

**UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO
GRANDE DO SUL**

**DACEC – DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS,
CONTÁBEIS, ECONÔMICAS E DA COMUNICAÇÃO**

DAIANA DAL ROS

**JORNALISMO CULTURAL E TELEVISÃO: UM ESTUDO DE CASO DO
REALITY SHOW “DESAFIO FARROUPILHA: OLHOS DO CORAÇÃO”, DA
RBS TV**

IJUÍ, 2019

DAIANA DAL ROS

**JORNALISMO CULTURAL E TELEVISÃO: UM ESTUDO DE CASO DO
REALITY SHOW “DESAFIO FARROUPILHA: OLHOS DO CORAÇÃO”, DA
RBS TV**

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo da
Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio
Grande do Sul como requisito para obtenção do título de
Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Professora Ma. Daniéli Hartmann Antonello

Ijuí

2019

DAIANA DAL ROS

**JORNALISMO CULTURAL E TELEVISÃO: UM ESTUDO DE CASO DO
REALITY SHOW “DESAFIO FARROUPILHA: OLHOS DO CORAÇÃO”, DA
RBS TV**

BANCA AVALIADORA

Professor (a)

Professor (a)

AGRADECIMENTOS

Por primeiro: “Patrão Celestial”, muito obrigada por me agraciar com o dom da vida e com o regalo de ter nascido gaúcha e nesta família. Agradeço a meus pais, Pedro e Maria da Graça, pelo seu amor e dedicação incansável à minha formação. Tenho apenas 21 anos, mas só nós sabemos por quantas coisas já passamos para que, hoje, eu esteja concluindo um curso universitário gratuito, com bolsa integral pelo Prouni.

Agradeço também aos meus familiares, que, mesmo de longe, jamais deixaram de acompanhar minha trajetória, torcer para que eu superasse os obstáculos, me amparar nos momentos de angústia e vibrar pelas minhas conquistas. Ao avô que está conosco, Adolfo, e aos avós que já partiram para a Querência Eterna, Júlia, Chico e Anilda, meu amor e minha gratidão. Tenho muito orgulho de ser neta de vocês.

Aos professores e funcionários dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Unijuí, meu reconhecimento por todo o aprendizado que com vocês obtive ao longo destes quatro anos. Aprendizado que não se restringe a técnicas ou conteúdos, mas que se estende a valores que levarei para o meu exercício profissional e para a minha vida.

Meu agradecimento aos jornalistas Cezar Freitas, diretor de Jornalismo da RBS TV, e Giovani Grizotti, idealizador do *reality show* Desafio Farroupilha. Suas disponibilidades e contribuições foram fundamentais para a realização deste trabalho.

Gratidão aos meus amigos, de longe e de perto, por me fortalecerem com suas palavras de carinho e estímulo para que eu seguisse, com coragem, rumo a meus objetivos. Vocês sabem o quão grande foi o desafio de ser acadêmica de Jornalismo, prenda, escritora e aspirante a artista ao mesmo tempo. Sabem também que sempre estiveram ao meu lado, nos piores e nos melhores momentos, me lembrando de que esta luta é em favor do bem e de que temos propósitos a cumprir. Contem sempre comigo.

Por fim, faço minhas as palavras do sábio Érico Veríssimo: “Precisamos dar um sentido humano às nossas construções. E, quando o amor ao dinheiro, ao sucesso nos estiver deixando cegos, saibamos fazer pausas para olhar os lírios do campo e as aves do céu”. Gratidão ao Universo por concluir mais um passo desta jornada. Que a evolução seja constante, e a luz que nos guia, eterna.

El mejor periodismo cultural es aquel que refleja lealmente las problemáticas globales de una época, satisface demandas sociales concretas e interpreta dinámicamente la creatividad potencial del hombre y la sociedad.

Jorge B. Rivera.

RESUMO

O presente trabalho busca realizar um estudo de caso do *Desafio Farroupilha: Olhos do coração*, *reality show* exibido em 2018 pela RBS TV, junto ao noticiário *Jornal do Almoço*. Para tanto, nos ancoramos nos pressupostos teóricos de autores como Bahia (1990), Marques de Melo (1985, 2003, 2012), Meditsch (1997), Traquina (2012), Wolf (1995), Lage (2002), Piza (2004), Chauí (2006) e Rivera (1995). A metodologia tem como referências Medeiros (2006), Gil (2002), Boni e Quaresma (2015), Duarte (2012), Duarte (2012 a) e Yin (2001). Por meio da pesquisa bibliográfica, buscamos compreender a trajetória do jornalismo e seus formatos como modo de produção do conhecimento, bem como os conceitos de cultura e jornalismo cultural, e como sua prática acontece na televisão, especialmente na RBS TV. A partir dos episódios, de uma entrevista com o jornalista Giovanni Grizotti e de informações obtidas através do *blog Repórter Farroupilha*, fazemos a descrição do objeto de estudo. Por fim, vamos à análise, identificando, por meio do recorte de dois episódios, diversos valores-notícia, os formatos jornalísticos da reportagem e da entrevista e as características que fazem com que o produto se enquadre no gênero do jornalismo cultural, cumprindo um papel social através da abordagem das temáticas da inclusão e da cultura gaúcha.

Palavras-chave: jornalismo cultural; RBS TV; *Desafio Farroupilha*; inclusão; cultura gaúcha.

ABSTRACT

This paper seeks to conduct a case study of the *Farroupilha Challenge: Eyes of the heart*, reality show aired in 2018 by RBS TV, along with the newspaper *Lunch's Journal*. Therefore, we are anchored in the theoretical assumptions of authors as Bahia (1990), Marques de Melo (1985, 2003, 2012), Meditsch (1997), Traquina (2012), Wolf (1995), Lage (2002), Piza (2004), Chauí (2006) and Rivera (1995). The methodology has as references Medeiros (2006), Gil (2002), Boni e Quaresma (2015), Duarte (2012), Duarte (2012 a) and Yin (2001). Through bibliographic research, we seek to understand the trajectory of journalism and its formats as a mode of knowledge production, as well as the concepts of culture and cultural journalism, and how its practice happens on television, especially on RBS TV. From the episodes, we gave an interview with the journalist Giovani Grizotti and information obtained through the *Farroupilha Reporter* blog, we describe the object of study. Finally, let's go to the analysis, identifying, by clipping two episodes, various news values, journalistic formats of reportage and interview and the characteristics that make the product fit into the genre of cultural journalism, playing a social role by addressing the themes of inclusion and gaucho's culture.

Keywords: cultural journalism; RBS TV; *Farroupilha Challenge*; inclusion; gaucho's culture.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
1. O JORNALISMO COMO FORMA DE CONHECIMENTO.....	11
1.1. A produção jornalística.....	13
1.2. Formatos jornalísticos.....	22
2. CULTURA E JORNALISMO	
CULTURAL.....	26
2.1. O jornalismo cultural em produtos televisivos.....	30
2.2. O jornalismo cultural na RBS TV.....	32
3. METODOLOGIA.....	38
3.1. Procedimentos metodológicos.....	38
3.2. Descrição do objeto de pesquisa – Desafio Farroupilha: Olhos do Coração.....	43
4. ESTUDO DE CASO DO DESAFIO FARROUPILHA: OLHOS	
DO CORAÇÃO.....	49
4.1. Análise do episódio do dia 03/11/2018.....	49
4.2. Análise do episódio do dia 24/11/2018.....	55
CONCLUSÃO.....	61
REFERÊNCIAS.....	64
APÊNDICE.....	69
ANEXO.....	71

INTRODUÇÃO

Em um primeiro momento, considero válido evidenciar os motivos que me levaram à escolha da temática abordada. Ao longo da minha infância e adolescência, almejei ter uma profissão que me permitisse levar às pessoas mensagens positivas – o que considero possível no Jornalismo. Durante a graduação, notei que um programa que eu costumava acompanhar, o *reality show Desafio Farroupilha*, pertencia justamente à área que mais me atraía, o jornalismo cultural.

Meu laço com a cultura vem de tempos. No que tange ao regionalismo, posso dizer que tenho 11 anos de efetiva participação no Movimento Tradicionalista Gaúcho. Nos anos de 2015 e 2016, representei a mulher gaúcha como 3ª Prenda Juvenil do Rio Grande do Sul. Imersa no “mundo do tradicionalismo”, assisti a todas as temporadas do *reality*, veiculado junto ao *Jornal do Almoço*, na RBS TV.

A partir dos estudos realizados na universidade, compreendi o sentido jornalístico desta produção. A quinta temporada, em especial, encantou-me pelo fato de falar sobre inclusão social, temática muito trabalhada no tradicionalismo e na qual tenho vasta experiência empírica. Foi então que optei por realizar, em meu Trabalho de Conclusão de Curso, um estudo acerca do *Desafio Farroupilha 2018*, denominado *Olhos do coração*, que foi ao ar entre 27 de outubro e 24 de novembro de 2018.

Estabelece-se, como objetivo principal, analisar o conteúdo do *reality*. A partir da seleção e da decupagem dos cinco episódios, a intenção é compreender como a RBS TV se utiliza das técnicas do jornalismo cultural, de forma a abordar a cultura gaúcha e a inclusão social. Assim, com esta pesquisa, busca-se elucidar o porquê destas temáticas serem consideradas boas pautas e de que forma o *Desafio Farroupilha: Olhos do coração* contribui para o jornalismo e a cultura, levando-se em consideração a demanda de produções nestas áreas que proporcionem reflexão e entretenham o telespectador.

O início se dá com a busca de uma compreensão geral da trajetória do jornalismo. A meta é entender de que forma ela é realizada e como impacta na formação do indivíduo e na coletividade, constituindo-se em uma forma de produção do conhecimento. Parte-se, então, ao estudo dos formatos jornalísticos.

