:00	0:00	0:00	T11	azul		00:00:00
3	Hideki	TEASER / MARÉ		0:00	0:00	0:00	?T12	eduard		00:00:00
4	Michelle	TEASER / PRÉDIO		0:00	0:00	0:00	?T13	eduard		00:00:00
5		TEASER /		0:00	0:00	0:00	?T14	eduard		00:00:00
6		TEASER /		0:00	0:00	0:00	?T15	pisco		00:00:00
7	Tambasco	TEASER / PROGRAMÃO		0:00	0:00	0:00	T16	azul		00:00:00
8		TEASER /		0:00	0:00	0:00	?T17	pisco		00:00:00
00	* 29.00	*****ESCALADA*****	MAR	1:06	0:08	1:14		azul	eduar	00:00:00
01	* VT	(AV) COP MARÉ	MAR	0:39	0:00	0:39	?119	azul	eduar	00:01:14
02	* TELÃO	L? / BONSUCESSO	MAR	0:09	1:30	1:39		azul	eduar	00:01:53
03	* VT	(AV) MARÉ	====	0:00	0:00	0:00	?123	azul	eduar	00:03:32
03B	VT	SONORA CBN	====	0:00		0:00	?124	hideki		00:03:32
04	VT	ASSALTO TIJUCA	MAR	0:20	2:03	2:23	?101	michell		00:03:32
04A	NOTA	PÉ-ASSALTO	MAR	0:05	0:00	0:05		eduard		00:05:55
05	VT	(AV) MOTOTÁXI	MAR	1:10	0:00	1:10	103	eduard		00:06:00
06	* VT	ATAQUE ITABORAÍ	MAR	0:11	0:53	1:04	106	azul	eduar	00:07:10
06B	* NOTA	PÉ-ATAQUE	MAR	0:33	0:00	0:33		azul	eduar	00:08:14
10	*	**** PASSAGEM 1 *****	MAR	0:14	0:12	0:26		azul	eduar	00:08:47
10A	02.07	**** INTERVALO 1 ****		0:00	0:00	0:00		azul		00:09:13
12	VT	INTERDIDA EXPLOSÃO	MAR	0:20	2:00	2:20	?111	eduard		00:09:13
12A	NOTA	PÉ-INTERDITA	MAR	0:00	0:00	0:00		eduard		00:11:33
13	* TELÃO	L? / GREVE	MAR	0:19	1:30	1:49		azul	eduar	00:11:33
15	* ESTÚDIO	FÁBIO JÚDICE	MAR	1:30	0:00	1:30		azul	eduar	00:13:22
17	* VT	(AV) TERÇA INSANA	MAR	0:00	0:00	0:00	117	azul	eduar	00:14:52
18	* VT	(AV) DANÇA GRÁTIS	MAR	0:00	0:00	0:00	?118	azul	eduar	00:14:52
20	*	**** PASSAGEM 2 *****	MAR	0:05	0:12	0:17		azul	eduar	00:14:52
20A	02.12	**** INTERVALO 2 ****		0:00	0:00	0:00		azul		00:15:09
21	* VT	VINHETA PROGRAMÃO	====	0:02	0:08	0:10	RJ89	azul	eduar	00:15:09
23	* ESTÚDIO	FÁBIO JÚDICE	MAR	0:20	0:00	0:20		azul	eduar	00:15:19
25	* VT	PROGRAMÃO TELESPECT	MAR	0:00	0:26	0:26	125	azul	eduar	00:15:39
25A	* NOTA	PÉ-TELESPEC	MAR	0:20	0:00	0:20		azul	eduar	00:16:05
26	* VT	PROGRAMÃO	MAR	0:30	4:05	4:35	126	azul	eduar	00:16:25
27	* ESTÚDIO	FÁBIO JÚDICE	MAR	1:00	0:00	1:00		azul	eduar	00:21:00
27A	* VT	(AV) PRETA GIL		0:00	0:00	0:00	?133	azul	eduar	00:22:00
30	*	**** PASSAGEM 3 *****	MAR	0:08	0:12	0:20		azul	eduar	00:22:00
30A	02.17	**** INTERVALO 3 ****		0:00	0:00	0:00		azul		00:22:20
31	ESTÚDIO	FÁBIO JÚDICE		1:00	0:00	1:00		eduard		00:22:20
33	VT	(AV) EXPO GABRIELA		0:00	0:00	0:00	?128	negreir		00:23:20
35	VT	(AV) FUNDO DE QUINTAL		0:00	0:00	0:00	?134	negreir		00:23:20
37	ESTÚDIO	TURMA DO PAGODE		5:00	0:00	5:00		eduard		00:23:20
40		**** BOA TARDE *****	*****	0:06	0:00	0:06	?199	gross		00:28:20

