

**UESPI – UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ
CAMPUS POETA TORQUATO NETO
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E ARTES
BACHARELADO EM JORNALISMO**

DIANA MENDES CAMPELO

**O VALOR DO TELEJORNALISMO PÚBLICO E A
IMPORTÂNCIA DA PRODUÇÃO NA TV ANTARES**

TERESINA (PI)
2025

DIANA MENDES CAMPELO

**O VALOR DO TELEJORNALISMO PÚBLICO E A
IMPORTÂNCIA DA PRODUÇÃO NA TV ANTARES**

Monografia apresentada como requisito final
para a obtenção do título do Bacharelado em
em Jornalismo da UESPI – Universidade
Estadual do Piauí (campus Poeta Torquato
Neto – Teresina – PI), sob orientação do
prof. Dr. Orlando Maurício de Carvalho Berti.

TERESINA (PI)
2025

DIANA MENDES CAMPELO

O VALOR DO TELEJORNALISMO PÚBLICO E A IMPORTÂNCIA DA PRODUÇÃO NA TV ANTARES

Monografia apresentada como requisito final para a obtenção do título do
Bacharelado em em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí
(campus Poeta Torquato Neto – Teresina – PI), sob orientação do prof. Dr. Orlando
Maurício de Carvalho Berti.

APROVADO EM: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Orlando Maurício de Carvalho Berti (orientador)

Professor(a) (Avaliador[a] 1)

Professor(a) (Avaliador[a] 2)

*“Maravilha sem par
a televisão
só falta não falar”*

Millôr Fernandes (2002)

DEDICATÓRIA

Enfrentei perdas, lutos e responsabilidades imensas, mas também descobri uma força que jamais imaginei ter. A todos que, de alguma forma, me estenderam a mão nesse percurso, minha gratidão eterna.

AGRADECIMENTOS

A vida me trouxe desafios profundos durante a realização deste trabalho.

Agradeço, primeiramente, a Deus, por me dar forças nos momentos em que pensei em desistir.

Ao meu amado esposo, que partiu desta vida durante essa caminhada, minha eterna gratidão. Sua presença, amor e apoio continuam vivos em mim e me impulsionaram até aqui. Este trabalho também é por você.

Ao meu filho, que constituiu sua família e iniciou uma nova etapa da vida, minha admiração e gratidão. Sua maturidade e apoio, mesmo com nova rotina, continuam sendo fonte de força para mim.

Ao meu filho especial, que permanece ao meu lado, me ensinando diariamente sobre amor incondicional, paciência e resiliência. Sua existência é uma dádiva.

À minha mãe, que hoje enfrenta os desafios do Alzheimer, agradeço por cada gesto de amor que moldou quem sou. Cuidar de você é minha forma de retribuir tudo que recebi.

A todos os professores do curso de Jornalismo da UESPI.

A toda a equipe da TV Antares, pela recepção e preciosa ajuda.

Este TCC é mais que um requisito acadêmico, é meu testemunho de resistência, fé e amor.

RESUMO

A proposta deste trabalho é apresentar o valor do telejornalismo público, levando-se em conta o caso da produção das mediações informacionais na TV Antares, sediada em Teresina (PI), que é a mais antiga (entre as duas) emissoras televisivas públicas do estado do Piauí. Objetiva-se apresentar, debater, comparar (no espaço de quase uma década e meia) o valor do telejornalismo público na produção das mediações informacionais na TV Antares. Problematisa-se a partir do questionamento de como ocorrem e são valorados, na TV Antares, a produção telejornalística e quais suas faces e interfaces? A metodologia parte de um estudo de caso, com pesquisa de campo, balizado em dois grandes momentos. O primeiro foi realizado entre os anos de 2010 e 2011 e o segundo durante o ano de 2025. Fundamenta-se teoricamente questões do Telejornalismo, do Jornalismo Público, do telejornalismo público, bem como das questões do newsmaking, valores-notícia e rotinas produtivas no jornalismo. Nota-se que a TV Antares continua tendo sua razão de existir e vem realizando um trabalho diferencial, mostrando que o Jornalismo Público é necessário e continua sendo útil em uma sociedade que precisa ser mais midiaticizada e ter suas virtudes mais destacadas em lugar do sensacionalismo.

Palavras-chave: Jornalismo; telejornalismo; Piauí; TV Antares; rotinas produtivas.

ABSTRACT

The purpose of this monograph is to present the value of public television journalism, taking into account the case of the production of informational mediations on TV Antares, based in Teresina (PI), which is the oldest (of the two) public television stations in the state of Piauí. The objective is to present, debate, and compare (over the space of almost a decade and a half) the value of public television journalism in the production of informational mediations on TV Antares. The question is raised based on the question of how television journalism production occurs and is valued on TV Antares, and what are its faces and interfaces? The methodology is based on a case study, with field research, marked by two major moments. The first was conducted between 2010 and 2011 and the second during the year 2025. It is theoretically based on issues of Television Journalism, Public Journalism, public television journalism, as well as issues of newsmaking, news values and production routines in journalism. It is noted that TV Antares continues to have its reason to exist and has been carrying out a differentiated work, showing that Public Journalism is necessary and continues to be useful in a society that needs to be more mediatized and have its virtues highlighted more than sensationalism.

Keywords: Journalism; television journalism; Piauí; TV Antares; productive routines.

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es presentar el valor del periodismo televisivo público, teniendo en cuenta el caso de la producción de mediaciones informativas en la TV Antares, con sede en Teresina (PI), que es la más antigua (entre las dos) televisoras públicas del estado de Piauí. El objetivo es presentar, debatir y comparar (a lo largo de casi una década y media) el valor del periodismo televisivo público en la producción de mediaciones informativas en TV Antares. Se problematiza a partir de la pregunta de cómo se produce y se valoriza la producción informativa televisiva en TV Antares y cuáles son sus caras e interfaces. La metodología se basa en un estudio de caso, con investigación de campo, basada en dos grandes momentos. El primero se realizó entre 2010 y 2011 y el segundo durante el año 2025. Se fundamenta teóricamente en temas de Periodismo Televisivo, Periodismo Público, periodismo televisivo público, así como temas de newsmaking, valores noticia y rutinas de producción en periodismo. Está claro que TV Antares sigue teniendo su razón de ser y viene haciendo un trabajo diferente, demostrando que el Periodismo Público es necesario y sigue siendo útil en una sociedad que necesita ser más mediatizada y resaltar más sus virtudes en lugar del sensacionalismo.

Palabras-clave: Periodismo; periodismo televisivo; Piauí; TV Antares; rutinas productivas.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
I – A IMPORTÂNCIA DO TELEJORNALISMO	14
1.1 – Características do telejornalismo no Brasil	17
1.2 – Breve perspectiva do telejornalismo no Piauí	18
II – O JORNALISMO PÚBLICO. ENTRE O ESTATAL E O MERCADOLÓGICO – DESAFIOS E PERSPECTIVAS	22
2.1 – Jornalismo Público no Brasil.....	27
2.2 – Praticando o Jornalismo Público – desafios constantes em uma perspectiva brasileira	28
III – TV PÚBLICA – PRINCÍPIOS E PERSPECTIVAS	30
3.1 – Princípios da TV Pública	31
IV – TV ANTARES – PRIMEIRA EMISSORA TELEVISIVA PÚBLICA DO ESTADO DO PIAUÍ.....	35
4.1 – Por dentro da TV Antares – entre o fim da primeira década e o início da segunda década do século XXI	37
4.2 – Por dentro da TV Antares – a emissora na contemporaneidade	39
V – NEWSMAKING. UM NECESÁRIO ENTENDIMENTO PARA AS PRODUÇÕES JORNALÍSTICAS, PRINCIPALMENTE AS TELEJORNALÍSTICAS	41
5.1 – Noticiabilidade no Jornalismo	42
5.2 – Os valores-notícia	44
5.3 – Rotinas produtivas.....	45
VI – ANÁLISE DA PRODUÇÃO TELEJORNALÍSTICA NA TV ANTARES, DE TERESINA, PIAUÍ.....	47
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
REFERÊNCIAS.....	56

INTRODUÇÃO

A informação é um poder que muitos têm ou acham que conseguem ter. Mas nem todos sabem como usá-la. A valorização pela informação, o poder da comunicação e o respeito ao que se veicula, são pontos principais para uma boa comunicação, principalmente a midiática.

Esses preceitos englobam também o telejornalismo, área escolhida entre as várias e importantíssimas do campo do Jornalismo para a feitura deste TCC – Trabalho de Conclusão de Curso.

A velocidade, junto com a oportunidade da tecnologia, mudou (e vem mudando constantemente) o noticiário; a facilidade de informações que a mídia exhibe; também mudou o comportamento das famílias do Brasil. Se antes as famílias se reuniam para esperar um telejornal ser veiculado, justamente na frente dos aparelhos de TV, as notícias circundam contemporaneamente por meio de telas, notadamente dos celulares conectados à Internet. Atualmente há a informação sob demanda, muitas vezes direcionada pelos algoritmos e que pode ser vista e revista no tempo de que as consome, desde que se esteja em conexão.

Mesmo com essas mudanças, a televisão não deixou de ser considerado como um membro da família, mesmo não sendo tão consumida como outrora. Notadamente das residências mais populares, o aparelho ainda faz parte da cotidianidade das pessoas.

Nas cidades maiores, notadamente os centros urbanos regionais e as capitais dos estados, o telenoticiário ainda é bem consumido, por trazerem notícias, principalmente em horários de grande audiência sobre questões do cotidiano.

A proposta deste trabalho é apresentar o valor do telejornalismo público, levando-se em conta o caso da produção das mediações informacionais na TV Antares, sediada em Teresina (PI), que é a mais antiga (entre as duas) emissoras televisivas públicas do estado do Piauí.

A escolha por esse meio de comunicação deve-se a quatro fatos. O primeiro, pelo nosso interesse no campo do telejornalismo, área que mais nos apeteceu, principalmente em nossa estada no Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí (UESPI). O segundo motivo foi gerado depois de tentar pesquisar sobre os meios públicos do Piauí e encontrar muito menos trabalhos do que os

meios comerciais. Para se ter uma ideia, pesquisamos diversos trabalhos científicos sobre emissoras de televisão no Piauí e uma minoria fala das TVs públicas. Por esse motivo, também nos sentimos em desafio para fazer o TCC. O terceiro motivo foi de caráter de curiosidade da produção televisiva, em que tive a oportunidade de estagiar e conhecer um pouco essa realidade. Foi a TV Antares que nos acolheu. Foi o lugar mais acolhedor que encontramos durante nosso tempo de atividades de estagiária em Jornalismo. O quarto motivo é o social, principalmente porque estamos em uma universidade pública e devemos oferecer respostas à sociedade. Se temos uma TV que tenta cumprir este papel, é praticamente uma obrigação da universidade, ou, ao menos de vários de seus estudos, acompanhar esses fenômenos.

Objetiva-se apresentar, debater, comparar (no espaço de quase uma década e meia – elegendo-se dois momentos para isso) o valor do telejornalismo público na produção das mediações informacionais na TV Antares.

Problematiza-se a partir do questionamento de como ocorrem e são valorados, na TV Antares, a produção telejornalística e quais suas faces e interfaces?

A metodologia parte de um estudo de caso, com pesquisa de campo, balizado em dois grandes momentos. O primeiro foi realizado entre os anos de 2010 e 2011 e o segundo durante o ano de 2025. Essa temporalidade não é um capricho metodológico, mas sim uma coincidência da vida, entre as muitas, caracterizando-se como uma monografia já feita e apresentada, com novos tons e novas leituras para a feitura de uma nova monografia.

Nossa história com o curso de Jornalismo começou há quase 20 anos, na FSA – Faculdade Santo Agostinho, atualmente UniFSA – Universidade Santo Agostinho. Talvez eu seja uma das pessoas de toda a história do Piauí a demorar mais tempo para se formar em Jornalismo.

Entre idas e vindas, passei quase dez anos naquela graduação, tendo cursado praticamente todas as disciplinas e, inclusive, apresentando uma monografia. Por isso, parte da pesquisa inicial é dada por conta desse estudo. Na Faculdade Santo Agostinho apresentamos a monografia intitulada: *O valor do telejornalismo público e a importância da produção no telejornal Antares, da TV Antares*, sob orientação da professora doutora Clarissa Carvalho.

O mesmo destino fez que não concluíssemos este curso e o mesmo acabou

fechando as portas antes que pudéssemos terminar. Tivemos a oportunidade de nos transferir para a UESPI, onde tivemos de cursar praticamente meio curso de novo, por causa da incompatibilidade das disciplinas dos currículos. Também tivemos de apresentar novo TCC, desta vez, este que vocês leem.

Por orientação do meu novo condutor de estudos, o professor doutor Orlando Berti, foi sugerido uma comparação entre os dois períodos, já que tínhamos um estudo, inclusive já avaliado e aprovado, mas que, por questões éticas, não poderia ser novamente apresentado da forma que estava. O professor sugeriu que fizéssemos essa comparação e é isso que trazemos neste trabalho.