No momento subsequente, faz-se uma abordagem acerca dos conceitos de cultura e do gênero do jornalismo cultural, abrangendo a sua definição e a sua aplicação junto ao meio televisivo, e, especificamente, na RBS TV. Em seguida, ocorre o detalhamento da metodologia utilizada, que, como mencionado, abarca as técnicas da pesquisa bibliográfica; da entrevista, realizada com o jornalista idealizador do projeto, Giovani Grizotti; e do estudo de caso, envolvendo a descrição minuciosa e a análise do objeto.

Para a análise do *Desafio Farroupilha: Olhos do coração*, são escolhidos dois dos cinco episódios: o segundo e o último, exibidos nos dias 3 e 24 de novembro, respectivamente. Pela análise do contexto geral da temática, este é o recorte que melhor permite compreender se o produto contempla as características do jornalismo cultural e funciona como um meio de obtenção de conhecimentos. Para a análise, são utilizados os conceitos inicialmente descobertos, principalmente os que remetem aos valores-notícia – classificação advinda da teoria do *newsmaking* – como critérios de noticiabilidade.

1. O JORNALISMO COMO FORMA DE CONHECIMENTO

O jornalismo é a arte de contar histórias reais. Como nas fábulas dos Grimm, de Andersen e de La-Fontaine, a voz do personagem é a primazia do sucesso. Falamos aqui, no entanto, de dores sentidas e de amores concretos. Como nos diz Traquina (2012), o jornalismo, sendo um desdobramento da grande área da Comunicação Social, tem servido à construção de sentidos sobre a realidade que nos cerca há cinco séculos.

Costa (2015, p. 13) entende que o “jornalismo é uma atividade informativa, realizada periodicamente e difundida pelos meios de comunicação, num compromisso de natureza social e com finalidade pública”. Beltrão (1980, p. 27), por sua vez, conceitua o jornalismo como “informação de idéias, situações e fatos atuais, interpretados à luz do interesse coletivo e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum”. Defende Rossi (2005, p. 7):

Jornalismo, independentemente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes. Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra [...].

Para Costa (2015), os primeiros passos da prática jornalística consistem na observação e na descrição de acontecimentos. Para tanto, o jornalista segue um roteiro de perguntas: o quê (o fato), quem (os personagens), quando (o momento de ocorrência), onde (o local), como (o modo como se deu o acontecimento) e por quê (a causa).

No entanto, a essência da atividade jornalística está na seleção e organização da apuração da reportagem (a coleta e a contextualização do acontecimento), para a publicação num determinado meio (impresso, radiofônico, televisivo, online). Esse trabalho ganha o nome de “edição” (COSTA, 2015, p. 16).

Meditsch (1997) elucida que há três abordagens principais para a questão do jornalismo como forma de conhecimento. Para a primeira, amplamente defendida no início do século XX por autores como Karl Kraus e Walter Benjamin, além dos fundadores da Escola de Frankfurt, o jornalismo contribui para a degradação do saber.

Em um tempo em que o método científico era parâmetro único para conhecer o mundo, o jornalismo foi visto como uma área não produtora de conhecimentos válidos. Conforme o autor, apesar das críticas, esta visão ainda tem grande influência na produção contemporânea acerca da área da Comunicação, situando o jornalismo como “uma ciência mal feita, quando não como uma atividade perversa e degradante” (MEDITSCH, 1997, p. 2).

A segunda abordagem já admite o jornalismo como uma ciência menor, mas não de todo inútil. William James e Robert Park foram os precursores desta corrente. James entendia o conhecimento não como ideal abstrato, mas como algo palpável, presente no dia a dia das pessoas. Já Park trouxe estas considerações para o campo do jornalismo, e encontrou nele especificidades que o fazem ser notado como forma de conhecimento da realidade (MEDITSCH, 1997.)

Park propôs posicionar a notícia entre os dois níveis de conhecimento listados por James: o conhecimento utilizado no cotidiano e aquele produzido pelas ciências. Meditsch (1997, p. 3) diz que “este tipo de diferenciação do Jornalismo a partir do grau de profundidade que alcança comparativamente à Ciência ou à História é admitida pelos próprios jornalistas”, quando fazem comparações entre o seu trabalho e o dos cientistas.

Na defesa de uma terceira abordagem, o autor sugere que o jornalismo não revela nem mais, nem menos do que a ciência; revela diferente.

O Jornalismo não apenas reproduz o conhecimento que ele próprio produz, reproduz também o conhecimento produzido por outras instituições sociais. A hipótese de que ocorra uma reprodução do conhecimento, mais complexa do que a sua simples transmissão, ajuda a entender melhor o papel do Jornalismo no processo de cognição social (MEDITSCH, 1997, p. 3).

A forma como os produtos jornalísticos são interpretados depende da bagagem cultural de cada indivíduo. Fazendo uma generalização, é possível afirmar que há casos positivos e negativos. Em determinadas situações, o jornalismo desinforma. Mas, na maioria das vezes, ensina muito. Cabe ao cidadão filtrar o que lhe é caro neste processo. (MEDITSCH, 1997).

Assim, o autor elucida que, quando consideramos o jornalismo não só um meio de comunicação, mas um meio para obtenção de conhecimento, estamos aumentando a exigência sobre seus conteúdos. E este processo, que tanto afeta a vida de uma sociedade, deve ser visto com tal importância e transcender o domínio dos jornalistas, de seus grupos sociais e de suas organizações, passando, assim, pelo crivo do controle social.

1.1. A produção jornalística

Da prensa tipográfica de Gutenberg à agilidade dos dispositivos móveis, as técnicas jornalísticas adquirem visibilidade e credibilidade perante as instituições sociais. De acordo com Marques de Melo (1985), é necessário voltar às raízes – europeias – dos processos jornalísticos para compreendê-los em sua universalidade.

O jornalismo é um fenômeno universal, mas suas raízes são europeias. Entender as manifestações que floresceram nos territórios onde essa inovação cultural se deu pela ação dos colonizadores implica resgatar traços originais que permaneceram e vislumbrar as transformações determinadas por contingências históricas (MARQUES DE MELO, 1985, p. 146).

O desenvolvimento do jornalismo é, desde o século XV, ininterrupto, ainda que lento. Na Europa do século XIX, a industrialização impulsiona a sua profissionalização, de forma a privilegiar a informação em detrimento da propaganda política (MARQUES DE MELO, 1985). Para Traquina (2012), é neste contexto que surge o primeiro *mass media*: a imprensa. A urbanização e a escolarização em grande escala, com a criação de instituições públicas de ensino, são fatores essenciais para tal processo.

Sob a influência positivista, o acelerado fluxo de invenções leva a um jornalismo cada vez mais atual e global. A partir de novas formas de financiamento, a produção conquista maior independência em relação às questões políticas. Para Bahia (1990), todos os meios pelos quais a notícia chega ao público, do impresso ao digital, são jornalismo. Em quaisquer destes meios e em qualquer época, porém, a ética, intrínseca à convivência social, deve ser também substância basilar à produção jornalística. Faremos a retomada deste conceito ainda no presente capítulo.

A lei que rege o jornalismo está no fato, na surpresa, na idéia, na desgraça ou na glória. A sua seiva é a liberdade. Não se justifica jornalismo sem liberdade de expressão e pensamento, da mesma forma como não há democracia sem pluralismo. A liberdade é vital para o jornalismo, tanto quanto o é para a pessoa (BAHIA, 1990, p. 20).

Traquina (2012, p. 23) entende que a imprensa se expande com a crescente conquista de direitos fundamentais à existência humana. A democracia e a consequente liberdade de expressão são fruto de intensas revoluções travadas ao longo dos últimos cinco séculos. Nas palavras do autor, “tal como a democracia sem uma imprensa livre é impensável, o jornalismo sem liberdade ou é farsa ou é tragédia”.

O Estado democrático tem, na imprensa, a mediação necessária entre a opinião pública e a representação hierárquica do poder. De acordo com Traquina (2012, p. 23),

o historicamente chamado “quarto poder” sempre gerou desconfiança das instituições governantes, por sua ação fiscalizadora e incentivadora de reformas sociais, tangenciando as elites e conversando com públicos heterogêneos.

Passa-se a oferecer espaço para a diversidade de conteúdos, produzidos e selecionados pelo repórter. A esta figura é delegada a tarefa de buscar fontes e múltiplas testemunhas, para relatar os fatos com o maior número de pontos de vista possível. Institui-se a produção da notícia em série. O sensacionalismo, a investigação profunda e a grande reportagem são heranças deste período (TRAQUINA, 2012).

A partir da comercialização da notícia, no século XIX, constitui-se a profissão de jornalista, com salários mais elevados e o aprimoramento nos métodos de seleção de informações. Traquina (2012) esclarece que, neste período, a classe média pedia por notícias frescas, em especial nos ramos da Política e da Economia.

Naturalmente, a produção em massa exige o aprimoramento da divisão do trabalho, nos setores que vêm a ser, mais tarde, as editorias especializadas. A partir da conquista de leitores e anunciantes fiéis, os jornais passam a ter força para recusar subsídios e adotar o regime autossustentável. Entre o fim do século XIX e o início do século XX, as referidas tendências são endossadas pela presença de modelos e códigos profissionais partilhados e ligados ao cotidiano de produção.

Para Wolf (1995), uma das abordagens possíveis para explicar esta nova forma de fazer jornalismo é o *newsmaking*. A teoria se ocupa do estudo das conexões existentes entre a cultura profissional dos jornalistas e da organização do trabalho e dos processos produtivos. A cultura profissional é uma série de paradigmas profissionais, que regem as rotinas nas redações.