ANEXO C – Script do Jornal do Almoço

1

RETRANCA	TIPO	ANC	tCAB	tVT	tTOT	TJ:
VILA NOVA	VT	-CRI	0:18	3:05	3:23	

LOC V

(**CRIS RANZOLIN**)

DOENTES E ABANADONADOS PELA
FAMILIA CENTENAS DE PACIENTES
DO SUS DEPENDEM DA
SOLIDARIEDADE DOS FUNCIONARIOS
DO HOSPITAL VILA NOVA, EM PORTO
ALEGRE./

(**CRIS RANZOLIN**)

SÃO ELES QUE TRAZEM DE CASA
ROUPAS E ARTIGOS DE HIGIENE
PARA ATENDER AOS HOMENS E
MULHERES INTERNADOS.//

(**CRIS RANZOLIN**)

MAS AINDA É POUCO... E PARA
TENTAR AMENIZAR O FRIO MUITOS
PASSAM DIAS E NOITES ENROLADOS
EM LENÇÓIS.///

(///// RODA VT /////)

(**SOM DO VT**)

*GC I100 JOCEMAR SILVA

*GC I103 SIMONE TOLTRONIERI
ENFERMEIRA*GC I101 ROBERTA SALINET
PORTO ALEGRE

*GC I20 VOLTA ROBERTA

*GC I103 ADELINE MEOTTI
ASSISTENTE SOCIAL*GC I20 REPETE SONORA
ADELINE

*GC I20 REPETE SONORA

*GC I20 VOLTA ROBERTA

*GC I103 THAIS SOARES
TÉCNICA EM ENFERMAGEM*GC I110 SAIBA COMO AJUDAR:
G1.COM.BR/RS

(DEIXA: "...TANTO SOFRIMENTO")

ANEXO D – Script do RJTV 1ª EDIÇÃO

EE**APA / Pág. 11 - 1**

NT	RETRANCA	<u>LOC</u>
*VT	VACINA CAMPANHA	<u>APA</u>

 LOCUTOR VIVO

TERMINA HOJE SEMANA
 MOBILIZAÇÃO ATUALIZAR
 CADERNETA/ 5 ANOS/ RIO:40 MIL/
 ANA CAROLINA RAIMUNDI

 // RODA VT //

 *GC CRED2

 IMAGENS

 CARLOS ALBERTO SILVA

 SONORA SEM CREDITO

 *GC REPORTER

 ANA CAROLINA RAIMUNDI

 CATUMBI RIO

 *GC ENTREV

 CRISTINA LEMOS

 COORD. DE IMUNIZAÇÕES/SEC.