Apresenta-se o Jornalismo Público como uma forma viável de desenvolver a cidadania e estimular a sociedade sobre a valorização do ser público, da equipe envolvida nessa forma telejornalística.

O estudo de caso é balizado nos pensamentos de Robert Yin (2014) sobre a importância de estarmos no campo para conhecermos os nossos objetos e o que vamos trazer. Durante o estudo fizemos diários de campo, acompanhando as rotinas e comparando elas, entre o primeiro período (2010 e 2011) e o novo período (2025).

O texto deste TCC é dividido em oito partes, sendo a primeira esta parte introdutória, seguida de seis capítulos, complementados pelas Considerações.

O primeiro capítulo, *A importância do Telejornalismo*, trata diretamente sobre as mediações informacionais via imagens, trazendo características do telejornalismo no Brasil e também uma breve perspectiva do telejornalismo no Piauí. Como capítulo inicial, traz elementos teóricos sobre esse importante meio e também um debate sobre a questão das imagens em telas.

Já o segundo capítulo, *O Jornalismo Público. Entre o estatal e o mercadológico – desafios e perspectivas*, adentra propriamente dito na subárea do telejornalismo que nos gera mais interesse e que faz parte o objeto da pesquisa, no caso a TV Antares. Destaca-se sobre o Jornalismo Público no Brasil e também sobre as questões práticas desse tipo de jornalismo, trazendo seus desafios e perspectivas na realidade brasileira.

No terceiro capítulo, *TV Pública – princípios e perspectivas*, aborda-se os conceitos, a legislação e as características das TVs públicas, tão úteis e tão válidas em uma conjuntura comunicacional contemporânea.

Enquanto isso, no quarto capítulo, *TV Antares – primeira emissora televisiva pública do estado do Piauí*, trata sobre a caracterização e história da emissora

estudada, trazendo suas programações e maneiras de mediar e produzir informações, já levando em conta os dois períodos de estudo e de comparações entre este estudo: 2010 e 2011 com 2025.

No quinto capítulo, *Newsmaking. Um necessário entendimento para as produções jornalísticas, principalmente as telejornalísticas*, faz-se a ligação entre a TV Antares e os conceitos anteriores (vistos nos quatro capítulos antecessores a este) como elo para a análise. Nesta quinta parte aborda-se sobre noticiabilidades no Jornalismo, valores-notícia e rotinas produtivas.

O sexto, e último, capítulo, *Análise da produção telejornalística na TV Antares, de Teresina, Piauí*, traz os elementos comparativos e analíticos do TCC.

Esperamos que após a leitura desta monografia possamos ter instigado e ajudado a tratar um pouco mais deste importante meio comunicacional do estado do Piauí.

I – A IMPORTÂNCIA DO TELEJORNALISMO

Nesta terceira década do século XXI a imagem torna-se cada vez mais importante e mais faz parte da vida da população. Se antes falava-se das mediações sobre meios audiovisuais, contemporaneamente fala-se em mediações por telas. Muitos desses pontos são trazidos e bem atualizados em obra organizada por Cárilda Emerim, Ariane Pereira e Iluska Coutinho (2020).

Alfredo Vizeu (2005; 2006) destaca que o telejornal (que é o produto do telejornalismo) é composto por blocos de notícias em que o jornalista apresenta, podendo durar o tempo que foi concebido, horas ou minutos apenas para fazer uma narração sobre o cotidiano, ou a situação de sua cidade país ou lugares que precisam ser noticiados. Normalmente o jornalista tem como nome de âncora, aquele que tem o domínio do telejornal, e é escolhido para representar uma equipe jornalística.

Alfredo Vizeu (2005; 2006) diz que os telejornais são noticiários locais tratando-se de esportes, cultura, boletins de notícias quentes, ou seja, matérias que não podem ser deixadas para divulgar depois, como um vestibular ou um boletim de nota de falecimento.

Ao identificar mais tarde, que um apresentador necessitava de produção de jornalismo como forma de conhecimento, tempo e organização foram surgindo as redações, edições, ilhas, chefe de edição, dentre outras funções, que faziam parte da vida de um telejornal.

Geralmente um telejornal local é afiliado a uma rede, que por sua vez segue sua linha editorial de acordo com a programação a que lhe for concebida.

Alfredo Vizeu (2005; 2006) destaca que em 1950 o telejornal surgiu no Brasil. Naquela época não havia profissionais para assumir o cargo. Radialistas fizeram os primeiros trabalhos. Foi nesse período que entrou no ar, em São Paulo, a TV Tupi, do Grupo Diários Associados, do empresário Assis Chateaubriand Bandeira de Melo. Essa emissora entrava no ar como um programa de espetáculos e, horas mais tarde, o radialista Herón Domingues, que era conhecido carinhosamente como Repórter Esso (por conta do sucesso das notícias veiculadas nos meios radiofônicos, notadamente entre as décadas de 1930 e 1940), tentava dominar a tela para poder sair-se bem, pois acostumado em soltar sua voz, somente em rádios,

jamais pensaria em ter sua silhueta em frente a tantas famílias que ali iriam assisti-lo.

Segundo Alfredo Vizeu e João Correia (2007), se quisermos realmente saber se a população acredita em telejornais de rede nacional, noticiários regionais e locais, mais do que promessas de políticos, basta basear-se na pesquisas feitas constantemente, mostrando o poder do meio TV. Os mesmos autores dizem que o telejornalismo não pode ser visto como o grande sábio da população, porque sua função não é somente informar, mas também entreter, satisfazer, informar sobre noticiários triste e desconfortáveis, mesmo que para isso possa surgir de maneira especial, como plantão de informações urgentes.

Alfredo Vizeu e João Correia (2007) destacam que o cotidiano envolve tristezas, alegrias, ódios, afetos, tensões, conflitos, segurança e insegurança, a proposição de um lugar de segurança, em vez de permitir que apresentássemos de uma forma coesa., coerente e clara a perspectiva teórica que começávamos a desenvolver sobre a referencial idade do telejornalismo nas sociedades complexas.

O telejornal, segundo Alfredo Vizeu (2005; 2006) é formado por várias combinações de suportes para realçar de fato sua estrutura. A imagem que a mídia constrói da realidade é resultado de uma atividade profissional de mediação vinculada a uma organização que se dedica basicamente a interromper a realidade social e medir os que fazem parte do espetáculo mundano e o público.

A naturalidade dos jornalistas apresentadores para com as câmaras vai além de técnica, vale ressaltar que existe uma grande equipe por trás das câmeras, acompanhando e ajudando, o telejornal a ser veiculado, é preciso que o jornalista conheça cada enquadramento a que for oferecido.

Alfredo Vizeu e João Correia (2007) citam Gaye Tuchmann (1980), pesquisadora célebre em estudos mundiais sobre o telejornalismo, em que uma imagem mais próxima procura enfatizar aspectos mais dramáticos da matéria, ocorrendo o contrário quando a imagem é mais geral, procurando transmitir uma espécie de reprodução da realidade, como se esta estivesse sendo mostrada de uma forma objetiva tal como é produzido um efeito real; o enquadramento das notícias organiza a realidade cotidiana e é parte importante desta por causa do caráter público que é uma característica essencial da notícia. A essencialidade de caráter claro e objetivo é a base mais completa para que o jornalista possa apresentar um telejornal.

As notícias passadas ao repórter não podem ser alteradas, porém aprimoradas para que possam da aparência de rigor e de confiança ao seu público. A cada notícia um tipo de comportamento a ser adotado, é preciso que se policie em determinado tom de sensatez.

Por isso, como alerta Paulo Freire (2021) em obra e reflexão mais que clássica, mas de grande atualidade – e é importante nas práticas sociais do jornalismo –, precisamos ir além da mera captação dos fatos, buscando não só a interdependência entre eles, mas também o que há entre as parcialidades construtivas da totalidade de cada um. Nesse sentido, o jornalismo necessita estabelecer uma vigilância constante sobre a sua própria atividade. Não deixando passar, para o telespectador que quem está apresentando é uma grande estrela, mas sim um transportador de notícias para uma enorme população, que vem caminhando há tempos como o telejornal, ali exposto. Com isso a imparcialidade e o respeito são chaves principais para que não ocorram conclusões fabilísticas.

Nesse sentido, a teia do processo telejornalístico é resultado da trama de vários outros processos que encontram e se cruzam para produzir o telejornal. A diversidade de autoria é, conseqüentemente, complexa, traduzindo-se num jogo de compartilhamento de experiências (colaterais ou não) e de convivências autorais que, pela própria natureza de atividade jornalística, contribui para a revelação da nossa falibilidade, uma vez que a semiose jornalística, se assim podemos dizer, procura ser, idealmente, ampliadora dos fatos, conseqüentemente, da representação através, dos signos – notícia e, ao mesmo tempo, autocorretiva dessa representação (Vizeu, 2007, p. 88).

A inovação jornalística, também, segundo Alfredo Vizeu (2007), muitas vezes pode causar um transtorno sem volta, as iluminações, as trocas de parceiros de bancada às vezes não se harmonizam com o que o telejornal quer apresentar. O autor diz que ao querer entender certos comportamentos, a equipe fica meio que por fora do que está por vir. O ângulo correto acaba ficando sem foco, esses desencontros não são permitidos na edição de imagens, é como se o material não tivesse forma é justamente aí que o cinegrafista terá que prestar bem atenção.

Para Zygmunt Bauman (2021) não se começa pela imagem final, mas por uma série de peças já obtidas ou que pareçam valer a pena ter, e então se tenta descobrir como é possível agrupá-las e reagrupá-las para montar imagens (quantas?) agradáveis.

A programação de um telejornalismo local, não se resume só com o que vai ao ar, existem técnicas para que uma grande equipe entre num consenso, para saber qual seu público, e que tipo de informação pretende informar, cultura, lazer, política, ou uma linha policial, ou entretenimento, o reconhecimento do público-alvo será primordial para que o telejornal consiga o ibope desejado.

A abertura de um telejornal, grosso modo, é marcada pela sequência de manchetes a respeito dos acontecimentos principais processados pelos jornalistas – é a “escalada”, que se assemelha a uma espécie de “vitrine” do telejornal, expondo via textos breves, a oferta do dia. Em seguida, vêm os blocos propriamente ditos, intercalados por anúncios comerciais de anunciantes ou patrocinadores (Sekeff, 2005, p. 47).

Avança-se para a compreensão desses status em aprofundamento sobre as questões do Brasil e também sobre características do próprio telejornalismo em território piauiense.

1.1 – Características do telejornalismo no Brasil

Todo telejornal tem uma linha editorial a ser seguida, há regras a serem respeitadas, assim como alguns não se aprofundam na área policial, nem na política, como existem telejornais que são direcionados a linha cultural, esportiva e de entretenimento.

As características do telejornal, e sua importância para a população brasileira, são analisadas com ênfase para que se convencionou chamar de espetacularização da notícia, e para a utilização de recursos audiovisuais, e da tecnologia empregada pelas emissoras no processo de produção e veiculação da notícia como estratégia de conquista da audiência.

Essa é uma reflexão feita por José Arbex Júnior (2001) que também chama esse fenômeno de showrnlalismo, que foi muito capitaneado notadamente a partir da popularização dos veículos eletrônicos nas residências dos brasileiros, principalmente a televisão.

A Rede Globo, fundada em 26 de abril de 1965, apresenta o Jornal tendo como fundo a própria redação, apresentado por uma dupla, posicionada lado a lado em uma bancada, com uma modernidade do texto passar mais perto do rádio como se a âncora estivesse fazendo uma linguagem oral, tentando ainda mais prender a

atenção do telespectador com falas diretas, olhar fixo. Essa emissora é considerada emblemática em termos de telejornalismo.

O Jornal do SBT (de emissora fundada em agosto de 1981) trabalha com uma linha editorial, informal e com opinião, também apresentado por dupla, mas não segue o nepotismo de apresentadores, as principais matérias apresentadas no dia são acompanhadas de informações complementares e de serviço para o telespectador.

A Rede Record (fundada em setembro de 1956), e ligada a Igreja Universal do Reino de Deus, oferece uma boa parte de seu ibope para programas religiosos, seus telejornais geralmente apresentados sem bancada, os jornais apresentados por duplas caracterizou o cenário idêntico ao da concorrente Globo. Também apresentados por dois jornalistas da mesma.

A Band, antiga Rede Bandeirantes (fundada em maio de 1967), tendo como linha editorial a política, economia e atualidades, o jornal apresentado também dentro da própria redação e como fundo o globo terrestre representando o mundo, somente com uma âncora apresentando, emissora fortemente ligada a política.

As outras emissoras menores seguem caminhos parecidos, sempre inspiradas nas quatro grandes, e mais tradicionais do País.