São estabelecidos, assim, valores-notícia que, juntos, compõem a noticiabilidade (*newsworthiness*), e definem a aptidão de cada acontecimento para ser transformado em notícia. Traquina (2012) afirma que, no cotidiano da empresa jornalística, a identificação veloz e eficaz de tais valores exige um consenso entre os comunicadores e a imposição da figura do editor.

Kunczik (2001, p. 243) explica que “os valores informativos nada mais são que as suposições intuitivas dos jornalistas com referência àquilo que interessa a um público determinado, àquilo que chama a sua atenção”. Desta forma, os veículos de comunicação transformam em notícia fatos de curta duração atuais, preferencialmente do dia, baseados em uma orientação local ou etnocêntrica.

Wolf (1995) justifica que a escolha do que é noticiável é orientada pragmaticamente para a factibilidade do produto informativo, que descontextualiza um acontecimento do seu estado bruto para recontextualizá-lo nas dimensões do noticiário. As informações são avaliadas quanto ao grau de integração que apresentam em relação ao curso normal das fases de produção.

Neste quadro, a ligação entre características da organização do trabalho nos órgãos de comunicação de massa e elementos da cultura profissional, é absolutamente estreita e vinculativa, o que define, precisamente, o conjunto de características que os acontecimentos devem possuir [...]. A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas – para adquirirem a existência pública de notícias. Tudo o que não corresponde a esses requisitos é <<excluído>>, por não ser adequado às rotinas produtivas e aos cânones da cultura profissional. [...] Pode também dizer-se que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 1995, p. 170).

Para Wolf (1995), tais critérios de relevância estão relacionados: às características substantivas; ao conteúdo das notícias; à disponibilidade de material e à construção do produto informativo; ao público; à concorrência. A primeira categoria se refere ao fato em seu estado natural; a segunda, aos processos de produção; a terceira, à imagem dos jornalistas acerca dos destinatários; e a quarta, às relações entre os *mass media* firmados no respectivo mercado informativo. Conforme a classificação do autor, são assim explicadas as tipologias:

1) Critérios substantivos

Se articulam em dois fatores. O primeiro deles é a importância da notícia, determinada por mais quatro fatores:

- a) Grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento: Demonstram que são privilegiadas, na escolha do que será notícia, pessoas e organizações de elite, com altos graus de poder econômico, riqueza e prestígio. Estão ligados ao valor-notícia que favorece a utilização de fontes oficiais e nível social elevado.
- b) Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional: É a probabilidade de que o acontecimento influa sobre os interesses do país. A este fator, estão associados os valores-notícia da significatividade, que remete à interpretação do fato no contexto em

que o receptor está inserido, e à proximidade, relativa à geografia e às semelhanças culturais.

- c) Quantidade de pessoas que o acontecimento envolve: O acontecimento torna-se mais visível quando há mais envolvidos, ainda mais se forem nomes conhecidos. Este fator está ligado aos valores-notícia da afinidade cultural e da proximidade.
- d) Relevância e significatividade do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação: Quando o jornalista vislumbra o desenrolar de mais capítulos de uma história, que se iniciam pelos atuais acontecimentos (WOLF, 1995).

O segundo principal fator, segundo Wolf (1995), é o interesse da notícia. Ele está ligado à imagem que os jornalistas têm do público e ao valor-notícia da capacidade de entretenimento. Em produções jornalísticas que exigem aprofundamento, o entreter pode ser utilizado como estratégia para despertar ou manter a atenção do receptor. Assim, a interpretação do acontecimento se baseia no interesse humano, em fatos insólitos e curiosos, o que garante à notícia um viés social.

2. Critérios relativos ao produto

Conforme Wolf (1995), em primeira instância, referem-se à disponibilidade de materiais, ou seja, se o acontecimento é acessível e oferece estrutura para a cobertura. Estão relacionados, também, com as características específicas do produto informativo, no que tange aos limites técnicos do meio de comunicação.

Inclui-se também, nesta categoria, o valor-notícia da brevidade. A limitação de comprimento das notícias permite uma escolha mais ampla de material, abrangendo um maior número de acontecimentos. O autor cita também o valor-notícia relativo à ideologia, que costuma favorecer aos fatos não comuns, que alteram a rotina. Outro valor-notícia relacionado ao produto é a atualidade; para serem noticiáveis, os fatos devem ter acontecido recentemente ou fazerem referência a uma situação atual (WOLF, 1995).

A noticiabilidade perpassa também o valor da qualidade, levando-se em consideração se o fato é dinâmico, oferecendo boas possibilidades de exposição, trazendo ao receptor uma apresentação dinâmica, bem ilustrada, com diversos pontos de vista acerca do tema, linguagem clara e padrões técnicos próprios dos meios em que será veiculada (WOLF, 1995).

O último valor-notícia a que Wolf (1995) se refere é o equilíbrio do produto, para que contenha doses apropriadas de informação em cada uma das categorias necessárias (geografia, faixas etárias, forças políticas e partidárias, etc.). Este critério nos lembra, novamente, da necessidade de manter o público interessado, o que contribui para a fragmentação, em especial na televisão, meio onde foi veiculado o *Desafio Farroupilha: Olhos do coração*, objeto de estudo deste trabalho.

3. Critérios relativos ao meio de comunicação

Wolf (1995) explica que, aliada à existência de um bom conteúdo, deve estar uma boa apresentação do mesmo. Aos critérios relacionados ao meio de comunicação, estão ligados todos os valores-notícia relacionados ao público, evidenciando o propósito de não cair no sensacionalismo e respeitar os limites do bom senso, da privacidade e da moral.

Pouco adianta ter notícias importantes acompanhadas de uma exposição fraca. No caso da televisão, os fatos a serem noticiados devem oferecer a possibilidade de um bom material visual, que corresponda aos *standards* técnicos e ilustre os aspectos mais relevantes do acontecimento. E, é claro, o texto deve ser um eficiente meio de condução do leitor pelo fio da história (WOLF, 1995).

A frequência é mais um dos valores-notícia referentes ao meio de comunicação. A periodicidade com que um acontecimento é noticiado determina a probabilidade de que volte a ser veiculado. O ritmo de trabalho dos veículos, em especial o rádio e a televisão, privilegia acontecimentos pontuais, únicos e de rápida conclusão. Já o valor-notícia do formato nos traz a noção de espaço-tempo, que impõe limites ao produto informativo. Ele diz respeito, por exemplo, ao número e à duração das filmagens que podem ser apresentadas em um noticiário (WOLF, 1995).

4. Critérios relativos ao público

Estão diretamente relacionados à imagem que o jornalista tem do público. Referem-se ao desafio de elaborar produtos que tragam o volume de informação necessário, sem deixar de atender as expectativas dos destinatários. Para Wolf (1995), este termo de referência consiste em um dos aspectos mais interessantes e menos aprofundados pela teoria do *newsmaking*.

Sob a perspectiva dos valores-notícia, é possível afirmar que os critérios relativos ao público se enquadram no fator de qualidade, tendo em vista a necessidade de clareza na linguagem empregada. Por conseguinte, se referem à estrutura narrativa, envolvendo a capacidade de atração, do entretenimento e da importância do produto. Estes critérios se relacionam, ainda, com o valor-notícia da proteção, segundo o qual não são noticiados fatos com tendência de provocar traumas no público – a exemplo do suicídio (WOLF, 1995).

Assim, conforme o autor, se constituem três categorias de notícia:

- a) As notícias que permitem uma identificação por parte do espectador
- b) As notícia-de-serviço
- c) As notícias ligeiras (*non-burdening stories*)

5. Critérios relativos à concorrência

Um *mass media* tem, entre seus princípios, a motivação de ser o primeiro a dar a notícia. Essa competição gera expectativas recíprocas entre os meios de comunicação; os fatos são noticiados porque se espera que o concorrente faça o mesmo. Esta situação acaba refletindo no estabelecimento de parâmetros profissionais, para a semelhança das coberturas informativas entre veículos concorrentes, e, conseqüentemente, para uma visão limitada da realidade social (WOLF, 1995).

Wolf (1995, p. 193) conclui que nem todos os valores-notícia são igualmente importantes e relevantes; isso depende do fato em questão: “A cobertura informativa e o ciclo informativo de que um acontecimento é alvo compreender-se-ão melhor, se se tiver presente a relação que existe entre estas múltiplas variáveis”. Desta forma, de acordo com o pesquisador,

[...] os valores/notícia funcionam, concretamente, para tornarem possível a rotinização do trabalho jornalístico. Isto é, são contextualizados nos procedimentos produtivos, porque é aí que adquirem o seu significado, desempenham a sua função e se revestem daquela aparência de <<bom-senso>> que os torna, aparentemente, elementos dados como certos (WOLF, 1995, p. 195).

O autor elucida que os valores/notícia são mutáveis e adquirem significado nas rotinas produtivas, manifestando-se na especialização. Assuntos que, há algum tempo, não eram considerados relevantes a ponto de constituírem uma editoria, hoje ganham

coberturas informativas específicas. É o caso do jornalismo cultural, gênero no qual se enquadra o *Desafio Farroupilha : Olhos do coração*, objeto de estudo deste trabalho. A organização da redação em setores temáticos e os tipos e números de correspondentes e especialistas com os quais conta indicam os critérios que a orientam (WOLF, 1995).

Segundo Bahia (1990), o jornalismo especializado é uma técnica de tratamento da notícia que se aperfeiçoa de modo paralelo à evolução industrial, comercial, cultural e científica que atinge os meios de produção. O novo quadro de internacionalidade da ciência tem consequências políticas, cujo esclarecimento cabe às especialidades jornalísticas.