 MUN. DE SAÚDE

 {{{ABRE SOM VT}}}

 INÍCIO DO OFF: PAULO, DE 2
 ANOS, ADORA UMA BAGUNÇA

 DEIXA NA SONORA EM
 OFF: QUATRO CINCO E SEIS
 ANOS.}}

ANEXO E – Espelhos do Jornal do Almoço - Semana de acompanhamento

1

buraco de 0:06

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	EDITOR
						0:00	0:00	0:00	
	-CRI	VT	CHAMADA TERÇA			0:27	0:00	0:27	<i>raul</i>
			JORNAL DO ALMOÇO		12:33	0:00	0:00	0:00	
	-CRI	VT	ABERTURA			1:43	0:00	2:26	<i>raul</i>
						0:00	0:00	0:00	
	EME	VT	CLIP ABRE MORTOS		J05	0:00	0:00	0:45	<i>raul</i>
	-CRI	VT	LEMBRANÇAS	RSA	J09	0:27	4:29	4:56	<i>salinet/vinici</i>
	EME	VT	DAQUIAPOUCO		J1000	0:00	0:00	0:21	<i>vinicius</i>
	-CRI	ESTU	CHAMA ESP		ESTUDIO	0:10	0:00	0:20	<i>esporte</i>
	-BRIT	VT	GREMIO		J01	0:00	0:00	1:10	<i>esporte</i>
	-BRIT	VT	INTER		J02	0:00	0:00	1:10	<i>esporte</i>
	EME	VT	4ALMOÇÃO-trensurb		J40	0:00	0:25	0:25	<i>greice</i>
	EME	VT	1AGENDA-cenas vertigino		J100	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
	-CRI	VT	1ASEGUIR		33-444	0:17	0:00	0:17	<i>raul</i>
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05	
			COMERCIAL 1			0:00	0:00	2:05	
	EME	VT	2AGENDA-duo mignone		J200	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
	EME	VT	2ALMOÇÃO-cavalos		J20	0:00	0:33	0:33	<i>inessa</i>
	-CRI	VT	ONÇA	ERE	J55	0:18	2:16	2:35	<i>thiago</i>
	-CRI	ESTU	1ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:44	0:00	3:35	<i>cristina</i>
	EME	VT	ilustra acidente TAM		J444	0:00	0:00	0:00	<i>raul</i>
	EME	VT	3ALMOÇÃO-protesto grav		J30	0:00	0:37	0:37	<i>thiago</i>
	EME	VT	3AGENDA-e aí comeu?		J300	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
	-CRI	VT	2ASEGUIR		444	0:07	0:00	0:05	<i>raul</i>
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:00	0:05	
			COMERCIAL 2			0:00	0:00	2:05	<i>8min</i>
	EME	VT	4AGENDA-madonna		J400	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
	EME	VT	8ALMOÇÃO-assalto posto	PFU	J90	0:00	0:34	0:34	<i>vinicius</i>
	-CRI	VT	BENS DO TRÁFICO	FAL	J33	0:16	2:48	3:04	<i>greice</i>
	-CRI	ESTU	2ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:21	0:00	3:00	<i>cristina</i>
			ilustra especialista		J444	0:00	0:00	0:00	<i>raul</i>
	EME	VT	7ALMOÇÃO-técnicos saúd		J70	0:00	0:00	0:31	<i>greice</i>
	EME	VT	5AGENDA-tomie ohtake		J500	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
	-CRI	VT	3ASEGUIR		98-99	0:16	0:00	0:16	<i>raul</i>
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05	
			COMERCIAL 3			0:00	0:00	2:05	
	EME	VT	6AGENDA-tempo e a cor		J600	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
	EME	VT	6ALMOÇÃO-ressaca	RG	J60	0:00	0:27	0:27	<i>vinicius</i>
	-CRI	ESTU	TEMPO		ESTUDIO	0:57	0:00	1:20	<i>cristiane</i>
	EME	VT	1ALMOÇÃO-procon celular		J10	0:00	0:36	0:36	<i>vinicius</i>
	-CRI	VT	MÚSICO	CAX	J98	0:19	3:16	3:35	<i>inessa</i>

buraco de 0:06

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	EDITOR
EME	VT	5	ALMOÇÃO-retirada camin	PFU	J50	0:00	0:25	0:25	thiago
-CRI	ESTU	3	SPECIALISTA		ESTUDIO	0:09	0:00	2:45	cristina
	VT		ilustra especislista		J444	0:00	0:00	0:00	raul
EME	VT	7	AGENDA-promo cirque		J700	0:00	0:15	0:15	thiago
-CRI	VT		AMIGA DA MINHA MULHE	RLI	J99	0:14	4:12	4:26	regina
-CRI	ESTU		ENCERRA CLIP/NOVELA		J5000	0:04	0:00	1:10	cristina
			FIM			0:00	0:00	0:00	
			STAND-BY			0:00	0:00	0:00	
						0:00	0:00	0:00	
						0:00	0:00	0:00	