1.2 – Breve perspectiva do telejornalismo no Piauí

Segundo Celso Pinheiro Filho (1997), o Telejornalismo do Piauí surgiu na década de 1970, sendo que a primeira transmissão veio através de sinais via Embratel de emissoras do eixo Rio-São Paulo. O mesmo autor diz que foi também naquela década, em plena expansão da Ditadura Civil Militar (1964-1985) que foi fundada a primeira emissora televisiva local, a TV Rádio Clube em 03 de dezembro de 1972. Ela tinha o slogan: “A Força de um Ideal”. Essa emissora conseguiu a consolidação com a TV Globo que por sua vez enviava os primeiros sinais para o Piauí com suas telenovelas e a programação a cores.

Celso Pinheiro Filho (1997) diz que com a chegada da televisão no Piauí a rotina de muitos mudou, passando a se acostumar com a mais nova atração que entrava em suas casas diariamente, com o tempo a televisão no Piauí foi aprimorando-se, modificando seu estilo, melhorando sua imagem e facilitando o sinal de transmissão para lugares como interior.

A grande ideia de uma TV veio para ficar, mas trouxe com ela dúvidas de quem poderia fazer jornalismo, nessa época o que existia era somente promessa de que a Universidade federal iria responsabilizar-se por um curso de tal porte.

Durante mais de uma década a TV Clube foi a única emissora local no Piauí. Somente no meio da década de 1980 é que foram fundadas outras emissoras, como: a TV Timon, que tempos depois virou TV Meio Norte (fundada em 25 de abril de 1985); a TV Cidade Verde (fundada em 26 de março de 1986), a TV Antena 10 (fundada em 19 de dezembro de 1988) e a TV Antares (fundada em 03 de dezembro de 1988). Todas essas emissoras vieram de um boom de autorizações de novos canais durante o governo do ex-presidente José Sarney (1985 a 1990).

Porém, é importante enfatizar que o telejornalismo do Piauí, em especial da TV Antares, não possui uma estrutura forte e completa em equipamentos para que possa satisfazer por completa as informações para seu telespectador, hoje conta com cinco equipes jornalísticas de rua, duas pela manhã, outras duas à tarde, e uma equipe à noite, mesmo com dificuldades na parte financeira a TV consegue transmitir telejornal com informações que interessam ao público tanto da capital quanto do interior.

Conclui-se que são profundas e nem sempre muito claras à opinião pública as relações de interesse e troca. Mídia e poder têm muitos interesse em comum e mantêm relações bastantes profundas: o poder concede e a mídia retribui, apoiando o poder (Porcello, 2006, p. 162).

O que na realidade é visto, é que as emissoras escolhem um lado e um candidato, e assim cada uma vai fazendo valer suas normas e obedecer ao que lhe é favorável.

Cada emissora busca renovar e personalizar o que há de melhor para seu público, o reconhecimento pela influência que o computador traz para dentro de uma redação, é mais necessária, é o braço direito de qualquer jornalista, a certeza de estar a frente e poder contar com a rapidez da notícia, mesmo que não seja em primeira mão é fascinante. Partindo dessa ideia, o computador criou no meio jornalístico, transformações uma fusão de comunicação, televisual, para entender melhor, essa fusão de informação, é como um braço de jornalistas que englobam todos os noticiários, que vem a lhes enviar informações como articulador da notícia,

seja ela por jornalismo, seja por um autônomo, mesmo não sabendo direito de fato da notícia, ele acaba sendo um cabo que também ajuda a ampliar os fatos.

Com a internet, a televisão perdeu a exclusividade até mesmo o forte esquema, de apresentar o telejornal houve alteração, o Piauí vem buscando cada dia essa modificação, hoje os apresentadores de telejornal, fazem um jornal mais descontraído, sem precisar muito daquela formalidade, que antes eram primordiais, a conversa entre eles, a interatividade com o público ficou mais leve e fácil de assimilar, o que é uma notícia boa, uma preocupante ou uma tragédia que tanto abala toda uma população.

Porém, vale ressaltar que, mesmo com a influência tecnológica ainda assim, não são todos os telejornais do Piauí que se envolveram nas modificações globais da América. Ainda existe programação televisiva com conteúdo de programação bastante retrogrado.

Mas, isso não quer dizer que as influências das tecnologias digitais, não são observadas por meios jornalísticos, hoje um exemplo a ser observado no Piauí, a influência que a TV aberta traz é muito preocupante, pois atualmente mais de 90% dos lares brasileiros, conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2025) são cobertos pela televisão aberta, que tem como característica, dentre outras, a gratuidade do acesso.

Trata-se de um universo de milhões de pessoas, principalmente as de classes sociais mais pobres, que não podem arcar com os custos da televisão por assinatura.

Para esses segmentos da população, os programas televisivos são a principal e, muitas vezes, a única fonte de entretenimento e informação, o que faz da televisão o instrumento, por excelência, de exercício do poder ideológico por parte das elites do país. Ainda, segundo o IBGE (2025), o Piauí é a unidade da federação com menor densidade dos serviços de TV por assinatura. A cada 100 domicílios, apenas 3,5 possuem este tipo de serviço no estado. O Piauí apresentou o segundo maior crescimento em número de assinantes durante a primeira década deste século, mas com a popularização da Internet esses números tendem a cair.

Segundo a Anatel (2025), até o final do primeiro semestre de 2025, estavam autorizadas a funcionar no Piauí; 13 emissoras de TV, sendo uma para Floriano (a 245 quilômetros de Teresina), duas para Parnaíba (a 343 quilômetros de Teresina),

uma para Picos (a 307 quilômetros de Teresina), uma para São Raimundo Nonato (a 535 quilômetros de Teresina) e sete para a capital, Teresina.

Em Teresina funcionavam, com programação local e dedicação a cobrir assuntos de todo o estado, dez emissoras, sendo: CANAL 2 – TV Antares, afiliada à Rede Brasil; CANAL 4 – TV Clube, afiliada à Globo; CANAL 5 – TV Cidade Verde, afiliada ao SBT; CANAL 7 – TV Meio, com geração própria e sendo cabeça de rede para várias afiliadas pelo Brasil; CANAL 8 – TV Lupa 1, afiliada à TV A Crítica; CANAL 9 – TV O Dia, afiliada à Rede TV!; CANAL 10 – TV Antena 10, afiliada à Record; CANAL 12 – TV Band Piauí, filiada à Band; CANAL 16 – TV Assembleia, afiliada à TV Câmara e à TV Senado; e CANAL 21 – TV Jornal Meio Norte, afiliada à TV Cultura.

Nota-se que, segundo a Anatel (2025) só havia sete emissoras autorizadas a funcionar em Teresina, porém, a TV Meio é autorizada a ter sede em Timon, Maranhão, a TV Lupa 1, é autorizada a funcionar em Macapá, Amapá, e a TV O Dia é autorizada a funcionar em Santa Quitéria, Maranhão.

II – O JORNALISMO PÚBLICO. ENTRE O ESTATAL E O MERCADOLÓGICO – DESAFIOS E PERSPECTIVAS

Dependendo do país, o termo público pode ser encarado mais como estatal ou com menos estatal, sendo também vivenciado em sua vertente coletivista. Acha-se, muitas vezes, que público é o mesmo que gratuito. Porém, em uma sociedade capitalista, não há nada gratuito e, por mais que determinado produto (seja comunicacional, ou não) possa ser oferecido gratuitamente, há um subsídio, ou estatal, ou privado, nesse processo.

O mesmo ocorre com as questões do próprio Jornalismo Público. Ele também, como destaca Maria das Graças Targino (2009), pode ser chamado de Jornalismo Cívico, ou também de Jornalismo Público, sendo considerados e conceituados como o movimento que busca inserir o jornalista e sua audiência, os consumidores da informação, nos processos políticos e sociais, em detrimento da condição de meros espectadores de fato.

Nota-se a diferença fundamental do jornalismo cidadão, feito essencialmente por não-jornais, pessoas comuns de qualquer profissão ou formação educacional, exercendo o jornalismo amadoristicamente e fora da regularização pública. Também é um movimento distinto do jornalismo comunitário, que é feito a partir de trabalho de capacitação de jornalistas dentro de uma comunidade.

Quando se fala, em Telejornalismo Público (também conhecido e nominado por muitos autores pela sigla JP), certamente vem a ideia de que há restrições de algumas matérias, que não podem ser veiculadas.

As redes de emissoras públicas (algumas delas de caráter nacional, outras regionais e algumas locais), são fenômenos desconhecidos e desvalorizados por muitos no país. Mesmo sem muitos recursos, principalmente dos meios estatais (níveis: federal, estaduais e municipais), são vistos também como temor de concorrência das emissoras privadas. No entanto suas crises constantemente financeiras deixam a desejar seu potencial. Mas continuam a existir e tendo seus lugares de fala, de atuação e de mediações de um jornalismo diferencial e muito próximo aos conceitos de Comunicação Social.

O jornalismo público não pode se render às facilidades derivadas dos consensos e das rotinas funcionais. Se a informação é um bem, uma

forma de educar, quem a recebe precisa mais do que o flash dos fatos;esses só poderão ser compreendidos em perspectiva quando forem contextualizados, esmiuçados e cotejados (TV Cultura, 2004, p. 44).

Nota-se que o jornalismo da contemporaneidade vem sendo a principal fonte de informação para toda sociedade, mesmo com tanta restrição isso não significa dizer que, a TV Pública não pode ser um exemplo a ser seguido para as demais emissoras privadas. Porém, o que se espera de um jornalismo público é praticamente o que esperamos de um jornalismo comercial, a vontade da fala, a coragem de ter espaço isso é o que falta.

O Jornalismo Público, parece que sempre teve sua cara do bem, deixado de lado quase tudo o que revela mais de importante, é como se o jornalismo fosse totalmente sem nenhuma notícia má, uma queixa obscura ou até mesmo politicamente falando nenhuma queixa contra nada. O entretenimento, o esporte, lazer, um imaginário de cenas repetitivas diariamente confuso,afetando a visão do telespectador, mesmo vendo não enxerga.

A questão do ser Público, ser para todos, isso já vem de muitos tempos atrás, era como se fosse um convite que o rei fazia ao seu reinado e mandava seu súdito convidar a todos, ou noticiar o que estará por vir, fazemos isso até hoje, não inventamos, só aprimoramos.

Hora, o Jornalismo Público (JP) depende dos poderes estatais (e de seus respectivos orçamentos anuais) e muito da sociedade, deve ser inovador, surpreendente, atraente, administrativamente independente. Isso significa dizer que o jornalismo Público deve reger por reorganizações que equalize suas verídicas representações para a sociedade dando uma legitimidade de sua própria característica a mesma.

A informação de televisão pública, que batizamos de jornalismo Público, tem características peculiares e paradigmas diversos dos praticados pelo jornalismo das televisões comerciais e estatais. Por isso mesmo, a consideramos um jornalismo aberto, para que se aperfeiçoes na prática, ainda que apoiado num meditado manual de redação e em seminários que envolveram todos os profissionais da área. Em resumo, como em todos os outros segmentos da programação, busca-se menos a idéia do espetáculo do que a compreensão dos conteúdos sejam eles jornalísticos, artísticos, comportamentais, políticos, científicos, de lazer ou de filosofia (TV Cultura, 2016, p. 7).

O espectador vê o jornalismo público (JP) como suprimimento de sua necessidade educativa, um complemento que o envolva num campo escolar, e que entenda sua precisão para um desafio que o mercado de trabalho pode oferecê-lo.

O que pode ser questionado também nesse trabalho, é que uma das grandes diferenças entre jornalismo público e jornalismo privado, é certamente indiscutível o gosto, pois o que o público procura não é a grande quantidade de programas, mas sim a qualidade de programas.

Isso é fato, o Jornalismo público por ele, é considerado como um campeão de audiência, mesmo que seja, mas tem o fundamento de que não precisa de superação, para que seja considerada como uma enorme emissora que não depende de comerciais. Suas funções, lutas diárias, não são questionadas para que não precise se preocupar com concorrência.

A maior importância para o Jornalismo Público, não é dar conta de todas as notícias que vem como chuva, mas sim de fazer uma reavaliação nas matérias, uma seleção que possam estabelecer a conduta e rotina da emissora.

A maioria das notícias que lemos, ou vemos na tevê, está lá, porque os jornalistas gostam de olhar para lugares mais iluminados. É o vício da notícia, do olhar de viseira onde muitas vezes a notícia está bem iluminada porque estratégias bem montadas de marketing fizeram com que ficassem sob as luzes. Inúmeros profissionais são contratados por poderosas corporações próprias. Alguns desses profissionais treinam executivos e homens públicos para que saibam como lidar com os jornalistas (TV Cultura, 2016, p. 19).

É constrangedor, entender ou suportar que ainda possa ter existência de jornalistas que fazem de tudo para ter espaço em situações sem escrúpulos, forjarem o que não é justo, real, encobrir o que não precisa ser coberto, aquele sujeito já saiu da moda e a tempos das redações.

Na Inglaterra, os cidadãos pagam uma taxa anual, para a BBC (British Broadcasting Corporation, ou, em tradução livre: Companhia Britânica de Comunicação) para que seu funcionamento não entre em situações precárias, diferentemente das emissoras públicas do Brasil. No nosso país as taxas são pagas indiretamente por meio de impostos e estes terminam sendo concorridos para as várias outras áreas, inclusive as sociais.