O jornalismo especializado consolida sua eficiência na sociedade industrial com a multiplicidade de oportunidades de negócios e a reorganização do trabalho ao privilegiar qualidade, racionalidade e produtividade. A variedade de mercados e de padrões seletivos para simples bens de consumo ou para sofisticadas mercadorias culturais leva a notícia ao mesmo tipo de exploração que realizam outros campos da ação humana (BAHIA, 1990, p. 215).

As diversas especialidades jornalísticas, desde a informação política e econômica à esportiva, artística e científica, são tradicionalmente exercidas no jornal, na revista, no rádio e na televisão, e, contemporaneamente, no universo das mídias digitais. O jornalismo está, também, nas assessorias públicas e privadas, interagindo com os setores da publicidade e propaganda e das relações públicas (Bahia, 1990).

Sendo assim, para atender a pluralidade intrínseca ao jornalismo, Bahia (1990) defende que o atual profissional da área porta uma multiplicidade de habilidades, devendo estar apto ao auxílio em todos os processos da produção jornalística. Precisa saber de tudo um pouco, articular aparatos tecnológicos e prezar pelo exercício da objetividade, embora consciente da sua impossível obtenção por completo.

Bahia (1990) defende três atributos essenciais ao jornalista moderno: a vocação, a técnica e a ética. A vocação se refere à aptidão e ao treinamento incessante de habilidades; a técnica, ao conjunto de conhecimentos adquiridos na teoria e na prática; e a ética, às regras morais individuais e coletivas que regem a atividade jornalística. Por consequência destes aspectos, as exigências do mercado de trabalho não se limitam à comprovação do diploma universitário.

Segundo Traquina (2012), a partir da afirmação de competências exclusivas, os jornalistas reivindicam um monopólio de saberes, o que lhes confere autoridade profissional em suas atividades.

Apesar da sua incapacidade histórica de delimitar o seu “território” de uma forma minimamente rigorosa, poucas profissões tiveram tanto êxito como o jornalismo na elaboração de uma vasta cultura rica em valores, símbolos e cultos que ganharam uma dimensão mitológica dentro e fora da “tribo” e de uma panóplia de ideologias justificativas em que é claramente esboçada uma identidade profissional, isto é, um *ethos*, uma definição de uma maneira de como se deve ser (jornalista) / estar (no jornalismo) (TRAQUINA, 2012, p. 128).

Estes novos horizontes, conforme Bahia (1990), acentuam os deveres sociais da atividade jornalística. Mesmo sem legitimidade política, o jornalista fala em nome da comunidade e serve à sociedade, aspirando ser testemunha da história e porta-voz da cidadania. É salutar, portanto, que esteja em contato constante com as mais diversas faces da opinião pública e realizando as manifestações que considerar necessárias.

O cumprimento destas responsabilidades se dá somente a partir da independência do profissional e do veículo. O exercício da livre expressão conquistada a confiança do público, que, a cada vez mais, sabe distinguir tendenciosidades de veracidades e preza pela autenticidade, em um momento em que a sociedade passa a ter mais acesso ao conhecimento e exige mais de seus governantes. Os meios de comunicação, por sua vez, compreendem que é apenas respeitando estes valores, de forma a reproduzir os fatos o mais fiel e imparcialmente possível, que terão crédito frente à concorrência (BAHIA, 1990).

A formação cultural de cada profissional é única, e, portanto, gera inúmeras interpretações diante de um só acontecimento, que inevitavelmente influem na seleção do que é notícia e na produção jornalística. Este é também o entendimento de Traquina (2012). Para o autor, o fato de que a objetividade é um ideal distante não quer dizer que jornalistas e veículos não devam persegui-lo, procurando informar com equilíbrio e honestidade. O conceito de objetividade surge, portanto, como o reconhecimento de que a subjetividade é inevitável.

Assim, a objetividade no jornalismo não é a negação da subjetividade, mas uma série de procedimentos que os membros da comunidade interpretativa utilizam para assegurar uma credibilidade como parte não interessada e se protegerem contra eventuais críticas ao seu trabalho (TRAQUINA, 2012, p. 141).

Bahia (1990, p. 15) compreende que “a honestidade nas notícias e nos anúncios é o mínimo de satisfação que um veículo pode oferecer à sua audiência”. O mesmo vale para a fronteira ética da exatidão, embora o tempo/espaço peça, por vezes, que se ceda à intuição e à improvisação. Basta uma falha em relação a estas regras para abalar

profundamente a reputação do jornalista e do veículo, mesmo seguida de correção rápida, como é possível no meio *online*, por exemplo.

Nas palavras de Traquina (2012, p. 145), a definição do conceito de comportamento ideal do jornalista sofre grande influência do público leitor porque “a própria sociedade, com base na aceitação consensual da teoria democrática, influencia fortemente a definição da postura profissional dos membros desta comunidade”.

Deve-se, portanto, primar pela apuração correta. Como mencionado por Bahia (1990), o exercício da imparcialidade vale tanto para o relato de uma partida de futebol quanto para processos políticos. Mesmo que não haja assinatura, a integridade exige do profissional do campo jornalístico que assuma a responsabilidade acerca de tudo o que envia para publicação.

É neste ponto que Rossi (2005) defende que o jornalismo deve ser visto não como um ofício técnico, mas como uma função social relevante; como um dever exercido não para com o empregador, mas para com a sociedade. Desta forma, a honestidade deve ser compreendida como um conceito amplo, não apenas como o ato de recusar suborno para publicar ou ocultar informações.

Se os salários são baixos, compete-lhe lutar, como as demais categorias profissionais, para melhorá-los. Se as condições de trabalho são negativas, idem, idem. O que ele não pode é usar as deficiências da empresa na qual eventualmente trabalha como escudo para a sua própria acomodação, despreparo ou acovardamento. Fazer bem e honestamente o seu trabalho é uma exigência, não para agradar os empregadores, mas para cumprir a sua missão (ROSSI, 2005, p. 77).

De acordo com Lage (2002), não se faz jornalismo fora da sociedade e do tempo histórico, e, portanto, sem influências de cunho ideológico. As correntes de pensamento são, em sua essência, motivos para a expressão jornalística. A língua é uma rica fonte de pesquisa acerca da opinião pública nacional, revelando, com suas figuras de linguagem, questões sobre o poder, relações interpessoais, antagonismos raciais e divisões de classe.

Em estudo mais recente, Marques de Melo (2012) compara o presente período ao vivido pelos contemporâneos de Gutenberg, ambas conjunturas históricas marcadas pela incerteza. Não se sabe o quão grandiosos serão os desafios a serem enfrentados, ainda, pelos profissionais e pesquisadores da área. O autor é, porém, incisivo quanto à sua certeza da continuidade das práticas jornalísticas, sempre motivadas por razões sociais.

Essa revolução tecnológica em que estamos imersos só exibiu a “ponta do iceberg”. Muitas incertezas podem ainda nos abalar (como pesquisadores), mas uma certeza nos alenta (como jornalistas): tudo isso vai ser vivido por cidadãos curiosos e apreensivos que desejam saber imediatamente o quê, quem, quando, onde, como e por quê... Enquanto houver essa necessidade social, o jornalismo vai persistir. (MARQUES DE MELO, 2012, p. 25).

1.2. Formatos jornalísticos

Conforme Marques de Melo (2012), os formatos jornalísticos têm raízes no século XVII, com o despontar do jornalismo referencial. Surge, por consequência, o gênero informativo, narração dos grandes acontecimentos. Esta fase abrange a notícia, entendida como uma fala pontual acerca dos fatos, e os relatos jornalísticos, precursores da reportagem.

No século XVIII, toma forma o gênero opinativo, tendo como vertente o jornalismo argumentativo. O que Marques de Melo (2012, p. 23) descreve como “arena de combate” é o espaço para diferentes correntes que a imprensa proporciona, principalmente nas revoluções anticolonialistas e absolutistas dos Estados Unidos e da França.

Tal forma de expressão jornalística dá origem às manifestações autorais (comentário, artigo, ensaio e polêmica), anônimas (pornográficas e difamatórias), e, ainda, à opinião do veículo (editorial). O jornalismo argumentativo chega ao Brasil um século mais tarde, com as vertentes ideológica e fisiológica (MARQUES DE MELO, 2012).

A Segunda Guerra Mundial impulsiona, no século XX, o surgimento do jornalismo interpretativo. No pós-guerra, os EUA passam a contar com a análise e a cronologia. Na Espanha e no restante da Europa, chama atenção o jornalismo investigativo. Ganha notoriedade, também, o jornalismo de serviço, proveniente do gênero utilitário, além do entretenimento, advindo da linguagem literária e elemento fortalecedor do gênero diversional, setores que vêm a se estabelecer definitivamente no pós-Guerra Fria (MARQUES DE MELO, 2012).

A preocupação com o estudo dos gêneros jornalísticos perpassa, segundo Marques de Melo (2003), o maior desafio do jornalismo como campo do conhecimento: a configuração da sua identidade enquanto objeto científico. E, antes de migrar para a pesquisa acadêmica, a questão tem origem na própria *práxis*, quando os jornalistas

estabelecem padrões para compreender sua atividade profissional. Para o autor, este entendimento

[...] constitui um ponto de partida seguro para descrever as peculiaridades da mensagem (forma/conteúdo/temática) e permitir avanços na análise das relações socioculturais (emissor/receptor) e político-econômicas (instituição jornalística/Estado/corporações mercantis/movimentos sociais) que permeiam a totalidade do jornalismo (MARQUES DE MELO, 2003, p. 41).