buraco de 0:46

PAGANC	TIPO	RETRANCA	REP FITA	ICAB	tVT	tMAT	EDITOR
-CRI	ESTU	BACKUP - CHAMADA QU			0:00	0:00	
-CRI	ESTU	CHAMADA QUARTA	OK		0:32	0:00	0:32
		JORNAL DO ALMOÇO	12:00		0:00	0:00	14:38
-CRI	VT	ABERTURA			1:25	0:00	2:02
					0:00	0:00	0:00
-CRI	VT	CRUZALTA-TAM	J46		0:36	2:34	3:10 <i>inessa</i>
EME	VT	CAXIAS-TAM	J47		0:00	0:00	2:12 <i>inessa</i>
EME	VT	9ALMOÇO-largo da vida	POA J90		0:00	0:00	0:27 <i>greice</i>
-CRI	VT	VIGILANTES	POA J09		0:16	2:02	2:18 <i>greice</i>
EME	VT	DAQUIAPOUCO	J1111		0:00	0:00	0:21 <i>raul</i>
-CRI	ESTU	CHAMA ESP	ESTUDIO		0:07	0:00	0:30 <i>cristina</i>
-BRIT	VT	GREMIO-marcelo	J01		0:00	0:00	1:00 <i>brito</i>
-BRIT	VT	INTER-juan	J02		0:00	0:00	1:00 <i>brito</i>
EME	VT	1ALMOÇO-morte mercad	PFU J10		0:00	0:00	0:28 <i>greice</i>
EME	VT	1JJ3054	J1000		0:00	0:00	0:34 <i>vini</i>
EME	VT	1AGENDA	J100		0:00	0:15	0:15 <i>thiago</i>
-CRI	VT	1ASEGUIR	44		0:14	0:00	0:15 <i>raul</i>
		VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05
		COMERCIAL 1			0:00	0:00	2:05 8:00
EME	VT	2AGENDA-	J200		0:00	0:15	0:15 <i>thiago</i>
EME	VT	2JJ3054	J2000		0:00	0:00	0:32 <i>vini</i>
EME	VT	4ALMOÇO-roubo loja	SRO J40		0:00	0:00	0:27 <i>greice</i>
-CRI	ESTU	1ESPECIALISTA			0:39	0:00	5:00 <i>cristina</i>
	VT	ilustra especialista	J444		0:00	0:00	0:00 <i>greice</i>
EME	VT	8ALMOÇO-segue retirad	J80		0:00	0:00	0:24 <i>greice</i>
EME	VT	3JJ3054	J3000		0:00	0:00	0:47 <i>vini</i>
EME	VT	3AGENDA	J300		0:00	0:15	0:15 <i>thiago</i>
-CRI	VT	2ASEGUIR			0:01	0:00	0:15 <i>raul</i>
		VINHETA PASSAGEM			0:00	0:00	0:05
		COMERCIAL 2			0:00	0:00	2:05
EME	VT	4AGENDA	J400		0:00	0:15	0:15 <i>thiago</i>
EME	VT	4JJ3054	J4000		0:00	0:00	0:41 <i>vini</i>
EME	VT	13ALMOÇO-vacinação	SRO J13		0:00	0:00	0:28 <i>PAULA</i>
-CRI	VT	OLEO DE LORENZO	ECO J44		0:20	4:24	4:44
EME	VT	5ALMOÇO-greife anvisa	RG J50		0:00	0:00	0:29 <i>greice</i>
EME	VT	5JJ3054	J5000		0:00	0:00	0:47 <i>vini</i>
EME	VT	5AGENDA	J500		0:00	0:15	0:15 <i>thiago</i>
-CRI	VT	3ASEGUIR	777-99		0:13	0:00	0:15 <i>raul</i>
		VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05
		COMERCIAL 3			0:00	0:00	2:05
EME	VT	6AGENDA	J600		0:00	0:00	0:15 <i>thiago</i>