As TVs públicas são viáveis, e podem cumprir um papel importante na oferta de fontes diversificadas de informação e entretenimento. Podem oferecer

programação diferenciada, cultural, científica pautada pela lógica da publicidade como fonte de financiamento.

A TV Cultura revitalizou os termos quase protocolares da outorga, ao professar a condição de emissora pública mantida por uma fundação cuja meta preferencial é a formação complementar do homem para a cidadania. Essa dupla contingência se reflete no seu jornalismo e antecipa o caráter da mediação (TV Cultura, 2016, p. 20).

Mesmo com a garantia que no futuro, o Jornalismo Público possa ter espaço em nosso país, acredito que ainda assim os telejornais públicos jamais se sentirão seguros com a regularização. Contudo, é lamentável que as passagens políticas e trocas, serão sempre o ponto fraco para quem trabalha em TV pública, a situação desconfortante e desagradável de insegurança, deixa a incerteza de solidez.

O jornal público age movido pela certeza de que a informação é um bem precioso (um meio de “educação permanente”), de posse do qual o receptor compreende melhor a realidade que o circunda, forma juízos, reconsidera posições e se abre para o resto da humanidade, como explica o Guia de Princípios da TV Cultura (2016).

Segundo Jean Schwoebel (2000, p. 35), citado pela TV Cultura (2016), “[...] a informação é um bem que abrange os conhecimentos gerais que todo cidadão deve ter sobre o mundo, sobre os demais homens e as responsabilidades que lhe cabem no seio da sociedade à qual pertence”.

Lembrando que o mediador de informações, é um mero representante daquilo que é de fato verídico, a notícia, que se vê e escuta no dia-dia, a realidade do cidadão o relato que todos precisam saber, mesmo se for somente ao deitar, embora muitos usam informações para sensacionalismo, de maneira inescrupulosa, mesmo assim infelizmente continua sendo um mediador de informações.

O que o público precisa distinguir, é a responsabilidade que cada emissora tem com o telespectador, o que há por trás do que eles buscam qual caráter valorizado, seu procedimento, sua história jornalística.

Para isso é que a população tem que se envolver, a questão de ser público é conscientizar cidadãos, sobre seus direitos, de deveres, questões cívicas, para um bom entendimento a democracia, cobrando para as autoridades, segurança pública, saúde e previdência social.

A primeira fonte de financiamento é a maior e mais óbvia e direta, a dotação orçamentária do Estado, o que leva diretamente ao sério problema do constrangimento de verbas [...] outra vertente é a prestação de serviços [...] E a terceira forma é o dos produtos oferecidos para a publicidade comercial (Prioli, 2021, p. 103).

Com essa afirmação, é que podemos realmente entender quais os procedimentos para a construção de Informação Pública, embora possa estar em sonhos distantes do Estado, mas o que realmente importa para a consolidação de uma TV que realmente tem a questão de interesse de princípios, e preocupação em fazer um jornalismo limpo, e sério.

Públicos e produtores devem estar devidamente familiarizados com a estrutura e as características do gênero tele jornalístico, seja como recurso sistemático para informar sobre o que, supostamente, deve ser divulgado, seja como gerador de segurança em torno de repetições, vitais ao cotidiano do ser humano. Assim, o que sofre mutações são os acontecimentos, mas não a forma de sua representação, o que vale dizer que o telejornal constitui meio de difusão de informação consideradas de interesse público (Sekeff, 2005, p. 48).

A preocupação de uma gestão mais adequada para a prevalência de sua natureza pública, qual exemplo a ser seguido, certo de que um dos maiores acontecimentos de mutação, é o respeito que o governo terá em relação ao telejornalismo público.

Um dos principais papéis do jornalismo público será constituir a cidadania, a pior dificuldade do jornalismo público, sempre cairá no povo, precisador de informação, por um lado o jornalismo comercial, é sustentado por seus jornalistas que vendem seus produtos, obtendo sua independência e pagando as despesas do veículo que trabalha, por outro lado bem diferente é o telejornal que depende do esforço de um bom trabalho, lutando para que caia na graça do povo, que culpa não tem de não entender o que é o conceito de jornalismo público, e anseio público, dessa forma a democracia é que manda, e sendo assim perdendo a credibilidade que está à frente.

É difícil, por que ensinar todos ao mesmo tempo, é uma luta de paciência e exaustão, sabendo que não são todos os que acompanham e entendam, para a TV comercial é mais fácil, a ilusão de abrangência de programas de baixo escalão (com sensacionalismo e fortes apelações contra os direitos básicos e, principalmente, os

direitos humanos), promove ainda mais a ignorância, deixando de lado uma concorrência justa e limpa.

Para Park (1972, p. 183 *apud* Vizeu, 2005, p. 67), “A função da notícia é orientar o homem e a sociedade num mundo real. Na medida em que o consegue, tende a preservar a sanidade do individuo e a permanência sociedade”. A importância da notícia, é o resultado da sabedoria do telespectador, isso pode chamar de furo jornalístico.

2.1 – Jornalismo Público no Brasil

Foi sábia e de grande valia, o Brasil pôr em prática o Jornalismo Público, foi simplesmente uma questão de necessidade para o povo. O Brasil já aprendeu fazer notícia com sua própria experiência que vem enfrentando ao querer que o público tenha espaço tão quanto aos outros comerciais, a diferença é de que no jornalismo público do Brasil, não usou a modalidade de matérias, investigativas e policiais.

Nos Estados Unidos, o Jornalismo Público ficou caracterizado como um movimento, e não como deveria realmente ter existido como um aliado para, o povo é rejeitado e humilhado, por emissoras fortes e posto de lado, para o tradicional The New York Times, o jornalismo público nem existe, no Brasil parece que o jornalismo Público ficou na balança, nem sobe nem desce.

No entanto, no Brasil, como destaca Ivonete Silva (2015), o que se espera é uma decisão para descobrir o que é jornalismo público, tanto na teoria como na prática. No Brasil são considerados dois tipos de jornalismo Público, o de campanhas e o de institucional. O primeiro consistem em espaços reservados, nos jornais, revistas, para a publicação de matérias do interesse do povo, como, publicação de cartinha do cidadão. O segundo fica direcionado a programas de responsabilidade social, quase saindo do direcionamento do jornalismo. O jornalismo público no Brasil ficou conhecido como prestadora de serviço, depois o jornal escrito foi dando um pequeno espaço, construindo espaços nas suas colunas para, queixas, sugestões e reclamações.

Como gênero, o jornalismo público ainda não adquiriu seu status de outras especializações, a exemplo da crônica policial, do jornalismo esportivo, do jornalismo político, do jornalismo econômico e do jornalismo científico. Identificado em suas origens hora como *civic journalism*, ora como *public journalism*, o jornalismo público ainda não encontrou no Brasil nem uma tradução definitiva nem uma

compreensão do que ele representa enquanto função, a área de cobertura e campo profissional. Há indicadores, no entanto, de que algumas práticas jornalísticas da chamada “grande imprensa” brasileira começam a assentar as bases para que, entre nós, poderia vir a se chamar de jornalismo público (Silva, 2002, p. 3).

A imprensa brasileira começou seu jornalismo público como serviço prestado à própria população, agindo com bem precioso para o cidadão em geral, mas o próprio cidadão é que tem que dar maior valor ao jornalismo público, sendo que este vivencia uma valorização diária mediante o que é mediado por esses meios.

2.2 – Praticando o Jornalismo Público – desafios constantes em uma perspectiva brasileira

Todo jornalista sabe que a prática do Jornalismo Público, ao menos pelo que é ensinado e debatido nos cursos superiores dessa área, requer mudanças, desde sua postura profissional até o formato do telejornalismo apresentado, com essa mudança comportamental o jornalista aprende que a ética nessa hora é primordial. Por isso, os conceitos éticos, destacados pela Fenaj (2016) em que é direito fundamental de todos os cidadãos o direito à informação.

A palavra ética é tomada em várias acepções, todas de alguma forma associadas à idéia de conduta, honestidade, rigor, solidariedade. A despeito do evidente parentesco, moral e ética se firmaram ao longo do tempo como conceitos autônomos e hoje apresentam diferenças sutis, porém significativas. Enquanto a primeira vincula-se ao conjunto de valores estabilizados na figura das normas-fruto da tradição e, em boa medida, da crença religiosa e pelos quais as sociedades ou segmentos sociais se orientam, a outra reflete informalmente sobre esses valores, reavaliando-os, transcendendo-os, enfim ajustando-os ao dinamismo próprio da autoprodução humana (TV Cultura, 2006, p. 50).

Não adianta entender da moral como jornalista se não a praticá-la, sabendo da restrição do Jornalismo Público, como um jornalista apresenta um telejornal de cultura como um perfil de quem gosta de matérias policiais? Pressupõem que a prática diária levaria pensar diferente.

De acordo com o Guia de Princípios da TV Cultura (2006), o Jornalismo Público só é viável em uma TV pública, pois as emissoras comerciais não conseguem desempenhar uma função pública, pois ao mesmo tempo um dos seus maiores objetivos que é o lucro. Mas, termina sendo um paradoxo, já que, segundo

a própria Constituição Federal (Senado, 2016), todo meio que detém uma concessão pública, tem essa função de veículo de comunicação social.

A conquista por clareza, sempre é resultado polêmico quando se refere a jornalismo, o que vai ao ar são matérias da vida de muitas pessoas, são o cotidiano, o resumo do mundo, para que o cidadão possa entender, certificar do mundo lá fora e principalmente cobrar seus direitos.

O caráter fluído da ética se firma nesse processo de troca operando no espaço público, não no interior de uma categoria, só entre pares profissionais. Nele, o jornalista reencontra o cidadão, influencia e é influenciado, negocia consensos- numa busca de universabilidade própria do regramento moral (TV Cultura, 2006, p. 53).

Jornalismo que conduz a boa prática, dos costumes e da moral não fica preocupado com os resultados, ele simplesmente cresce e valoriza os próprios princípios da TV pública.

III – TV PÚBLICA – PRINCÍPIOS E PERSPECTIVAS

Segundo a Constituição Federal (Senado, 2016, p. 130): a produção e a programação das emissoras de rádio e de televisão deverão atender os seguintes princípios:

- I – preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
- II – promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
- III – regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
- IV – respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Esses são bases da própria Comunicação Social e casam com as questões de serem públicas. Essa é uma das finalidades e qualidades de lutar por uma TV pública, a cultura, a valorização ao cidadão, as prestações de serviços são primordiais para aqueles que buscam a consolidação.

A TV é o meio de comunicação mais popular que existe, segundo o IBGE (2025). Dados trazidos neste levantamento destacavam que 37.593.480 dos 42.851.326 domicílios particulares permanentes possuíam pelo menos um aparelho televisivo, sendo que dois terços da população não lia nem jornais e nem revistas, mas 88% da população tinha acesso direto à TV dentro de casa. Desses lares, dois milhões não possuíam sequer geladeira.

Ivonete Lopes (2015) destaca que quando a TV pública foi implantada no Brasil, não houve um planejamento da política setorial de Governo, diferentemente de algumas emissoras que tivera ajuda de ações políticas e idealistas.

Ivonete Lopes (2015) diz que a TV Universitária de Pernambuco (que existe até hoje) foi a primeira emissora educativa brasileira a entrar no funcionamento no ano de 1967, em pleno período da Ditadura Civil-Militar. Mais tarde surgiram outras TVs educativas em praticamente todas as unidades federativas do Brasil.

A mesma autora destaca que na Alemanha, cerca de 70% da receita vêm da taxa paga pelos proprietários, de aparelhos, publicidade ou patrocínio – restritos a 20% da programação diária – e 10% de vendas e programas. Nos Estados Unidos, a PBS é financiada pela arrecadação de recursos federais, doações de

telespectadores e patrocínio de programas. Na França, o financiamento é majoritariamente com os recursos do Estado, complementando pela venda de propaganda e patrocínios.

Informar os atos dos governos, em todas as instâncias, é uma obrigação que transcende as atribuições da TV pública: de resto, deveria ser de qualquer veículo de comunicação. O motivo é muito simples: há sempre interesse público envolvidos neles, ainda afirma a TV Cultura (2006). O problema disso é que mesmo emissoras comerciais são também financiadas pelos poderes públicos. Quanto menor é o estado e com menor poderio de ter uma indústria forte, há uma subvenção dos poderes públicos, principalmente como uma garantia de manutenção do poder daqueles, gerando uma relação comercial promíscua, deixando os canais públicos um pouco de lado.