Pena (2008) elucida que, no jornalismo, a primeira tentativa de classificação de gêneros foi feita pelo editor inglês Samuel Buckeley, no início do século XVIII. Buckeley separou o conteúdo do jornal *Daily Courant* em notícias e comentários. No Brasil, de acordo com o autor, o pioneiro no estudo dos gêneros foi Luiz Beltrão, seguido de José Marques de Melo.

Para nossos estudos, nos baseamos na classificação mais atual, proposta por Marques de Melo (2003): a) Jornalismo Informativo: nota, notícia, reportagem e entrevista; b) Jornalismo Opinitivo: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta.

Marques de Melo (2003) considera, para a elaboração de sua proposta, a articulação entre os acontecimentos, sua expressão jornalística e a apreensão pela coletividade, para além da estrutura da mensagem informativa, com seus textos, sons e imagens.

Os gêneros que correspondem ao universo da informação se estruturam a partir de um referencial exterior à instituição jornalística: sua expressão depende diretamente da eclosão e evolução dos acontecimentos e da relação que os mediadores profissionais (jornalistas) estabelecem em relação aos seus protagonistas (personalidades ou organizações). Já no caso dos gêneros que se agrupam na área da opinião, a estrutura da mensagem é co-determinada por variáveis controladas pela instituição jornalística e que assumem duas feições: autoria (quem omite a opinião) e angulação (perspectiva temporal ou especial que dá sentido à opinião) (MARQUES DE MELO, 2003, p. 65).

O autor defende que a distinção entre as subdivisões do jornalismo informativo está na progressão dos acontecimentos, na sua captação por parte do veículo e da acessibilidade de que o público dispõe. A nota é o relato de acontecimentos em processo de configuração, sendo veiculada com maior frequência no rádio e na televisão. A notícia é o relato de um fato já consumado junto à sociedade.

A reportagem, gênero presente no objeto de estudo deste trabalho, é o relato de algo que já repercutiu no organismo social e produziu alterações, percebidas pela instituição jornalística. E a entrevista é um relato que possibilita aos protagonistas do

acontecimento um lugar de fala e um contato direto com a coletividade (MARQUES DE MELO, 2003).

Os gêneros opinativos, por sua vez, possuem narrativas semelhantes, mas assumem diferentes identidades quando analisamos sua autoria e o tipo de abordagem que conferem a sua estrutura. O comentário, o artigo e a resenha têm assinatura, diferente do editorial, espaço de opinião da instituição jornalística (MARQUES DE MELO, 2003). Conforme o autor, o comentário e o editorial são feitos sob uma angulação temporal, que exige imediatismo. Já a resenha e o artigo são atemporais e carregam maior profundidade na reflexão que expõem.

De acordo com Marques de Melo (2003), a coluna, a crônica, a caricatura e a carta têm, como traço comum, a autoria e a referência a fatos atuais. A diferença se dá novamente, porém, no tempo-espaço. A coluna e a caricatura mostram opiniões emitidas no calor do momento em que a informação está em evidência, ao contrário da crônica e da carta. A caricatura consiste, assim, no formato que mais se identifica com a velocidade do ambiente jornalístico, enquanto a carta é o que mais se distancia dessa instantaneidade, resgatando o outro lado do fluxo jornalístico: o do receptor. E a crônica e a coluna fazem a mediação entre veículo de comunicação e comunidade.

O século XXI entrelaça, através dos meios analógicos e digitais, todos os gêneros propostos. A classificação está sujeita, portanto, a mudanças. Como explica Marques de Melo (2003, p. 42),

[...] a mensagem jornalística vem experimentando mutações significativas, em decorrência das transformações tecnológicas que determinaram as suas formas de expressão, mas sobretudo em função das alterações naturais com que se defronta e a que se adapta a instituição jornalística em cada país ou em cada universo geocultural.

O jornalismo brasileiro atual, segundo Marques de Melo (1985), carrega influências da colonização portuguesa, da comunicação intercultural implícita nos movimentos migratórios e, em especial, das já citadas tendências norte-americanas. Desta forma, estrutura-se criativamente, filtrando e conferindo características próprias aos modelos vindos de fora.

Segundo Lage (2002), o atual momento exige que a linguagem do texto jornalístico, assim como a dos gêneros literários, sofra readequações. Em um tempo de produção para a escala industrial e de consumo imediato, as variáveis formais no jornalismo devem ser reduzidas – mais radicalmente do que na literatura.

A partir da leitura de Lage (2002), entendemos que a produção jornalística é uma fusão de palavras, expressões e regras, por meio da qual é possível conciliar uma comunicação eficiente à aceitação social. A escrita, em terceira pessoa, dirige-se a um grande e heterogêneo conjunto de receptores, sendo necessário evitar adjetivos e opiniões, a não ser que se constituam em requisitos para o formato jornalístico. E, no caso dos números, é válido estabelecer comparações e traduzir os tecnicismos.

2. CULTURA E JORNALISMO CULTURAL

A cultura é o entrelaçar das manifestações que brotam no seio do povo, e que, por excelência, carregam em si processos comunicacionais. Bosi (1992, p. 308) entende o termo cultura como “[...] uma herança de valores e objetos compartilhada por um grupo humano relativamente coeso”. Para Hall (1997), toda ação social é cultural, por conta dos significados produzidos pelas práticas sociais, significados estes que dão sentido à vida humana.

De acordo com Beltrão (1980), cultura é a dimensão simbólica que torna o homem um ser social. É o processo que liberta a sociedade humana das limitações do psiquismo animal e a conduz a um comportamento inteligente, baseado na reflexão e na crítica. E a comunicação é o meio pelo qual ela expressa o produto de suas vivências.

A comunicação humana é caracteristicamente um fenômeno cultural: as suas linguagens são fundamentalmente simbólicas. Imitando sons naturais, acumulando elementos verbais, elaborando sinais gráficos, estilizando e dando significado aos ademanes e movimentos de outras partes do corpo, fabricando aras, monumentos, objetos, ou usando linhas e cores, o homem não estava reproduzindo a natureza mas imprimindo ao natural uma outra essência, simbolizando, a fim de tornar suas idéias e invenções em um patrimônio comum a todos os seus iguais. Na origem, como no âmago da cultura, estão, pois, a liberdade, o criticismo e a comunicação simbólica (BELTRÃO, 1980, p. 39-40).

Meneses (1993, p. 446) defende que “pensar o homem é pensar a cultura”. A complexidade intrínseca ao ser humano origina, assim, uma “cultura no plural”. Se em sua própria composição física, o homem une diversas composições, não seria diferente em relação à originalidade que o torna um ser pensante, capaz de belíssimas obras quando põe a criatividade em exercício.

Construção ainda mais rica se constitui quando as pessoas, cada qual com sua bagagem única, agrupam-se com interesses comuns e ganham a infinita possibilidade da troca de experiências. Esta é a concretização da “unidade na diversidade” (MENESES, 1993, p. 446). E o que pode libertar o homem do etnocentrismo é conhecer “o maior

número possível de culturas” (MENESES, 1993, p. 455). Importante é ressaltar que este processo está em constante movimento. Metaforiza o autor:

O homem é como um verbo. Decerto, um verbo diferente, que reflete sobre si mesmo; um verbo que é sujeito, e que a si mesmo se conjuga em seus tempos e modos, no singular e no plural, ou mais precisamente, no singular, no particular e no universal. Um verbo que tem de conjugar-se para manifestar o que é: tem de desdobrar-se da diacronia de todos os seus tempos, desde o mais remoto passado, atravessando o seu presente rumo a um futuro de ânsias e esperanças. E tem de conjugar-se em todos os seus modos, em que se distende na sincronia do espaço, na pululação de sociedades e culturas, nos modos de diversidade básica de homem e mulher, na pluralidade de papéis na vida social, nos modos de produção que configuram tão diversos modos de existência humana (MENESES, 1993, p. 446).

Em relação a este movimento, Hall (1997, p. 17) afirma que experimentamos hoje uma “revolução cultural”, que ocasiona significativas mudanças nos meios de produção e circulação. Assim, a mídia é sustentáculo para os circuitos globais de trocas econômicas. Neste sentido, Meneses (1993, p. 456) elucida que a convergência se dá na integração planetária das redes de comunicação, em uma tecnologia “balbuciante” perante o que ainda será feito e com a rapidez com que as coisas acontecerão.

Como explica Sodré (1996), a percepção do espaço se realiza, agora, sob a égide dos valores da instantaneidade, da globalidade e da simultaneidade. Questões político-econômicas, tecnológicas e ideológicas contribuem para as mutações culturais da contemporaneidade. Neste novo paradigma, a cultura é, para além do aprimoramento artístico ou intelectual, um conjunto de hábitos e costumes, que se constitui em estratégia mercadológica para o sistema do liberalismo econômico, fabricando normas de funcionamento da vida social. Para Hall (1997, p. 18):

Estes são os novos “sistemas nervosos” que enredam numa teia sociedades com histórias distintas, diferentes modos de vida, em estágios diversos de desenvolvimento e situados em diferentes fusos horários. É, especialmente aqui, que as revoluções da cultura a nível global causam impacto sobre os modos de viver, sobre o sentido que as pessoas dão à vida, sobre suas aspirações para o futuro – sobre a “cultura” num sentido mais local.

Acontece um processo de redefinição do que é cultura, no qual é fundamental, segundo Martín-Barbero (1997) compreender a natureza comunicativa do campo, sob a perspectiva da produção de significados, levando em consideração mais do que a transmissão de informações. Deste modo, a popularização da expressão cultural abre brecha para a democratização da comunicação. O público é heterogêneo, composto por

receptores ativos, que recebem, mas também interagem com os conteúdos a que são expostos.