buraco de 0:46

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	ICAB	tVT	tMAT	EDITOR
	EME	VT	6JJ3054		J6000	0.00	0:00	0:48	vini
	EME	VT	6ALMOÇÃO-ambulatório	BAG	J60	0.00	0:00	0:30	greice
	-CRI	ESTU	TEMPO		EST-	1.00	0:00	1:30	cristiane
		VT	ILUSTRA ERECHIM		J85	0.00	0:00	0:00	cristiane
	EME	VT	FRIO GRANDE DO SUL	CAX	J777	0.01	0:00	1:26	vini
	EME	VT	2ALMOÇÃO- comissão ver	POA	J20	0.00	0:00	0:30	inessa
	EME	VT	7AGENDA		J700	0.00	0:15	0:15	thiago
	-CRI	VT	1RBSTV-50ANOS	CRA	J99	0.16	1:34	1:50	roberta/thiag
	-CRI	VT	2RBSTV-50ANOS		J99B	0.12	1:06	1:18	thiago
	-CRI	VT	CAMPANHA Inst 50 anos		J99A	0.06	1:00	1:06	thiago
	-CRI	ESTU	ENCERRA - prédio da rbst		J99C	0.04	0:00	1:30	cristina/vini
			FIM			0.00	0:00	0:00	
			STAND-BY			0.00	0:00	0:00	
	-CRI	VT	PATRIMONIO	BAG	J	1.25	0:00	2:30	
						0.00	0:00	0:00	
						0.00	0:00	0:00	
						0.00	0:00	0:00	
						0.00	0:00	0:00	

buraco de 1:41

PAGANC	TIPO	RETRANCA	REP/FITA	tCAB	tVT	tMAT	EDITOR
-CRI	ESTU	CHAMADA QUINTA		0:25	0:00	0:25	<i>raul</i>
		JORNAL DO ALMOÇO	12:00	0:00	0:00	0:00	<i>10:05</i>
-CRI	VT	ABERTURA		1:36	0:00	2:30	<i>raul</i>
				0:00	0:00	0:00	
-CRI	VT	MOTOS X CARROS	RSA J09	0:21	3:02	3:23	<i>greice</i>
-CRI	OFFV	DAKIAPOKO	OFFVV/J4	0:16	0:00	0:30	<i>thiago</i>
EME	VT	11ALMOÇO-protesto	POA J11	0:00	0:00	0:25	<i>greice</i>
-CRI	ESTU	CHAMA ESP	ESTUDIO	0:10	0:00	0:30	<i>cristina</i>
-BRIT	VT	GREMIO	J01	0:00	0:00	1:00	<i>brito</i>
-BRIT	VT	INTER	J02	0:00	0:00	1:00	<i>brito</i>
EME	VT	8ALMOÇO-crack	POA J80	0:00	0:22	0:22	<i>vini</i>
EME	VT	1AGENDA-cenas vertigino	J100	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
-CRI	VT	1ASEGUIR	55-44	0:12	0:00	0:15	<i>raul</i>
		VINHETA PASSAGEM		0:00	0:05	0:05	
		COMERCIAL 1		0:00	0:00	2:05	
EME	VT	2AGENDA-jonathan e mat	J200	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
EME	VT	3ALMOÇO-congresso trã	POA J30	0:00	0:34	0:34	<i>thiago</i>
-CRI	ESTU	1ESPECIALISTA	ESTUDIO	1:22	0:00	6:20	<i>cristina</i>
	VT	ilustra motoboys	J444	0:00	0:00	0:00	<i>thiago</i>
EME	VT	2ALMOÇO-atropela mort	CAX J20	0:00	0:00	0:16	<i>inessa</i>
EME	VT	3AGENDA-italian genius	J300	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
-CRI	VT	2ASEGUIR	177	0:07	0:00	0:15	<i>raul</i>
		VINHETA PASSAGEM		0:00	0:00	0:05	
		COMERCIAL 2		0:00	0:00	2:05	<i>8min</i>
EME	VT	4AGENDA-o tempo e a cor	J400	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
EME	VT	9ALMOÇO-pgpq	J90	0:00	0:36	0:36	<i>inessa</i>
-CRI	VT	ALBERGUE FEMININO	SPA J55	0:16	2:11	2:27	<i>inessa</i>
EME	VT	5ALMOÇO-filho mata pai	PFU J50	0:00	0:33	0:33	<i>greice</i>
EME	VT	8AGENDA-bonde da vaner	J800	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
-CRI	VT	BULLING	PEL EXT/J177	0:11	0:00	2:00	<i>greice</i>
EME	VT	4ALMOÇO-cigarros	SCR J40	0:00	0:34	0:34	<i>vini</i>
EME	VT	5AGENDA-tomie ohtake	J500	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
-CRI	VT	3ASEGUIR	777-99-445	0:24	0:00	0:30	<i>raul</i>
		VINHETA PASSAGEM		0:00	0:05	0:05	
		COMERCIAL 3		0:00	0:00	2:08	
EME	VT	6AGENDA-sergio reis	J600	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
-CRI	VT	6ALMOÇO-procon oab	ECO J60	0:00	0:33	0:33	<i>vini</i>
-CRI	VT	CHAMA G.E.	EST/1111	0:51	0:00	1:00	<i>alice</i>
-BRIT	ESTU	JUAN	EST/J18	0:00	0:00	3:00	<i>brito</i>
EME	VT	7ALMOÇO-fronteira blind	URU J70	0:00	0:28	0:28	<i>thiago</i>
-CRI	ESTU	TEMPO	ESTUDIO	1:01	0:00	1:30	<i>crisiane</i>