3.1 – Princípios da TV Pública

Foi sancionada e publicada no dia 7 de abril de 2008 pelo Presidente da República Luis Inácio Lula da Silva, a lei nº 11.652 (Brasil, 2025), que institui os princípios e objetivos de radiodifusão “pública” explorados pelo Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC. Este dispositivo legal prevê as seguintes perspectivas:

A prestação dos serviços de radiodifusão pública por órgãos do Poder Executivo ou mediante outorga a entidades de sua administração indireta deverá observar os seguintes princípios:

- I – complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal;
- II – promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes de produção e distribuição do conteúdo;
- III – produção e programação com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas;
- IV – promoção da cultura nacional, estímulo à produção regional e à produção independente;
- V – respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família;
- VI – não discriminação religiosa, político partidária, filosófica, étnica, de gênero ou de opção sexual;
- VII – observância de preceitos éticos no exercício das atividades de radiodifusão;
- VIII – autonomia em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão; e
- IX – participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando-se a pluralidade da sociedade brasileira.

X – atualização e modernização tecnológica dos equipamentos de produção e transmissão; [...]

XI – formação e capacitação continuadas de mão de obra, de forma a garantir a excelência na produção da programação veiculada. [...]

Art. 3º Constituem objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou mediante outorga a entidades de sua administração indireta:

I – oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional;

II – desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania;

III – fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação;

IV – cooperar com os processos educacionais e de formação do cidadão;

V – apoiar processos de inclusão social e socialização da produção de conhecimento garantindo espaços para exibição de produções regionais e independentes;

VI – buscar excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formatos criativos e inovadores, constituindo-se em centro de inovação e formação de talentos;

VII – direcionar sua produção e programação pelas finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas, científicas e promotoras da cidadania, sem com isso retirar seu caráter competitivo na busca do interesse do maior número de ouvintes ou telespectadores;

VIII – promover parcerias e fomentar produção audiovisual nacional, contribuindo para a expansão de sua produção e difusão; e

IX – estimular a produção e garantir a veiculação, inclusive na rede mundial de computadores, de conteúdos interativos, especialmente aqueles voltados para a universalização da prestação de serviços públicos (Brasil, 2025, p. 1).

Para Jonas Valente (2009), do coletivo de Inter Vozes, a TV Pública serve para que a população se conheça e se reconheça, conheça sua história, sua diversidade e de onde veio, para assim refletir sobre o presente e construir um espaço de debate público. Jonas Valente (2009) também destaca que na TV pública o produto é a própria programação, para as pessoas que se sentem responsáveis em levar a frente uma programação da TV pública, o valor é insubstituível.

Segundo o livro Guia de Princípios, da TV Cultura (2006), em uma TV pública não são permitidos os constrangimentos, em relação a conduta do cidadão, seja a pessoa que for, a situação que esteja passando, o constrangimento são apelações ilusórias, para alcançar créditos em relação ao que o cidadão esteja passando.

O mesmo documento destacado pela TV Cultura (2006) frisa que situações como: abuso/sexual (devem ser abordadas com muita sensibilidade), AIDS (a

palavra embute preconceitos e serve para discriminar as pessoas), ALCOOLISMO / ÁLCOOL (não exibe reportagens que estimulem consumo de bebidas alcoólicas), ASSESSORIA DE IMPRENSA (os jornalistas devem tratá-los muito bem, pois eles costumam ser uma boa fonte de informação), CÂMARA OCULTA (expediente não utilizado, palavra dúbia, choca-se com direitos garantidos pela lei), CENSURA (a Constituição veda qualquer forma de censura de natureza política, ideológica ou artística), CONFLITO DE INTERESSE (a preocupação com o tema surgiu à medida que o jornalismo se firmava como atividade profissional regular e seria), CONSUMO (pela definição do Código de Defesa do Consumidor, consumir é toda pessoa física ou jurídica (empresa), que adquire ou utiliza produto ou serviço, tipo propaganda enganosa), CRIANÇAS (a imagem sempre é preservada, pois elas são o maior público da TV pública), CRIANÇAS INFRATORAS (O ECA – Estatuto da CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, proíbe explicitamente a identificação de menores suspeitos ou acusados de delitos), CRIMES DE IMPRENSA (são crimes de imprensa cometidos através dos meios de comunicação), CRIMINOSO (todo homem é inocente até que prove o contrario, esse princípio é assegurado pela nossa Constituição), DANO MORAL (desde 1967, a Lei de Imprensa já se fala em obrigação de se indenizar o dano moral, aquele que afeta a esfera emocional da pessoa), DIREITO DE IMAGEM (uma pessoa só pode ter a imagem registrada e divulgada mediante autorização dela), DIREITO DE RESPOSTA (quem se sentir atingido por referência ao seu ou a algum membro de sua família pode recorrer a esse direito consagrador na Constituição e na Lei de imprensa), DENÚNCIAS (toda denúncia recebida precisa ser severamente checada e virá a público desde que apreste sólida base material, notória e não configure intromissão danosa em terreno próprio para intervenção da política ou do ministério público), DISCRIMINAÇÃO (a TV Cultura não discrimina pessoas por credo, raça, nacionalidade, etnia, preferência sexual, deficiência física, condição social ou qualquer outro fator) e DISFARCE (nenhuma pessoa deve se fazer passar por alguém que não é isso se chama falsidade ideológica).

Por isso o respeito é um princípio básico desses processos, levando em conta o que Cláudio Abramo (1988) trata sobre a ética e a importância do colocar-se no lugar do outro, em termos de prestarmos atenção na responsabilidade diária e de todos os momentos jornalísticos de entender-se de que se houver problemas de ordem moral e ética sobre quem está sendo retratado nas respostas, destaca-se o

pensar sobre esse agir. Este pensamento casa diretamente a vários dos princípios destacados pela TV Cultura (2006).

Para os budistas, nem tudo é o que parece ser. A mente distorce, manipula, e a interpretação da realidade é mera ilusão. Para os filósofos, um fato não tem valor intrínseco, e sim aquele atribuído por quem o observa. Para os jornalistas, os assuntos são considerados relevantes à medida que interessam a um grande número de pessoas, quando causam impacto ou afetam a dos cidadãos. Esse conceito de notícia se aplica a todos os veículos. O que muda é a maneira como as informações são transmitidas. Cada veículo tem linguagem, limitações e recursos próprios (Bistane; Bacelar, 2006, p. 40).

São poucos os jornalistas que fazem de sua profissão um elo para ajudar aqueles que precisam de informação, não por negarem, mas por trocas fáceis de favores que acabam afetando sua dignidade. A informação é uma arma, que todos nós temos acesso, basta saber como usá-la.

IV – TV ANTARES – PRIMEIRA EMISSORA TELEVISIVA PÚBLICA DO ESTADO DO PIAUÍ

A TV Antares é a primeira emissora de televisão pública a ser fundada no Piauí. A emissora está instalada na Avenida Professora Valter Alencar, 2021, no bairro Monte Castelo, zona Sul da capital do Piauí. A emissora é dirigida, há mais de uma década, pela jornalista Núbia Maria Reis Ramos Pereira de Sousa, conhecida por Núbia Ramos.

A TV Antares é uma renomada emissora de televisão educativa brasileira localizada em Teresina, a capital do estado do Piauí. Operando no canal 2 (24 UHF digital), ela é afiliada à TV Brasil e faz parte da Fundação Antares, um órgão do Governo do Estado do Piauí dedicado a gerenciar as emissoras de rádio e televisão educativas do estado (Fundação Antares, 2025, p. 1).

Ela é considerada como uma verdadeira escola de produção de telejornalismo, servindo como ambiente formativo de várias gerações de jornalistas do Piauí, foi um sonho direto realizado durante o segundo governo de Alberto Tavares Silva, entre 1987 e 1991. Até este meio de terceira década do século XXI, juntamente com a TV Assembleia, da Assembleia Legislativa do Piauí, são os únicos veículos públicos televisivos a funcionarem no estado.

Ana Leal e Diego Alves (2016) destacam que a TV Antares foi instituída em agosto de 1985 pelo Governo do Estado. Na época era chamada de TVE – da sigla Televisão Educativa. A emissora passou quase um ano em fase experimental. Ana Leal e Diego Alves (2016) destacam que a emissora foi oficialmente fundada em 06 de fevereiro de 1986 por meio do decreto estadual 92.372, sendo autorizada a explorar o serviço de produção de conteúdo local. Em 1987 é instituída a Fundação Rádio e Televisão Educativa do Piauí, órgão que existe até a contemporaneidade. Novos investimentos são feitos em equipamentos e na formação de novos profissionais na área de TV e rádio. Nessa época vão ao ar programas jornalísticos e culturais e vários documentários são produzidos e exibidos nacionalmente. A partir de julho de 2003, por meio da Lei Complementar nº 030, o Poder Executivo institui a Fundação Antares – Rádio e Televisão Educativa do Piauí, e dá início a um processo de profundas mudanças, a fim de torná-las uma estrutura ágil, dinâmica e comprometida com a cultura, a informação e o entretenimento de qualidade.

A história da Fundação começou em 1984 quando, segundo uma nota publicada no jornal O Dia, a Secretaria de Educação do Piauí anunciou planos de lançar uma TV educativa. Apesar da previsão inicial para 1985, a TVE Piauí só começou a operar em fase experimental em agosto de 1986, sob a gestão do sucessor de Hugo Napoleão, José Raimundo Bona Medeiros. Inicialmente, sua programação, que ia das 18 às 24h, consistia principalmente em conteúdo da TVE Brasil, incluindo um jornal local produzido externamente (Fundação Antares, 2025, p. 1).

O nome Antares é advindo da estrela antares que representa o Piauí na bandeira nacional.

A Fundação Antares é um órgão do Governo do Estado do Piauí dedicado a gerenciar as emissoras de rádio e televisão educativas do estado. Além da TV Antares, a fundação também é responsável pela TV Delta, TV Picos e Rádio Antares AM. [...] Porém, a TV Antares enfrentou desafios, incluindo uma suspensão durante as eleições estaduais de 1990 devido ao uso indevido da emissora na campanha eleitoral. Após a mudança de governo em 1991, a emissora foi temporariamente extinta e retornou como TVE Piauí, marcando uma fase de parcerias e diversificação da programação com a transmissão de eventos esportivos e a introdução de transmissões via satélite. Em 1996, sob o governo de Mão Santa, a emissora foi rebatizada como TV Piauí, mantendo um foco em programas locais e educativos. No entanto, após a cassação de mandatos devido a irregularidades eleitorais em 2001, a TV Piauí enfrentou um período de declínio, culminando com sua saída do ar em 2004 devido a problemas de manutenção. A história tomou um rumo positivo em 2006, com o renascimento da TV Antares, reestruturada para fornecer programação pública e educativa. Em 2007, após a extinção da TVE Brasil, a emissora se tornou afiliada à TV Brasil. Desde então, a TV Antares introduziu novos programas locais, expandiu sua cobertura para outras cidades e completou a transição para o sinal digital em 2018, conforme o decreto federal. A modernização incluiu a aquisição de novos equipamentos e a expansão do sistema Antares, evidenciando um compromisso renovado com a educação, cultura e jornalismo público no Piauí. A trajetória da TV Antares reflete uma história de desafios, transformações e renovação, marcada por momentos de inovação e expansão. Como parte integrante da Fundação Antares, a emissora continua a desempenhar um papel vital no fornecimento de conteúdo educativo e informativo para o Piauí, contribuindo significativamente para a cultura e educação locais (Fundação Antares, 2025, p. 1).

A Fundação Antares (2025) destaca que em 2005, é inaugurada a filial da TV Antares em Picos (a 307 quilômetros ao Sul de Teresina) – a TV Picos. Equipada para produzir reportagens especiais, tem, ao longo desses anos, exibido várias matérias na TV Antares e em rede nacional, na TV Brasil. Em parceria com a

Fundação Banco do Brasil, produziu o programa Ação Brasil: A transformação social no semi-árido, que também foi exibido nacionalmente. O ano de 2006 é marcado pela inauguração da filial em Parnaíba (no litoral do estado, a 343 quilômetros ao Norte de Teresina), a TV Delta e da TV Antares, que inicia suas atividades com dois telejornais locais. Logo em seguida, lança mais sete programas, com abordagens que variam entre cultura, esporte, entretenimento e prestação de serviço à comunidade. Em 2011, a programação inovou e evoluiu, trazendo para o telespectador nove programas que fazem a diferença, fechou parceria com outros convênios oriundos chegando ao total de 16 programas no ar totalizando 24 horas de programação local por semana, consolidado para o futuro uma vaga para a consolidação da TV pública do Estado. Além disso, não se esquecendo da produção do Núcleo de Produção Digital do Piauí. Com a filiação à TV Brasil (sistema nacional de emissoras públicas), a TV Antares passa a se destacar e ter uma maior atenção.

4.1 – Por dentro da TV Antares – entre o fim da primeira década e o início da segunda década do século XXI

Na primeira parte desta pesquisa, entre 2010 e 2011, a TV Antares era formada por sete programas: Antares Notícias, Abra o Olho, Interferência, Curta Piauí, Teófilo Piauízando, Teleleco e Telejornal Antares.