Neste cenário, o fazer jornalístico exige cada vez mais profissionalismo e ética. Beltrão (1980, p. 31) esclarece que a complexidade da vida contemporânea e o crescimento de áreas de interesse público determinaram o fim da “improvisação de agentes da informação” e da utilização do jornalismo em benefício próprio.

A globalização leva, como defende Beltrão (1980), a um problema cultural, traçado no âmbito da comunicação: a batalha pela resistência às pressões sociais advindas dos quatro pilares da cultura: o político-ideológico, o econômico, o tecnológico e o educacional. Como já exposto, a dinâmica da cultura evoca o surgimento de uma massa que interpreta e faz inferências. Por meio de mudanças estruturais no seu modo de produção, a Comunicação Social acaba, como nos diz o autor, por reconhecer a expressividade desta revolução cultural.

Assim, o jornalismo é a apresentação das mais variadas versões sobre um fato, em uma linha entre os agentes da informação pública e os receptores, para que estes possam analisar e agir de acordo com suas percepções próprias. Ele não pode, portanto, “manter-se alienado, guardando bastiões vulneráveis, vestindo roupas antiquadas, envolvido na onda de nostalgia” (Beltrão, 1990, p. 46).

O jornalismo cultural surge, neste contexto, como um segmento que se origina da necessidade da imprensa em tratar de temas relacionados à cultura com maior profundidade, visando a um público específico em meio à multidão de consumidores dos meios de comunicação de massa. Guedes (2007, p. 7) entende que “o jornalismo cultural representa uma especialidade da produção jornalística que se volta a examinar as expressões artísticas, a partir de suas diversas manifestações estéticas: cinema, música, literatura, teatro, artes plásticas e afins”.

Para Basso (2006, p. 2), porém, o recorte temático do jornalismo cultural vai muito além da divulgação dos produtos das chamadas Sete Artes: “Se por Jornalismo Cultural fosse entendida apenas a veiculação do gosto literário-artístico, deveria, então, ser chamado de Jornalismo de Artes”. Sendo assim, o campo do jornalismo cultural utiliza-se da análise de produtos culturais para interpretar as problemáticas de cada época. Segundo Rivera (1995, p. 19),

Todo periodismo, em definitiva, es un fenómeno “cultural”, por sus orígenes, objetivos y procedimientos, pero se ha consagrado históricamente com el nombre de “periodismo cultural” a una zona muy compleja y

heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las “bellas artes”, las “bellas letras”, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental.

É difícil, de acordo com Piza (2004), estabelecer uma data inicial para o surgimento do jornalismo cultural. O pesquisador estabelece, como um dos principais marcos, a fundação da revista diária *The Spectator*, em 1711. A ideia, que tinha por objetivo popularizar o conhecimento na sociedade industrial do século XVIII, partiu dos ingleses Richard Steele e Joseph Addison, também mentores de outras publicações, como *The Tatler* e *The Guardian*.

Sendo assim, afirma Piza (2004, p. 12): “o jornalismo cultural, dedicado à avaliação de idéias, valores e artes, é produto de uma era que se inicia depois do Renascimento”, após a invenção da imprensa e no auge da industrialização europeia, constituindo-se em elemento impulsionador do Iluminismo. O jornalismo cultural chega ao Brasil, de acordo com o autor, entre o final do século XIX e o início do século XX, com nosso maior escritor nacional, Machado de Assis, precedido por José Veríssimo, Sílvio Romero e Araripe Jr.

Neste período, uma importante mudança vem para impactar o jornalismo cultural. Em terras europeias, é proposto um novo modelo para a área, que sai, segundo Piza (2004, p. 17), do tradicional circuito em que se dava a produção. Agora, o crítico cultural deveria se comprometer com as questões sociais, lidando com ideias e realidades, não apenas com formas e fantasias.

A arte moderna, enfim, já derrubava muros e o jornalismo cultural começara a se renovar. Até a virada para o século XX, o jornalismo era feito de escasso noticiário, muito articulismo político e o debate sobre livros e artes. Mas a modernização da sociedade transformou também a imprensa: o jornalismo moderno passou a dar mais importância para a reportagem, para o relato de fatos, não raro sensacionalista, e começou a se profissionalizar. Repórteres de política e polícia passaram a ser os mais importantes dentro das redações. O jornalismo cultural também “esquentou”: descobriu a reportagem e a entrevista, além de uma crítica de arte mais breve e participante (PIZA, 2004, p. 18-19).

Conforme o autor, a agitação intelectual e artística era lugar propício para a difusão de revistas e tabloides semanais e quinzenais. Vanguardas como o surrealismo francês, o futurismo russo e o imagismo americano são impulsionadas pela expansão dos *mass media*. No Brasil, o modernismo paulista tem como vitrine a revista *Klaxon* e

a Semana de 22, ancoradas no trabalho de intelectuais como Oswald de Andrade, Mario de Andrade e Victor Brecheret.

Nas décadas de 1930 e 1940, *O Cruzeiro*, revista fundada em 1928, é a principal referência do jornalismo cultural no Brasil. Possuidora da capacidade de dialogar com todos os públicos, lança o conceito de reportagem investigativa e publica contos, artigos, ilustrações e peças humorísticas dos principais autores e artistas brasileiros do movimento modernista (Piza, 2004).

Para Piza (2004), o gênero mais evidente da história do jornalismo cultural no Brasil é, no entanto, a crônica. Ela não é uma exclusividade da literatura nacional, mas, aqui, ganha especial destaque. Isto se deve, segundo o autor, a uma combinação de fatores, como a dependência dos escritores à imprensa e à cordialidade da cultura brasileira. Marcada pelo hibridismo entre literatura e jornalismo, a crônica tem espaço em produções como a do já mencionado Machado de Assis e as de Carlos Heitor Cony, João do Rio, Carlos Drummond de Andrade, Rubem Braga, Paulo Mendes Campos, Otto Lara Resende e Ivan Lessa.

O autor elucida que, com o passar do tempo, a crítica ocupa mais espaço nos grandes jornais diários e revistas de notícia semanais. Já quase adentrando o século XXI, o jornalismo cultural se expande para os livros, com a frequente publicação de coletâneas de ensaios e críticas, projetos de reportagens, biografias e relatos da história cultural. E na Internet, sites e redes se utilizam de novas possibilidades de interatividade, espaço e financiamento para dar continuidade ao exercício desta prática jornalística.

2.1. O jornalismo cultural em produtos televisivos

Barbeiro e Lima (2002, p. 13) defendem que “a televisão é a janela para o eterno e o presente”. Mergulhada nas transformações sociais do século XXI, ela sofre suas influências e contribui para que elas se processem. E acrescentam (2002, p. 15) que a TV é “um fenômeno de massa de grande impacto na vida social” e “um dispositivo audiovisual através do qual a sociedade pode divulgar os seus feitos, anseios, sonhos e crenças para toda a humanidade”.

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2017, apenas 3,3% dos domicílios do país não possuíam televisão. Ela foi o veículo

do século XX e, entendem Barbeiro e Lima (2002, p.14), “vai reinar ainda durante algum tempo neste século até que haja definitivamente a convergência das mídias”. Com tão grande poder na formação dos indivíduos há quase 100 anos, vem sendo estudada por inúmeros pesquisadores, conforme Rivera (1995, p. 159), como “meio de cultura”.

Segundo o autor, pesquisas desenvolvidas na França a partir dos anos 1950, em especial os estudos do sociólogo Joffre Dumazedier, levam a crer que o produto ideal do jornalismo cultural em televisão é aquele que instrui sem perder a leveza. O espectador, em geral, deseja programas que divirtam e aliviem as pressões do cotidiano, mas que semeiem reflexões e ampliem seus horizontes culturais.

Para efetivar uma produção jornalística deste calibre, o primeiro passo é entender, como explica Rivera (1995), que a televisão é essencialmente imagem e movimento, e uma mostra coletiva pensada para públicos heterogêneos, fragmentados e dispersos, característica que se potencializa no caso da TV aberta. Logo, é preciso ter cuidado para não ceder à tentação da superficialidade e desconsiderar a complexidade latente em um fenômeno cultural.

Rivera (1995) entende que, assim como o cinema e o vídeo cultural, a televisão abre uma série de possibilidades do ponto de vista profissional, desde que seus produtores estejam munidos de conhecimentos acerca das técnicas próprias deste universo visual. Deste modo, conhecer a linguagem do meio é tão essencial quanto propor boas ideias e dispor de criatividade.

Un actualizado conocimiento de las nuevas posibilidades de animación, trucaje, efectos especiales, programas de simulación, etcétera, aunque sea somero em relación com el que deben poseer los técnicos específicos, ayudará, a quien trabaja ideas o guiones cinematográficos, televisivos o de vídeo, a encontrar o evaluar soluciones mucho más atractivas, dentro de las posibilidades reales del lenguaje visual y de los requisitos a los que debería ajustarse todo material con objetivos educacionales o de difusión cultural. En este nuevo universo no basta ya con la posesión de una buena cultura general y una apropiada herramienta escritural, como ocurría en los tiempos “tipográficos”. Se imponen también esta clase de saberes sobre lo tecnológico em sus disponibilidades más sofisticadas y sugerentes (RIVERA, 1995, p. 164-165).

O autor define opções para aqueles que desejam fugir da tradicional forma impressa de fazer jornalismo cultural. Dentre as sugestões, estão a adaptação de peças teatrais e novelas, a produção de livros cinematográficos ou televisivos, roteiros e atividades de assessoria cultural. Os temas são inúmeros, mas exigem, para sua

abordagem, a capacidade de sintetizar elementos básicos, o que perpassa o trabalho de roteiristas, cinegrafistas, figurinistas, cenógrafos, iluminadores e outros profissionais.