buraco de 1:41

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	EDITOR
		VT	BAGÉ		J85	0:00	0:00	0:00	<i>crisiane</i>
		VT	CAXIAS		J86	0:00	0:00	0:00	<i>crisiane</i>
EME	VT		FRIO GRANDE DO SUL	SRO	J777	0:00	0:00	1:30	<i>vini</i>
-CRI	VT		PARTO		J445	0:12	2:31	2:43	<i>inessa</i>
EME	VT		1ALMOÇÃO-operação tent	POA	J10	0:00	0:23	0:23	<i>greice</i>
EME	VT		7AGENDA-promo cirque		J700	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
GER-CRI	VT		OS GAÚCHOS	PVA	J99	0:12	3:47	3:59	<i>paula</i>
-CRI	ESTU		ENCERRA- 3 shows	RCB	J5000	0:17	0:00	1:40	<i>crisina</i>
			FIM			0:00	0:00	0:00	
			STAND-BY			0:00	0:00	0:00	
-CRI	VT		CÃES			1:57	0:00	1:57	

buraco de 1:15

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	EDITOR
	-CAR	ESTU	CHAMADA HOJE		11:15	0:27	0:00	0:30	<i>carla</i>
						0:00	0:00	0:00	
						0:00	0:00	0:00	
						0:00	0:00	0:00	
	-CAR	ESTU	CHAMADA SEXTA		ESTUDIO	0:32	0:00	0:32	<i>raul</i>
			JORNAL DO ALMOÇO		12:00	0:00	0:00	0:00	12:22
	-CAR	VT	ABERTURA			2:14	0:00	2:28	<i>raul</i>
						0:00	0:00	0:00	
	-CAR	VT	ANATEL		J06	0:30	1:07	1:37	<i>greice</i>
	-CAR	NOTA	PÉ ANATEL		NOTA	0:15	0:00	0:15	<i>greice</i>
	EME	VT	9ALMOÇO-procon pfund	PFU	J90	0:00	0:33	0:33	<i>greice</i>
	-CAR	VT	PLANOSDESAUDE	PEL	J25	0:34	2:35	3:09	<i>vinicius</i>
	-CAR	NOTA	PÉ PLANOS		NOTA	0:28	0:00	0:30	<i>vinicius</i>
	EME	VT	2ALMOÇO-maconha		J20	0:00	0:29	0:29	<i>thiago</i>
	-CAR	ESTU	CHAMA ESP		ESTUDIO	0:15	0:00	0:30	<i>carla</i>
	-BRIT	VT	GREMIO		J01	0:00	0:00	1:00	<i>brito</i>
	-BRIT	VT	INTER		J02	0:00	0:00	1:00	<i>brito</i>
	EME	VT	1AGENDA		J100	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
	-CAR	VT	1ASEGUIR		55-99	0:18	0:00	0:20	<i>raul</i>
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05	
			COMERCIAL 1		08:00	0:00	0:00	2:05	
	EME	VT	2AGENDA-		J200	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
	EME	VT	8ALMOÇO-fetag	CGA	J80	0:00	0:34	0:34	<i>inessa</i>
	-CAR	VT	CASA ECOLÓGICA	ERE	J09	0:27	2:34	3:01	<i>greice</i>
	-CAR	ESTU	1ESPECIALISTA			0:40	0:00	3:10	<i>carla</i>
		VT	ilustra especialista		J444	0:00	0:00	0:00	<i>thiago</i>
	EME	VT	3AGENDA		J300	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
	-CAR	VT	2ASEGUIR		98	0:10	0:00	0:10	<i>raul</i>
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:00	0:05	
			COMERCIAL 2			0:00	0:00	2:05	
	EME	VT	4AGENDA		J400	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
	EME	VT	4ALMOÇO-incendio mad	URU	J40	0:00	0:26	0:26	<i>greice</i>
	-CAR	VT	TAIM	RG	J55	0:22	2:14	2:36	<i>greice</i>
	-CAR	ESTU	2ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:32	0:00	3:00	<i>carla</i>
	EME	VT	ilustra especialista		J444	0:00	0:00	0:00	<i>thiago</i>