O Antares Notícias era o telejornal noturno da emissora e totalmente era voltada para o interesse da população em veicular notícias em geral. Sua característica é ser um jornal dinâmico e ágil, o jornalismo levava fatos que marcavam o dia na capital e nas principais cidades do estado, de forma clara e objetiva. Com uma programação de segunda a sexta, sendo veiculado a partir das 18h30. Sua equipe era ancorada por Nájila Fernandes e tinha como editora-chefe Marcênia Izabel. Sua equipe de reportagem era composto por: Karliete Nunes, Francisco Lima, Virgílio Bacelar, Carol Santana, Wellington Alencar, com produção de: Ana Alzira, Lili Batista e Mara Júlia. As edições de texto eram feitas por Marcênia Izabel. As edições de imagens eram de responsabilidade de: Andrade Filho, Niltomar Andrade e Osmar Araújo. As edições de caracteres estavam sob a responsabilidade de Herbert Adriani. O programa tinha como operador de áudio: Jota Júnior e diretor de TV: Nerison Deoblad.

O programa Abra o Olho abordava temas de área do Direito do Consumidor, Civil e Trabalhista; abria espaço para assuntos de interesse da comunidade, tirando

dúvidas do cotidiano do telespectador. Era exibido às segundas-feiras, às 13h, logo após o Jornal Antares, com reprise as sextas, às 19h. Com uma enorme equipe dando suporte ao programa, tendo editor chefe: Francisco Lima, apresentação Francisco Lima, produção: Lili Batista, operador de áudio: Francisco José e diretor Leonel Campos.

O Interferência busca ousadia e irreverência, com entrevistas e matérias exclusivas, além de muitas dicas de cinema e música. O programa era mais voltado para o público jovem, tendo a participação de ligações do público. Durante sua veiculação a programação abrangia temáticas desde rock pop, esporte radical, dicas de leituras, lugares dançantes, e tinha também um momento para ler os recados dos internautas. As roupas dos apresentadores eram coloridas e bem extrovertidas para que os telespectadores pudessem sentir-se à vontade. O Interferência era comandado por Douglas Ferreira, Airton Ramos e Carol Santana. O programa ia ao ar todas as terças-feiras, às 13h30. Tinha como assistente de produção Natália Hisse, diretor de TV: Alexandre Xavier, vídeografismo: Marcelo Rêgo.

O Curta Piauí era uma produção audiovisual do Piauí na tela da TV Antares. Nele eram exibidos documentários, filmes de ficção, animação e ótimas conversas com quem vivia na frente e atrás das câmaras. O Curta Piauí era exibido às quintas-feiras, às 19h, com horário alternativo aos sábados, às 13h. O programa era apresentado por Nájila Fernandes, tinha como editor-chefe Murilo Lago, edição de imagens de Nerison Deobald e diretora artística Tamar Fortes.

O programa Teófilo Piauízando era apresentado pelo músico piauiense Teófilo Lima. A atração era exibida aos sábados, às 19h30, e aos domingos, às 18h30. Como o próprio nome já diz Teófilo Piauízando é uma viagem pelo Piauí, por meio de sua gente e de sua cultura, além de seus valores artísticos, apresentava grandes nomes da arte piauiense, mas, especialmente, artistas que eram desconhecidos do grande público e não tinham espaço na grande mídia. A equipe de produção do programa era bem variada, mas tinha como equipe fixa e edição de Talita Magno e Márcio Bigly.

Já o programa Teleleco era dirigido para o público infanto-juvenil e que tinha como temas principais a educação, o esporte, a arte e a ciência. Ele era apresentado por Getúlio Borges, pessoa que dá vida ao Palhaço Leleco. O programa abria espaço para que crianças e adolescentes mostrassem valores artísticos. O Teleleco ia ao ar todos os sábados, a partir das 11h30, com reprises

aos domingos, às 12h30. Ele era produzido pelo próprio Leleco e editado por Fábio Costa.

O Telejornal Antares era comandado por Francisco Lima. Ele discutia temas importantes e decisivos para o dia do piauiense, como cultura, lazer, entretenimento, além de pontos de interesse da comunidade local. O jornal tinha quarenta e cinco minutos de duração, começando às 12h15min e com término 13h, sendo veiculado de segunda a sexta feira. Contava com quadros como empreendedorismo, todas as quartas-feiras e com entrevistas especiais, de saúde, cultura, espaço para prestação de serviços. No Telejornal Antares eram exibidas diariamente seis matérias, contando com a equipe de três editores, duas equipes externas, três jornalistas externos, com quatro produtores pela manhã e dois à tarde. O jornal era estruturado em três blocos de informação, sendo que no primeiro ele cobria matérias cujos temas eram factuais, dando mais espaço às matérias relacionadas a população. No segundo bloco telejornal apresentava quadros fixos da casa como: educação no trânsito, sempre com entrevistas com especialistas, às quartas havia o quadro de empreendedorismo, com participação do professor Helder de Freitas. No terceiro bloco o espaço era reservado ao entretenimento, com notícias sobre o mundo artístico, contando com participação do jornalista Airton Ramos. Ele falava de filmes e dava dicas para quem estava a fim de curtir o fim de semana. Dentro do telejornal também eram abordadas dicas de trabalho, quantidade de vagas e oportunidades de cursos. Nas passagem dos blocos, para o intervalo comercial eram passadas propagandas de legislação no trânsito, mensagens de paz, indicações de farmácias, de programas de redes nacionais e programas locais.

Além das edições locais o jornal Antares 1ª edição também apresenta matérias vindas de Picos, e também oferece suas principais matérias para a emissora que é afiliada a Rede Brasil, como especiais, ou sérias comemorativas.

4.2 – Por dentro da TV Antares – a emissora na contemporaneidade

Até o fim do primeiro semestre de 2025 a TV Antares funcionava da seguinte forma, com cinco programas ao vivo e diários (de segunda a sexta) e quatro programas gravados, exibidos em dias alternados.

Eram programas da TV Antares diários: Esporte Antares, exibido de 11h15 às 11h45, apresentado por Sidney Santos e produzido pelo mesmo e por Emmanuel Gomes; Piauí Sustentável, exibido de 11h45 às 11h55, apresentado por Eugênia

Reis, produzido pela mesma e pela equipe de Jornalismo da emissora; Este Som é Nosso, exibido de 11h55 às 12h, que é um interprograma musical, sem apresentação, mas produzido por Leide Sousa, Repórter Piauí Tarde, exibido de 12h às 12h45, apresentado por Christhian Sousa e produzido pela equipe de Jornalismo da emissora; e Repórter Piauí Noite, exibido de 18h30 às 19h, apresentado por Luís Fernando e produzido pela equipe de jornalismo da emissora.

Eram programas semanais e gravados da TV Antares: OAEOZ, veiculado às segundas-feiras, de 18h às 18h30, apresentado e produzido por Henrique Douglas; Sob Outro Olhar, veiculado às terças-feiras, de 18h às 18h30, apresentado por Norma Suely e produzido por Leide Sousa; MPTV, veiculado às quartas-feiras, de 18h às 18h30, apresentado e produzido pela equipe de Comunicação do Ministério Público Estadual do Piauí; Semana Antares, veiculado aos sábados, de 11h30 às 1h, apresentado por Luís Fernando, sob responsabilidade de produção da equipe de Jornalismo da TV Antares.

Destaca-se que todos os programas da atualidade têm forte acompanhamento da equipe gestora e todas as edições e filmagens são das mesmas equipes.

V – NEWSMAKING. UM NECESÁRIO ENTENDIMENTO PARA AS PRODUÇÕES JORNALÍSTICAS, PRINCIPALMENTE AS TELEJORNALÍSTICAS

O newsmaking é área da pesquisa comunicativa recente dos estudos sobre os emissores e acerca dos processos produtivos nas comunicações de massa. É um estudo dos efeitos a longo prazo dos meios de comunicação e dos seus processos produtivos e como esses meios constroem a imagem de uma suposta realidade social. É o processo que mostra como a comunicação de massa é produzida e se efetua na construção das mensagens nos meios de comunicação. Esse pensamento é trazido por Mauro Wolf (2012) ao conceituar as questões do newsmaking. O termo, em tradução livre, significa notícias, ou seja, são os estudos das notícias e como elas enveredam pelas questões das rotinas produtivas. Para Mauro Wolf (2012, p. 81), todas as pesquisas desta área:

[...] têm em comum a técnica da observação participante (de entre os exemplos mais relevantes, posso citar Warner, 1971; Elliott, 1972; Epstein, 1973; Altheide, 1976; Schlesinger, 1978a; Tuchman, 1978; Alvarado – Bunscombe, 1978; Golding - Elliott, 1979; Gans, 1979; Fishman, 1980; Bantz – McCorkle – Baade, 1981). Desta forma, é possível reunir e obter, sistematicamente, as informações e os dados fundamentais sobre as rotinas produtivas que operam na indústria dos mass media (Wolf, 2012, p. 81).

Essas observações são essenciais para se estabelecer como funcionam as rotinas produtivas dos meios jornalísticos, como são selecionadas as notícias, seus valores e as rotinas produtivas em si. Ou seja, é a parte empírica dos ambientes das redações jornalísticas.

Mauro Wolf (2012) diz que é uma forma de conhecer o veículo de comunicação, e como o profissional jornalista constrói essa suposta realidade que, diariamente é mediada em seus programas, em seus quadros e nos materiais veiculados para os públicos. Já adentrando no campo televisivo, uma área bem destacada em seus estudos, Mauro Wolf (2012, p. 85) destaca como pontos principais de reflexão:

[...] distorção, fragmentação, dificuldade de argumentar e tratar, de uma forma aprofundada e coerente, os temas apresentados, são,

pois, características imputáveis, por um lado, à maneira como se desenrola a produção televisiva e, por outro, aos valores e à cultura profissional que os jornalistas interiorizam e põem em prática.

O profissional jornalista, e seus conhecimentos de mundo, contribui na hora da construção da notícia, sendo ampliados cada vez mais com as práticas e experimentações cotidianas.

Um profissional pouco informado vai deixar a matéria sempre incompleta. E, se não tiver uma boa formação acadêmica, ética e moral, também contribuiu para um noticiamento com meias verdades.

Profissionais desinformados ou mesmo com pressa para o furo de reportagem, tão comuns em nossa cotidianidade, muitas vezes deixam a notícia distorcida.

As rotinas corridas dos meios de comunicação, aliados aos valores notícia são importantes na conclusão do processo produtivo. Erick Neveu (2006) refletia todas essas perspectivas jornalísticas para o início desta século XXI.

O profissionalismo com seus valores e rotinas acrescenta sempre restrições à informação produzida. Um outro tipo de deformação ou distorção dos conteúdos é com fins políticos ou pessoais, muito constante na profissão jornalística. Segundo Mauro Wolf (2012, p. 94) esses fatos são representados em:

[...] consequência deste facto, acentuam-se, indubitavelmente, os impulsos para a fragmentação, para centrar a cobertura informativa nas personalidades de elite e para todos os outros factores corresponsáveis pela distorção informativa que pretere uma visão, articulada e global, da realidade social.

Desse ponto de vista, o jornalista influi muito no processo de construção dessas notícias, desde a seleção até a redação final, as notícias são veiculadas de acordo com seu próprio interesse, ou de acordo com o interesse do próprio veículo de comunicação. Muito desses processos estão interligados diretamente às questões relacionadas às noticiabilidades no campo do Jornalismo.

5.1 – Noticiabilidade no Jornalismo

Os meios de comunicação, representados por suas equipes de mediadores (jornalistas) têm a tarefa de escolher diariamente certa quantidade de notícias, tendo como objetivo despertar o interesse do público (consumidores da informação).

Uma das práticas do newsmaking, como destaca Mauro Wolf (2012) é a noticiabilidade que trabalha com critérios para escolher uma quantidade limitada de notícias e os principais fatos veiculados em um noticiário. Sua aplicação, segundo Mauro Wolf (2012) baseia-se nos valores-notícia, que definem quais acontecimentos são mais interessantes.

Nilson Lage (2012) destaca que os valores-notícia são caracterizados a partir de que: i) a notícia é axiomática, dispensando argumentos e provas; ii) é contextualizada no tempo e no espaço; iii) resulta do prestígio da confiabilidade de um emissor aparente ou do veículo de comunicação; iv) é polissêmica, daí precisar de um certo nível de redundância na mensagem; v) deve ser compreendida em uma estrutura em que estão previstos emissor e receptor; vi) do ponto de vista das funções jakobsonianas da linguagem, nela predomina o aspecto referencial, buscando-se nela eliminar as funções emotiva (referente ao emissor) e conativa (dirigida ao receptor), procurando ocultar ambos os polos da interação comunicativa; vii) deve apresentar harmonia vocabular, devendo empregar verbos no indicativo e foco narrativo em terceira pessoa, gerando efeito de isenção no discurso; viii) trata de fatos de um passado recente cuja ação foi concluída (perfectiva), já que notícias sobre desdobramentos de um mesmo fato aparecem como sucessão fragmentada de relatos, sem unidade narrativa; ix) a notícia pode também tratar de um acontecimento em um futuro próximo (futuro simples); x) não trata de pensamentos ou crenças, a não ser quando manifestos em um discurso; xi) os verbos usados em seus enunciados vêm dos campos semânticos do fazer (transformação), ir (movimento) e dizer (comunicação); e, finalmente, xii) sua linguagem está na interseção entre os registros formal e coloquial.