Por vezes, o jornalismo cultural se mescla ao entretenimento. Chauí (2006) entende que a cultura se distingue do entretenimento, por se constituir em trabalho, mesmo quando suas manifestações são ternas. É a ação de transformar experiências em obras, que levem ao exercício do pensamento crítico. É um direito do cidadão e caminho para modificar uma sociedade marcada pela exclusão social. Define a autora:

O entretenimento é uma dimensão da cultura tomada em seu sentido amplo e antropológico, pois é a maneira como uma sociedade inventa seus momentos de distração, diversão, lazer e repouso. No entanto, por isso mesmo, o entretenimento se distingue da cultura quando entendida como trabalho criador e expressivo das obras de pensamento e de arte (CHAUI, 2006, p. 21).

Chauí (2006, p. 22) acredita que a cultura de massa “se apropria das obras culturais para consumi-las, devorá-las, destruí-las, nulificá-las em simulacros”. Assim, tudo é transformado em entretenimento, e as obras de arte correm vários riscos, como se tornarem reprodutivas, eventos pontuais para consumo, produtos efêmeros do mercado da moda, dissimulação, publicidade e propaganda.

Neste sentido, Rivera (1995, p. 166) considera salutar a reivindicação de reconhecimento às áreas de assessoria e pesquisa no processo de produção visual de produções culturais, devido à existência de criações “supostamente culturais”, permeadas de incongruências, imprecisões e anacronismos e sem uma justificativa estética ou conceitual. A ideia é, então, que o especialista em jornalismo cultural tenha pleno entendimento da postura necessária ao circular neste sistema interativo, que interliga os saberes das áreas comunicacional e tecnológica com os de humanidades, ciências sociais e arte.

Vale lembrar ainda que o artigo 221 da Constituição Federal estabelece que a produção e programação das emissoras de rádio e televisão brasileiras atendam a alguns princípios. Dentre as obrigações, está a de dar preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, além de estimular a divulgação da produção cultural, artística e jornalística regional.

2.2. O jornalismo cultural na RBS TV

A TV Gaúcha foi oficialmente fundada em 29 de dezembro de 1962. Como nos conta Schirmer (2002), semanas antes, ela já havia entrado no ar em caráter experimental, no Canal 12. A construção ocorreu a partir do recebimento, pela Rádio Sociedade Gaúcha, da concessão para instalar uma emissora de TV em Porto Alegre. Cinco anos antes, em 1957, Maurício Sirotsky Sobrinho comprava a rádio, assumindo-a com o objetivo de expandir seu projeto comunicacional para um grupo com atuação estadual – com a marca própria do povo sul rio-grandense.

Início dos anos 60. Fazer televisão no Brasil, fora do eixo Rio-São Paulo, era reproduzir os sotaques carioca ou paulista. Aprendia-se a lidar com um veículo que aos poucos se massificava, mas sem feições regionais. As imagens no tubo irradiavam-se do centro do país para a periferia. Em 1962, rostos, falas e jeitos do Rio Grande ganham espaço na TV Gaúcha (RBS TV, 2007, p. 46).

Conforme a publicação *Comunicação é a nossa vida*, de 2007, em alusão aos 50 anos do Grupo RBS, o início da TV Gaúcha, concorrente da também porto-alegrense TV Piratini, é marcado pelo entretenimento, pelo humor e, é claro, pelo jornalismo.

Neste último, ganha destaque o programa *Show de Notícias*, exibido nos últimos horários do dia. O noticiário segue a fórmula da TV Excelsior, do Rio de Janeiro, exibindo, em Porto Alegre, os melhores momentos que o telejornal carioca mostrara no dia anterior, além da produção local. Relata Schirmer (2002, p. 40):

Na disputa da audiência com a TV Piratini, Maurício Sirotsky passou a lutar com sua arma preferida: a valorização da produção local. Enquanto a TV Piratini, por força da vinculação com a rede associada, baseava sua programação nos enlatados das TVs Tupy de São Paulo e Rio, a Gaúcha tornou-se a imagem viva do Rio Grande.

Em razão do baixo lucro, a TV Gaúcha é vendida, em 1963, ao Grupo Simonsen, proprietário das TVs Excelsior do Rio de Janeiro e de São Paulo. Maurício Sirotsky Sobrinho fica na direção da Excelsior carioca por três anos. Em 1967, retorna a Porto Alegre, e, no ano seguinte, reassume, com o irmão Jayme Sirotsky, o controle da Gaúcha, já afiliada à Rede Globo. A emissora é salva antes do desaparecimento da Excelsior, em 1970, motivada pela cassação de suas concessões e pela concorrência com a TV Globo, criada por Roberto Marinho em 1965 (Grupo RBS, 2007).

Em 22 de fevereiro de 1969, é inaugurada a TV Caxias, no Canal 8, durante a Festa da Uva de Caxias do Sul, buscando a interiorização da comunicação. Tem início, assim, a primeira rede regional de televisão do país, denominada Rede Brasil Sul de Televisão (RBS TV), cuja expansão pelo Rio Grande do Sul e em Santa Catarina se dá

nos anos 70. Em 1979, é inaugurada a TV Catarinense, posterior RBS TV Florianópolis e atual NSC. No mesmo período, é criado o *Jornal do Almoço*, noticiário no qual é veiculado o objeto de estudo deste trabalho – o *reality show Desafio Farroupilha: Olhos do Coração*.

Observamos, pela descrição de Schirmer (2002), que os programas de auditório da TV Gaúcha eram produzidos de acordo com os moldes do entretenimento. Já na RBS TV, produções com o mesmo cunho regional, mas com propostas televisuais distintas, passaram a ser incorporados à programação.

Jacks (1998) conta que, com o aval da Globo, entram na grade o já mencionado *Jornal do Almoço* e os programas *Campo e Lavoura*, *RBS Documento*, *RBS Revista* e *Galpão Crioulo*. Tudo, é importante ressaltar, em consonância com a filosofia regionalista da empresa, como evidencia o guia da exposição *No ar – 50 anos de vida*, organizada pelo Grupo RBS na Usina do Gasômetro, em Porto Alegre, entre os dias 31 de agosto e 18 de novembro de 2007:

A televisão reúne, na tela, a diversidade do mundo e a transforma numa linguagem que todos compreendemos. Nela, o regional ganha projeção nacional e reduz a distância entre o chimarrão, o aipim e a batida de Porto Alegre e o mate, a mandioca e a pechada do interior. A TV se sobrepõe a fronteiras e cria diálogos entre a capital e o interior, o Norte e o Sul, o Leste e o Oeste (Grupo RBS, 2007, s/página).

Como relata Jacks (2002, p. 76), além da programação “de linha”, a RBS produzia frequentemente “programas especiais”, veiculados nas manhãs de domingo, entre 11 e 12h, após o *Galpão Crioulo*. É no *Galpão Crioulo* e nestes “especiais” que começamos a identificar a presença do jornalismo cultural, mesmo que mesclado ao entretenimento. Tais produções evidenciavam a temática regional, fosse por meio da música ou do jornalismo.

Dentre os especiais, Jacks (2002) destaca o *Sul em Canto*, programa que era veiculado duas vezes ao ano, quando as emissoras das redes RBS do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina produziam um *clip* com músicas da região. Já na programação normal, a produção evidenciada pela autora é o *Galpão Crioulo*, por voltar-se à cultura regional de forma sistemática.

Conforme Filho (2009), houve um programa de auditório antecedente e semelhante ao *Galpão Crioulo*, denominado *Quando os Povos Cantam*. A atração de cunho nativista foi criada em 1976, pela sucursal TV Uruguaiana, e era conduzida por Luiz Machado Stabile e Milton Mendes de Souza. O programa ia ao ar aos domingos,

das 11 às 13h, contando com a participação de cantores do Rio Grande do Sul, da Argentina e do Uruguai.

O programa *Quando os Povos Cantam* foi um empreendimento exitoso, obtendo repercussão nacional com exibição de suas gravações na revista eletrônica Fantástico. Talvez esse sucesso se justifique por ser o único do gênero que pautava o regionalismo na televisão brasileira. Foram feitas também gravações para emissoras congêneres, como a de Bagé e a de Santa Maria (FILHO, 2009, p. 154).

Talvez inspirado pela ideia do *Quando os Povos Cantam*, Alfredo Fedrizzi idealizou o *Galpão Crioulo* na época em que foi produtor e diretor da parte local do *Fantástico*, que constava de notícias de domingo e de uma seção musical. Segundo Jacks (1998), em 1983, foi gravado, para uma destas edições, um *clip* com o cantor nativista Pedro Ortaça.

O material sofreu restrições da emissora, por não fazer o “gênero fantástico”, mas novos *clips* foram produzidos, com a participação de outros artistas renomados como Cenair Maicá, Tio Bilia e Luiz Carlos Borges. O que dava suporte à continuidade do trabalho era a repercussão positiva que obtinha junto ao público. Diante desta reação, explica Jacks (1998), os *clips* passaram a ser reprisados no *Campo e Lavoura*.

O *Galpão Crioulo* tornou-se então um programa semanal, com apresentação do conhecido tradicionalista Antônio Augusto Fagundes ou simplesmente Nico Fagundes, oferecendo espaço a artistas da cultura regional. Inicialmente, foi ao ar aos domingos, às 10h, com a duração de 45min (Jacks, 1998). No decorrer de sua história, a atração passou por significativas mudanças, como a realização de gravações ao vivo e o ingresso do sobrinho de Nico, Neto Fagundes, na condução das atividades, além da mudança de horários. O programa já foi exibido nas tardes de sábado e voltou para as manhãs de domingo, às 6h30.