	EME	VT	5ALMOÇO-operação tráfi	SCR	J50	0:00	0:00	0:30	<i>inessa</i>
	EME	VT	5AGENDA		J500	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>
	-CAR	VT	3ASEGUIR		99	0:06	0:00	0:10	<i>raul</i>
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05	
			COMERCIAL 3			0:00	0:00	2:05	
	EME	VT	6AGENDA		J600	0:00	0:15	0:15	<i>thiago</i>

buraco de 0:48

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	EDITOR
			JORNAL DO ALMOÇO		12:00	0:00	0:00	0:00	12:08
		-CAR VT	ABERTURA			1:45	0:00	2:00	raul
						0:00	0:00	0:00	
		-CAR ESTU	CHAMA ESP		ESTUDIO	0:00	0:00	0:30	carla
		-BRIT VIVO	DORIVAL-vivo direto b.r.		EXT-J02	0:00	0:00	2:00	brito
		-BRIT VT	GREMIO		J01	0:00	0:00	1:00	brito
		EME VT	4ALMOÇÃO-caixa bento	CAX	J40	0:00	0:00	0:28	vinicius
		-CAR VT		MS	J09	0:15	0:00	4:30	manoel
		-CAR VT	DAKIAPOKO		J1000	0:00	0:00	0:22	greice
		EME VT	2AGENDA-festa do peixe		J200	0:00	0:15	0:15	thiago
		-CAR VT	1ASEGUIR		25-444	0:24	0:00	0:30	raul
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05	
			COMERCIAL 1			0:00	0:00	2:05	8:00
		EME VT	1AGENDA-sérgio reis		J100	0:00	0:15	0:15	thiago
		EME VT	2ALMOÇÃO-carros cop	COP	J20	0:00	0:26	0:26	thiago
		-CAR VT	ilustra JOGADOR	EDO	J33	0:32	0:00	0:33	inessa
		EME VT	BEBUM		J34	0:00	0:00	1:37	inessa
		EME VT	1ALMOÇÃO-casa pega fog	COP	J10	0:00	0:16	0:16	thiago
		-CAR ESTU	1ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:40	0:00	3:43	carla
		VT	ilustra especialista		J444	0:00	0:00	0:00	greice
		EME VT	5ALMOÇÃO-morte lan hou	PFU	J50	0:00	0:00	0:36	vinicius
		EME VT	3AGENDA-guri peixe		J300	0:00	0:15	0:15	thiago
		-CAR VT	2ASEGUIR		J88	0:20	0:00	0:20	raul
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:00	0:05	
			COMERCIAL 2			0:00	0:00	2:05	8min
		EME VT	4AGENDA-tholl bonecos		J400	0:00	0:15	0:15	thiago
		EME VT	6ALMOÇÃO-bispo	SCR	J60	0:00	0:38	0:38	thiago
		-CAR VT	RAIO X DELEGACIAS		J25	0:15	3:20	3:35	greice
		-CAR ESTU	2ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:22	0:00	3:00	carla
		VT	ilustra especialista		J444	0:00	0:00	0:00	greice
		EME VT	8ALMOÇÃO-cotas	POA	J80	0:15	0:00	0:30	vinicius
		EME VT	5AGENDA-expo carros		J500	0:00	0:15	0:15	thiago
		-CAR VT	3ASEGUIR		777-99-70	0:22	0:00	0:25	raul
			VINHETA PASSAGEM			0:00	0:05	0:05	
			COMERCIAL 3			0:00	0:00	2:35	
		EME VT	6AGENDA-estação grama		J600	0:00	0:15	0:15	thiago
		-CAR ESTU	TEMPO		ESTUDIO	1:25	0:00	1:30	crisiane
		EME VT	7AGENDA-cirque du soleil		J700	0:00	0:15	0:15	thiago
		EME VT	7ALMOÇÃO-tenda cirque		J70	0:22	0:00	0:40	vinicius
		EME VT	CHAMA ESPECIAIS		J555	0:00	0:49	0:49	thiago
		-BRIT ESTU	MAIS inter		EST/J88	0:00	0:00	2:00	brito