Geralmente os telejornais utilizam determinados critérios de produção de notícias, como os frisados por Nilson Lage (2012) como forma de atrair o público ou audiência. Segundo Wolf (2012) produção de informação de massa é levada em conta a cultura dos meios de comunicação massivos ou feitos para atingirem a maior quantidade de pessoas, sendo que estas funções são concretizadas em termos de notícias pelos jornalistas perante a sociedade, também se criando convenções profissionais que determinam a definição de notícias e do processo produtivo. Ou seja, a imprensa tem uma função própria e a notícia é seu principal elemento.

A noticiabilidade, segundo Mauro Wolf (2012), é constituída por um conjunto de requisitos que se utiliza na estrutura da notícia, seja dos órgãos de informação,

ou do ponto de vista do jornalista, noticiabilidade é a capacidade que os fatos têm de virar ou não notícia. Todos esses fatos são instigados pelas perspectivas dos valores-notícia.

5.2 – Os valores-notícia

Mauro Wolf (2012) destaca que cada veículo de comunicação tem seus próprios valores na hora de produzir as matérias jornalísticas. Esses valores-notícia são dados desde o recolhimento do material inicial até a redação final. Cada assunto que represente interesse se torna notícia.

Os valores/notícia utiliza-se de duas maneiras. São critérios de selecção dos elementos dignos de serem incluídos no produto final, desde o material disponível até à redacção. Em segundo lugar, funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na preparação das notícias a apresentar ao público (Wolf, 2012, p. 85).

Na TV Antares, objeto deste estudo de Conclusão de Curso em Jornalismo, por ser uma emissora pública, tem mais funções relacionadas aos valores-notícia. Na emissora há maiores desafios para a selecção de acontecimentos de carácter público.

Nota-se que sendo que infelizmente, durante todos os acompanhamentos na emissora, muitas vezes esse noticiamento é deixado de lado quando outra notícia precisa de mais espaço. Para isso a equipe tem que ter a certeza de que aquela notícia que foi escolhida é a melhor, por que supostamente é arriscar e acertar, pois o que leva em conta é a opinião do público, se ele gostou ou não, vindo de onde vier.

As necessidades e exigências dos públicos são escolhidas e conversadas para que o apresentador possa acertar, pois o ibope do jornal não é comercial e nem produto à venda, mas sim uma boa notícia.

Os meios de comunicação também se preocupam com a concorrência e fazem de tudo para dar a notícia de primeira mão ou levando os consumidores de informação a crerem sobre exclusividade. Às vezes ocorre a fragmentação da notícia para dar o furo da reportagem numa visão global da realidade social.

Ainda, segundo Mauro Wolf (2012), os valores da notícia, encontram-se enterrados em todo processo da informação. Sendo levado em conta a partir de

muitos critérios. Muitos destes são aventados e tornam-se, no ponto de vista prático e teórico do jornalismo, pontos consonantes.

Mauro Wolf (2012) diz que primeiramente são examinados os critérios substantivos: como grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável e sobre interesse social, quantas pessoas se envolvem em cada acontecimento de notícia, relevância do acontecimento como quanto à evolução do caso, o futuro de uma determinada situação. Depois, também na visão de Mauro Wolf (2012), são analisados os critérios relacionados ao produto, a seleção implica, pelo menos, o reconhecimento de que um acontecimento é um acontecimento e não uma casual sucessão de coisas cuja forma e cujo tipo se subtraem ao registro incluindo o critério relativo a concorrência, nesse caso o ponto de vista do jornalista é muito importante.

Para Mauro Wolf (2012, p. 107), “o processo de seleção das notícias pode ser comparado a um funil dentro do qual se colocam inúmeros dados de que apenas um número restrito consegue ser filtrado”. Pode, porém fazer-se igualmente uma comparação com um acordeão, dado que certas notícias que são acrescentadas, deslocadas, inseridas no último momento.

As matérias principais requerem maior atenção, não menosprezando alguns materiais jornalísticos, mas é importante que, o jornalista faça a seleção exata do que irá ser veiculado.

Muitos desses pontos e perspectivas têm ligação direta e explicações precisas sobre as questões das rotinas produtivas.

5.3 – Rotinas produtivas

Todo trabalho profissional nos meios de comunicação faz parte das rotinas produtivas. De acordo com Mauro Wolf (2012, p. 96): “Essas fases são três: a recolha, a seleção e a apresentação. Cada uma delas dá lugar a rotinas articuladas e a processos de trabalho, dos quais só alguns aspectos são tratados”. Desde o recolhimento do material até ir ao ar a matéria. Esse processo de coleta se dá na interação entre fontes, jornalistas e públicos. Ou seja, há toda uma dinâmica produtiva e de veiculação de material.

O estudo do newsmaking ocorre observando determinados meio de comunicação e como são trabalhados as rotinas produtivas nos telejornais. De acordo com Wolf (2012) as rotinas produtivas se baseiam analisando as mensagens

e os processos produtivos como entrevistas, observação dos momentos de crise ou quando há ajustamento da linha editorial, onde as rotinas são constantemente corrigidas.

Num tempo em que as sociedades não raramente se queixam da “repetição” de agendas propostas pela imprensa – e aí não nos referimos apenas aos impressos, mas também aos veículos eletrônicos e digitais –, atentar para essas possibilidades pode ajudar a pensar e efetivar saídas para um jornalismo mais completo, capaz de informar e de muito mais (até mesmo de divertir, considerando a essência do gênero diversional, previamente argumentada), capaz de ser narrativa duradoura do cotidiano, retrato de épocas, documento histórico para a posteridade. E isso tudo, para retomar a ideia inicial, não se faz só com a forma dada ao texto – podendo, agora, ser entendido em sentido largo –, mas principalmente pelo modo como se conduz sua construção (Assis, 2017, p. 51).

Os pontos apontados por Francisco de Assis (2017) entoam a importância do próprio debate sobre as rotinas produtivas a produção em si.

Passa-se, a partir de agora, a analisar as questões produtivas da TV Antares.

VI – ANÁLISE DA PRODUÇÃO TELEJORNALÍSTICA NA TV ANTARES, DE TERESINA, PIAUÍ

Antes de falar das rotinas de produção da TV Antares e de sua inserção enquanto emissora pública, em comparação com o que era feito na transição da primeira década para a segunda década deste século XXI com o meio da terceira década, é muito importante salientar sobre a preocupação telejornalística da emissora e a composição de suas equipes.

A TV Antares se preocupava, e continua se preocupando, sendo um dos primeiros pontos analisados, destacados e comprovados nesta pesquisa, em fazer programas que não alterem negativamente a vida de seu público, por se tratar de instigar a cidadania e a busca cidadã de seus direitos, procurando veicular um entretenimento para sua família em geral, de maneira saudável e com muita credibilidade.

Ou seja, de cara, notadamente pelo que foi acompanhado durante essas duas fases, nota-se o compromisso social das equipes que fizeram e fazem a emissora. Esse foi um tipo de atitude que não mudou durante as duas fases de acompanhamento da mesma.

Nesse interim de praticamente uma década e meia nota-se uma mudança quase que completa nas equipes da emissora pública, mas destaca-se que a maneira de fazer jornalismo e seu compromisso praticamente não mudou.

As mudanças de equipe foram naturais por dois grandes motivos: uma parte, que era composta de funcionários fixos e com estabilidade no emprego, entre o primeiro momento e o segundo momento, terminou se aposentando; outra parte, de funcionários comissionados, que adentram e saem dos empregos a partir do momento em que há um ou outro governo, mudaram por conta disso ou por terem ido para outras empresas telejornalísticas, de jornalismo em geral ou até mudaram de funções.

Entre os dois períodos de acompanhamento das rotinas produtivas para a feitura deste TCC, menos de 10% das equipes continuam na emissora.

É notório que não havia, e continua não ocorrendo, as pressões das rotinas produtivas, como destacadas por Mauro Wolf (2012), principalmente por questões sociais e por uma corrida desenfreada em busca de uma audiência quantitativa, mas

sempre qualitativa. Esses pontos são chave para a própria diferenciação da TV Antares enquanto emissora pública, dando mais tempo e menos pressões no dia a dia jornalístico em suas próprias rotinas produtivas.

As palavras da TV, até hoje conhecida por educativa, são: cultura, lazer educação e prestação de serviços. Essa virtude, permanece entre todo o período estudado e acompanhado no trabalho, inclusive faz parte, como um compromisso, diretamente de quase todos os seus programas, tanto os diários, quanto os semanais. Notou-se isso durante a primeira fase do trabalho e também durante a segunda fase, mesmo havendo praticamente a mudança nos nomes e nas maneiras de se fazerem esses programas.

A redação fica por conta dos produtores que fazem a apuração de notícias e dos acontecimentos, mostrando a importância desses profissionais nas rotinas produtivas, sendo o grande elo entre as notícias em geral e a veiculação das mesmas, apurando e levando para a apresentação os melhores caminhos. Nos dois momentos analisados nota-se rotinas com o mesmo compromisso. A diferenciação foi que no segundo momento, mais contemporâneo, há, em termos de idade, produtores mais jovens e muitos interconectado também com as redes sociais e a veiculação dos materiais da TV Antares também para as redes sociais, no intuito de conquistarem os públicos que também estão na Internet.

As equipes, principalmente dos telejornalísticos diários, que têm rotinas produtivas mais constantes e são considerados mais quentes, têm chefias definidas e acompanhamento coletivizado, principalmente havendo equipes que possam ajudar um ou outro telejornalístico, notadamente em dias mais movimentados em termos de notícias factuais. Essas rotinas produtivas ajudaram a profissionalizar o processo, principalmente em termos de edição e de produção.

Para Olga Curado (2002, p. 34) uma apuração ágil e eficiente em alguns casos “estimula repórteres ou editores a se sentirem liberados do compromisso de procurar a notícia, pois ficam contando com o trabalho dos apuradores para complementar a reportagem”.

Uma das mais preocupantes tarefas na redação é chamada de “ronda”, nome dado para as primeiras ligações do dia quando o produtor chega à redação, entrar em contato com as principais fontes de informação. Entre os dois momentos de acompanhamento da TV Antares, nota-se uma evolução, notadamente pela quantidade de ferramentas contemporâneas que permitem esse tipo de função

jornalística. Houve um incremento das questões via utilização do aplicativo de mensagens Whatsapp, facilitando contatos e dando maior agilidade entre o que é apurado. Destaca-se, principalmente no período contemporâneo que as rotinas produtivas, no sentido de busca da verdade e da melhor apuração, não foram deixadas de lado.

Segundo Wolf (2012, p. 97) a produção é organizada de tal modo que a sua dinâmica fundamental realça o caráter perceptível das histórias. “Se uma notícia se prolonga de um dia para o outro, presume-se que o público após, um dia de exposição a essa notícia, esteja convenientemente familiarizado com o problema de forma a permitir que o background seja dado como certo”.

Um dos objetos mais usados na redação são agenda, listas telefônicas, catálogos, internet, rede sociais (antes era o Facebook, agora são o Whatsapp e o Instagram), almanaques do ano (mais presentes no levantamento anterior), busca em agências, jornais, delegacias, hospitais e muita leitura diária, estes também mais presentes nas rotinas produtivas anteriores.

Todos esses procedimentos facilitam, nos dois momentos de estudo, a apuração que os produtores fazem para implementarem o andamento das matérias. Para Nelson Traquina (2020, p. 36), o pauteiro assim chamado, é um dos profissionais mais raros no mercado, “tem que ter características com faro para a notícia, fascínio pelos detalhes que podem apontar para o surgimento de uma boa história, capacidade de estabelecer conexões imprevisíveis e reveladoras”.

Foi frisado que existem classificações de pautas, na TV Antares não é diferente, primeiro dão ênfase nas factuais, depois vem as produzidas, e é claro as de entretenimento. A função da produção na TV Antares é também dar suporte ao repórter líder da equipe externa, o jornalista reúne o time de produtores e discute as necessidades do trabalho em campo; com a pauta na mão, faz as apurações dos fatos sonda o texto da reportagem, o jornalista segue retornado para a TV e faz, a passagem (nome dado ao relato das notícias que ele irá gravar), para depois entregar a fita ou cartão de memória para o editor-chefe e de imagens.

Para os telejornalísticos da TV Antares entrarem no ar, é preciso que tudo estejam corretamente em ordem, desde a revisão, edição e gravação tudo tem que está marcado, isso também conta com o novo cenário que tem como fundo o mundo, a realização do enquadramento posição do apresentador na bancada até o convidado que sempre é chamado para falar de tema diferente. Ou seja, coincide

com os próprios conceitos de newsmaking, rotinas produtivas e valores-notícia destacados por Mauro Wolf (2012) e pelas questões dos critérios de noticiabilidade destacados por Nilson Lage (2012).

Os temas de abertura dos telejornalísticos da TV Antares, nos dois momentos do estudo, são escolhidos de acordo com a relevância social e política, que sua repercussão passe a ser a notícia do topo, certamente todos os dias isso acontece, no entanto, existem sempre temas recorrentes como desemprego, o custo de vida, a violência ou a segurança, a saúde ou a falta dela, esses conceitos são de maioria importância para os telejornais.

De acordo com Olga Curado (2002, p. 55):

[...] a voz limpa e exposição adequada, assim com a pronúncias corretas de nomes pessoas e lugares, demonstram sua compreensão da notícia, ou entrevista, condição que lhe dá, credibilidade. É muito importante como é exposta a primeira notícia, certamente terá que causar impacto, para que o telespectador possa ter a confiança e o feedback possa acontecer.

Desde, 2008 que a equipe da TV Antares escolhe um tema para fazer matérias especiais. Começou com o tema Idoso em 2008, em 2009 a Criança, em 2010 o meio ambiente, em 2011 a Cultura e para esse ano de 2012 o escolhido foi Qualidade de vida. Esses temas são bastante abrangentes, pois envolvem a questão do idoso, combate às drogas, alimentação saudável, entre outros, mostrando, principalmente no período inicial deste estudo que havia uma preocupação também em temáticas especiais.

Entre as matérias do temas, sempre uma era escolhida para representar o Piauí na categoria de melhor reportagem, com premiações importantes como a matéria ser exibida nacionalmente, e o reconhecimento de que fez. A TV Antares tem ganho vários desses prêmios.

Para essa análise, em seus dois momentos temporais, foram selecionados documentos, com matérias feitas por outros meios de comunicação, notadamente webjornalísticos, mostrando a seriedade e compromisso que a produção tem em relação ao que é feito telejornalisticamente pela TV Antares. Nota-se nestes acompanhamentos que existem o reconhecimento sobre programas bem feitos, que não deixam a desejar em termos de rotinas produtivas e em eticidade, com equipes bem informadas e bem unidas, com grupos trabalhando (tanto na frente, quanto

atrás das câmeras), com equipes bem informadas, trabalhando com informações do dia e sempre indo atrás de suas melhores fontes. É possível encontrar notícias de interesse público, visto que a maior preocupação tanto dos produtores como da equipe do jornal, é produzir matérias que possam de alguma forma ajudar aos cidadãos.

Para Olga Curado (2002, p. 24) na redação de TV as relações profissionais são profundamente interdependentes; “o trabalho de um complementa o trabalho de outro: o desafio do entendimento da notícia começa na sintonia e na afinação da equipe”.

É reconhecida por toda a equipe, bem como a gestão, tanto da TV, quanto da própria Fundação Antares, os esforços das equipes. Nota-se que, como ponto não tão positivo, a questão salarial, que, muitas vezes, é menor do que os outros meios comerciais. Compensa-se e torna-se o emprego na TV Antares atrativo por conta da não pressão e do bom ambiente, longe de competitividades. Nota-se que durante os dois momentos da pesquisa essas situações tornam-se repetidas e iguais, mostrando que o ponto salarial ainda é carente de melhor atenção e das boas relações como lugar bom de se trabalhar, continua.

Os telejornais evidenciaram nos dois momentos constantemente as imagens e só é transformado em nota o acontecimento que não pôde ter sido filmado ou que não tem impacto significativo para o andamento do telejornal. Na parte da edição, além de ter que milimetrar tudo em minutos o material dado pelos repórteres tendo as tarefas de transformarem as coletas de imagens, sons, sonoras e offs, em matérias que vão ao ar poucas horas depois que chegam na edição. Essa correria é natural, mas na TV Antares, entre os próprios momentos acompanhados e sua temporalidade de quase uma década e meia, nota-se que são diferentes dos meios comerciais, mostrando seu lado público e de rotinas produtivas diferentes.

Os horários das veiculações dos telejornais, principalmente diários, foram, e continuam sendo, pensados estrategicamente para melhor serem captados pelos públicos.

A redação fica encarregada de sair somente depois que os telejornais acabam (hábitos que se mantêm nos dois momentos analisados), sempre de plantão analisando as notícias que são postas nos sites, blogs ou em outras emissoras, para dar o ponto de partida para o próximo telejornal do dia seguinte. Essas pautas que podem ser vinculadas depois são matérias de acontecimentos como solenidades,

assinatura de pavimentação, cronograma de ações que visam prevenir famílias que fiquem desabrigadas, assinatura de convênios com bancos na construção de praças.

Nota-se também uma constante interação com as coirmãs TV Picos e TV Delta, respectivamente das cidades de Picos e Parnaíba. Há uma troca de matérias e de colaboração entre os fazeres jornalísticos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa que por ora está sendo considerada, foi realizada em duas grandes fases, fases, por sinal, bem diferentes em minha vida, inclusive, durante a estada em duas universidades: na Faculdade Santo Agostinho (onde comecei e até cheguei a apresentar os resultados em forma de TCC – Trabalho de Conclusão de Curso) e na Universidade Estadual do Piauí, instituição em que estamos apresentando e terminando este estudo e esperamos que seja aprovado.

As fases foram entre 2010 e 2011, praticamente envolvendo os dois anos inteiros, e depois em 2025, envolvendo o primeiro semestre.

Estes períodos proporcionaram a comparação do fenômeno estudado e as fases, não em sua temporalidade (já que a primeira era maior que a segunda) mas entre os períodos, seus programas e suas maneiras de produção e de se fazer telejornalismo público.

Através dessa pesquisa verificou-se que o jornalismo público e a produção telejornalística local, são bastante envolvidas na TV Antares (objeto de estudo), principalmente sobre o que vai ao ar por aquela emissora entre segundas e sextas-feiras em que há uma maior gama de programas telejornalísticos, notadamente os feitos ao vivo.

Foram abordados temas de grande importância e de valia para a população, não são veiculadas matérias de apelações, nem matérias que possam a denegrir a imagem de qualquer pessoa, é um telejornal que usa o horário para fazer também a prestação de serviço ao público.

Tudo isso mostra a importância da comunicação pública no Piauí (atualmente feita na TV Antares e na TV Assembleia – que não foi estudada aqui, mas que poderia render mais TCCs), por não estar diretamente interligada a interesses comerciais ou político-partidários, muitas vezes presentes em outros meios. Isso ocorre não porque sejam descompromissados com a comunicação, mas por sua própria natureza pela lucro, deixando de lado as próprias questões dos lucros sociais e avanços na sociedade, a mesma sociedade em que todos nós, que fazemos ou não, as emissoras públicas, fazem parte.

No entanto, a obrigação da mídia é defender os interesses do povo, e fazer com que eles possam ficar atualizados aos acontecimentos, como também assimilar

seus direitos e deveres, ter a conscientização do mundo que está ao seu redor. Notamos, novamente, essas interfaces na TV Antares.

Durante a pesquisa foram observadas várias mudanças de equipamentos e a chegada de novas câmeras, com isso fez com que contratassem mais repórteres, e mudasse de fita para cartão de memória as matérias feitas nas ruas. Ou seja, a TV Antares também evoluiu, inclusive, entrando no sinal digital e tendo suas transmissões chegando a mais bairros de Teresina, o que era uma reclamação muito feita, principalmente durante o primeiro período da pesquisa. Com novos equipamentos, inclusive com transmissão online, a TV Antares oportunizou sua chegada a mais lugares e a mais públicos.

Os objetivos foram cumpridos, pois apresentou-se, debateu-se e comparou-se (notadamente entre os dois períodos já destacados) o valor do telejornalismo público na produção das mediações informacionais na TV Antares. Nota-se que este valor continua ascendente e é mais que válido.

Respondeu-se à pergunta norteadora: como ocorrem e são valorados, na TV Antares, a produção telejornalística e quais suas faces e interfaces? Mostrando-se seus pontos positivos e não tão positivos. Nota-se, e destaca-se, que há mais pontos positivos que negativos.

Depois de muitos perrengues, de muitas aflições e de muitos não, chegar aqui é uma vitória.

Fazer duas monografias para ter o sonho de ser jornalista pode parecer até um capricho para muitos. Para mim, mãe de filho atípico, viúva e cuidadora de mãe idosa, é mais uma fase da vida e, principalmente, um caminho para rumar os sonhos.

Fazer este trabalho, comparar os primeiros estudos com os novos, que foram critérios para que tivéssemos a chance de vivenciar este sonho, foram de grandes lições. A primeira: de que há muita gente boa no Mundo, de que há muitas pessoas, inclusive no Jornalismo, dispostas a ajudar. A segunda: de que estudar vale a pena e o prazer de ter descobertas por meio de estudos é incrível.

Sabemos que no dia a dia o trabalho das redações é frenético (por conta até da própria natureza e rotinas de como as notícias acontecem), mas tivemos a chance de encontrar muitos afetos e uma receptividade incrível entre as pessoas da TV Antares. Sem esse carinho, respeito e disposição para nos ajudar, seria muito mais difícil terminar este TCC.

Também sabemos que este estudo não está mil maravilhas, que tem uma série de defeitos, que está longe de ser O TRABALHO, mas ele foi nosso, feito com esforço e, se erros aconteceram, foram porque tentamos, nunca porque ficamos esperamos acontecer.

Agradecemos a todas as pessoas que leram ele e, se não gostaram, ao menos nos orgulhamos de termos espalhados sementes para que este trabalho seja ressignificado e melhorado em outros estudos.

Gratidão eterna!

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

ALVES, Diego Lopes da Silva; LEAL, Ana Regina Barros Rêgo. **A influência política ao longo dos anos na televisão educativa piauiense**. Porto Alegre: Revista Imaginário, v. 21, n. 36, pp. 40-47, 2016.

ANATEL – AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. **Emissoras de TV autorizadas a funcionar no Piauí**. Disponível em: <https://sistemas.anatel.gov.br/srd/Consultas/ConsultaGeral/TelaListagem.asp>. Acesso em 12.mai.2025.

ASSIS, Francisco de. **O jornalismo além do lead**: rotinas produtivas, anuências e condições para uma prática diferenciada. Bauru: Revista Comunicação Midiática, v. 12, n. 3., pp. 40-54, 2017.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**. Sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2021.

BISTANE, Luciana; BARCELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Contexto, 2005.

BRASIL. **Lei 11.562, de 07 de abril de 2008**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm. Acesso em: 05.mar.2025.

CURADO, Olga. **A notícia na TV**. O dia-a-dia de quem faz Telejornalismo. Porto Alegre: Alegro, 2002.

EMERIM, Cárilda; PEREIRA, Ariane; COUTINHO, Iluska (orgs). **Telejornalismo 70 anos**: o sentido das telas e nas telas. Florianópolis: Insular, 2020.

FENAJ – FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Código de Ética dos jornalistas brasileiros**. 2016. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Acesso em: 20.fev.2025.

FERNANDES, Millôr. **Millôr definitivo**. A bíblia do caos. Porto Alegre: LP&M, 2002.

FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade e outros escritos**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2021.

FUNDAÇÃO ANTARES. **Sobre a TV Antares**. Disponível em: <https://sistemaantares.com.br/fundacao-antares/>. Acesso em: 01.mai.2025.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Dados sobre o Piauí e sua população**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pi/>. Acesso em: 30.mar.2025.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Florianópolis: Insular, 2012.

LOPES, Ivonete da Silva. **TV Brasil e a construção da rede nacional de televisão pública**. Jundiaí: Paco Editorial, 2015.

NEVEU, Erik. **Sociologia do Jornalismo**. Campinas: Loyola, 2006.

PINHEIRO FILHO, Celso. **História da Imprensa no Piauí**. Teresina: Zodíaco, 1997.

PORCELLO, Fábio. **Jornalismo solidário**. São Paulo: Brazilian Journalism Research, v. 2, n. 2, pp. 183-184, 2006.

PRIOLI, Gabriela. **Política é para todos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

SEKEFF, Cristiane. **Telejornal: do processo ao produto**. Teresina: Faculdade Santo Agostinho, 2005.

SENADO FEDERAL. **Constituição Federal do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 2016.

SILVA, Luiz Martins da. **Jornalismo público: o social como valor-notícia**. Rio de Janeiro: Anais do XI Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação (Compós), 2002.

TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo cidadão: informa ou deforma?** Brasília: Ibict, UNESCO, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2020.

TV CULTURA. **Guia de Princípios da TV Cultura**. São Paulo: Fundação Padre Anchieta, 2016.

VALENTE, Jonas. **TV pública no Brasil**: a criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira. Brasília: Dissertação apresentada ao Mestrado em Comunicação da UnB – Universidade de Brasília, 2009.

VIZEU, Alfredo. **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

VIZEU, Alfredo. **Definindo o que é notícia**. Os bastidores do telejornalismo. Porto Alegre: EdPUCRS, 2005.

VIZEU, Alfredo. **Telejornalismo**. A nova praça pública. Florianópolis: Insular, 2006.

VIZEU, Alfredo; CORREIA, João Carlos. **A construção do real no telejornalismo**: do lugar de segurança ao lugar de referência. Petrópolis: Vozes, 2007.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

YIN, Robert Kenneth. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2014.