buraco de 0:48

PAG	ANC	TIPO	RETRANCA	REP	FITA	tCAB	tVT	tMAT	EDITOR
		-CAR	ESTU CHAMA G.E. COM ALICE		ESTUDIO	0:47	0:00	1:30	brito
		VT	ILUSTRA DORIVAL		E34	0:00	0:00	0:00	alice
		VT	ILUSTRA FALCÃO		E15	0:00	0:00	0:00	alice
		EME	VT FRIO GRANDE DO SUL		J777	0:00	0:00	0:50	vinicius
		-CAR	VT BENZIMENTO	SRO	J99	0:15	2:35	2:52	CIÇA
		-CAR	ESTU ENCERRA-clip		J5000	0:25	0:00	1:30	carla
			FIM			0:00	0:00	0:00	
			STAND-BY			0:00	0:00	0:00	
		EME	VT J17ALMOÇÃO-op		J17	0:14	0:00	0:30	inessa
		EME	VT 8AGENDA-bach crianças		J800	0:00	0:15	0:15	thiago
		EME	VT 9ALMOÇÃO-chineses			0:00	0:00	0:28	greice_beck
		-CAR	ESTU 3ESPECIALISTA		ESTUDIO	0:10	0:00	2:00	carla
			VT ilustra imagens		J444	0:00	0:00	0:00	greice
			oab anatel			0:07	0:00	0:07	
		-CAR	VT PROTOCOLO GRIPE A	PVA	J55	2:52	2:59	3:00	inessa
		-CAR	VT CAES	SCR	J44	2:42	0:00	2:42	inessa
						0:00	0:00	0:00	
						0:00	0:00	0:00	
						0:00	0:00	0:00	
						0:00	0:00	0:00	

S586a

Silva, Anderson Luís de Vargas

Afinal, o que a classe média quer ver no Jornal do Almoço? Um estudo de recepção junto a telespectadores gaúchos. / Anderson Luís de Vargas Silva. – Porto Alegre, 2013.

213 f.; il.

Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – Faculdade de Comunicação Social, PUCRS.
Orientadora: Prof^a. Dr^a. Ana Carolina D. Escosteguy

1. Comunicação Social. 2. Telejornalismo – Rio Grande do Sul.
3. Jornal do Almoço – RBS. 4. Telespectadores – Classe Média. 5. Mediações. I. Escosteguy, Ana Carolina D. II. Título.

CDD 070.19

Ficha elaborada pela bibliotecária Anamaria Ferreira CRB 10/1494