Recentemente, a apresentação passou a ser dividida por Neto Fagundes e a cantora nativista Shana Müller. Em 2018, o programa passou por uma reformulação, incorporando demandas do extinto *Campo e Lavoura*. Hoje, se constitui em uma produção que abrange, além da música gaúcha, outros aspectos da cultura regional, por meio de quadros relativos ao turismo e à gastronomia e da abordagem de pautas do agronegócio.

O Canal Rural, criado pela Globosat em 1996, integrou a estrutura do Grupo RBS entre 1998 e 2013. Ao longo deste período, segundo a publicação *Comunicação é a nossa vida* (2007), o canal exibiu programação voltada ao agronegócio, apresentando

leilões, informações sobre mercado e técnicas e, o que mais nos desperta interesse, desenvolveu pautas culturais, abrangendo o regionalismo gaúcho.

Ao buscarmos a atual programação da RBS TV, observamos que não há a existência de programas próprios que contemplem, exclusivamente, o jornalismo cultural. O *Galpão Crioulo* e o *Jornal do Almoço*, portanto, incluem em sua programação pautas deste cunho.

Conforme o portal oficial da Rede Globo, o *Jornal do Almoço* “reúne assuntos diversos como cultura, variedades, noticiário factual, musicais, entrevistas ao vivo e comentários”. Possui, assim, quadros com as características do jornalismo cultural, como o *Partiu RS* e o *Funk-se no JA*, reportagens periódicas sobre temas relacionados a “tendências, comportamento, sustentabilidade e tecnologia”, com a jornalista Carol Anchieta, e produções acerca da cultura gaúcha, coordenadas pelo jornalista investigativo, mas também cultural, Giovani Grizotti.

“Repórter Farroupilha” é como Grizotti é conhecido nos meios tradicionalista e nativista. A denominação tornou-se popular quando o jornalista ganhou, em setembro de 2012, um *blog* junto ao portal da Rede Globo. O *Blog Repórter Farroupilha* (2017) assim o descreve: “Giovani Grizotti é o Repórter Farroupilha. Conhecido por suas reportagens investigativas, aqui ele traz informações sobre cavalos, rodeios, bailes e tudo o que acontece no mundo do gauchismo”.

Além do *blog*, Giovani Grizotti tem, agora, uma fanpage no Facebook, denominada *Repórter Farroupilha*. No início de dezembro de 2019, a página contava com 298.748 curtidas e 358.213 seguidores. O jornalista tornou-se uma personalidade influente no meio tradicionalista, sendo uma presença que questiona e divulga ações do Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG).

Grizotti (2019) explica sobre seu trabalho como jornalista cultural junto ao Grupo RBS. “Eu especificamente trabalho a cultura gaúcha. Eu não faço reportagem. Eu crio os projetos, coordeno, sugiro pautas, que aí outros repórteres fazem. Segundo uma pesquisa feita pela própria RBS, 49 por cento da população do Rio Grande do Sul tem algum tipo de ligação com a cultura gaúcha. E eu acho que a gente nada mais faz do que dar visibilidade pra esse público que também nos assiste”, relatou.

O trabalho de Grizotti nesta editoria iniciou com a cobertura da Semana Farroupilha. Depois, começaram a ser pensados produtos jornalísticos específicos. O primeiro foi o *Desafio Farroupilha*, em 2014. Em 2018, foi realizada a primeira *Cavalgada do Bem*, movimento de arrecadação de doativos para famílias carentes do

Estado. A ação integrou a campanha *Natal do Bem*, parceria entre a Fundação Mauricio Sirotsky Sobrinho (FMSS) e a Rede de Bancos de Alimentos do Rio Grande do Sul.

Em 2019, Grizotti auxilia na realização da 2ª *Cavalgada do Bem*. A iniciativa acontece junto à 6ª edição do *Desafio Farroupilha*, cujos participantes são os integrantes das invernadas mirins de quatro CTGs gaúchos. As crianças têm como tarefa apresentar uma coreografia relacionada ao tema, e passam também por uma gincana de arrecadação de alimentos.

3. METODOLOGIA

Após a revisão bibliográfica acerca do tema escolhido para o desenvolvimento deste estudo, temos condições de avançar à próxima etapa: a exposição dos procedimentos metodológicos a serem utilizados em nosso estudo de caso e a descrição do nosso objeto de análise, o *Desafio Farroupilha: Olhos do coração*. A ideia é que, a partir dos conceitos abordados, da metodologia pela qual optamos e da nossa análise, possamos atingir o objetivo desta pesquisa: compreender como o jornalismo cultural é produzido na televisão, mais especificamente, na RBS TV e no Desafio Farroupilha: Olhos do coração.

3.1. Procedimentos metodológicos

Os pilares deste trabalho estão firmados nas referências teóricas sobre a temática escolhida. Medeiros (2006) entende que o trabalho científico exige uma vasta consulta bibliográfica, que se esgota somente com a assiduidade a bibliotecas, para a consulta exaustiva de obras que possam sustentar as ideias que se pretende expor.

O estudioso, de modo geral, aprende a tirar proveito das bibliotecas que existem à sua disposição, e não se limita aos acervos restritos. Encontrar as fontes de informação que servem de base para uma exposição clara e lógica exige do estudioso certa intimidade com essas instituições que armazenam obras, classificam títulos, oferecem informações aos pesquisadores. Daí a necessidade de habilidades para trabalhar com autores, livros, revistas, jornais, enfim, com todo o acervo de uma biblioteca (MEDEIROS, 2006, p. 55).

Ao longo do processo de pesquisa, o estudioso desenvolve também, segundo o autor, a capacidade de leitura, aprendendo a empregar estratégias para retirar do texto o que é necessário para seu trabalho. Medeiros (2006, p. 77) traz, como argumento, a classificação de leitura proposta por Mortimer J. Adler e Charles van Doren, dividida em: 1) Leitura elementar: pede que o leitor compreenda cada palavra escrita, sendo o nível básico de leitura; 2) Leitura inspeccional: é a arte de folhear sistematicamente; 3)

Leitura analítica: tem em vista o entendimento do discurso, constituindo-se na melhor das leituras, por ser minuciosa e completa; 4) Leitura sintópica: é o ato de ler e, simultaneamente, fazer comparações com outros livros.

Conforme Medeiros (2006), um bom leitor transita por estes quatro níveis de leitura, e não se afasta da prática de ler, pois nela reconhece uma fonte sempre necessária de novos conhecimentos. Assim, quanto mais lê, melhor se torna nesta atividade, identificando múltiplos significados e criando ferramentas de busca e interpretação de textos de diversos gêneros.

Um leitor competente reconhece a incompletude do discurso, leva em consideração pressupostos e subentendidos, o contexto situacional e histórico, a intertextualidade, explicita os processos de significação do texto, os mecanismos de produção de sentido; enfim, reconhece a formação discursiva (o que é possível dizer) e a formação ideológica. Por isso, tal tipo de leitor é crítico e não mero reproduzidor daquilo que o autor disse (leitura parafrástica); ele confronta as informações do texto com a realidade, constrói a leitura, porque sabe que a linguagem é lugar de confronto ideológico (MEDEIROS, 2006, p. 77).

A leitura tem por objetivo, assim, “a assimilação, a busca de conhecimentos, a preparação intelectual para posicionamentos críticos diante da realidade circundante” (MEDEIROS, 2006, p. 88). Para concretizar estes objetivos, segundo o autor, o leitor deve buscar a “ideia mestra”, que indicará a hierarquia dos tópicos propostos.

Para Gil (2002), a principal vantagem da pesquisa bibliográfica é a obtenção de conhecimentos acerca de fenômenos que não pode pesquisar diretamente no local onde ocorrem. Esta ferramenta é indispensável nos estudos históricos, pois não há como revisitar o passado. O autor reforça, porém, os cuidados necessários na aplicação deste método:

Essas vantagens da pesquisa bibliográfica têm, no entanto, uma contrapartida que pode comprometer em muito a qualidade da pesquisa. Muitas vezes, as fontes secundárias apresentam dados coletados ou processados de forma equivocada. Assim, um trabalho fundamentado nessas fontes tenderá a reproduzir ou mesmo a ampliar esses erros. Para reduzir essa possibilidade, convém aos pesquisadores assegurarem-se das condições em que os dados foram obtidos, analisar em profundidade cada informação para descobrir possíveis incoerências ou contradições e utilizar fontes diversas, cotejando-as cuidadosamente (GIL, 2002, p. 45).

Gil (2002) propõe a seguinte classificação para as fontes bibliográficas:

1. Livros

- a) De leitura corrente – Obras literárias (romance, poesia, teatro, etc.) e de divulgação (proporcionam conhecimentos científicos ou técnicos);
 - b) De referência – Possibilitam uma rápida obtenção de informação. Os livros de referência informativa contêm diretamente a informação que se busca; são exemplos os dicionários, as enciclopédias, os anuários e os almanaques. Os livros de referência remissiva, como os catálogos, remetem a outras fontes (GIL, 2002).
2. Publicações periódicas: Editadas em intervalos de tempo, com a colaboração de vários autores, sobre assuntos diversos, mas com uma linha de escrita definida.
- a) Jornais – Contêm matérias rápidas e sintéticas;
 - b) Revistas – Apresentam matérias mais aprofundadas e bem elaboradas (GIL, 2002).

Após a revisão bibliográfica, partimos à coleta de dados para nossa análise. Separamos e assistimos aos cinco episódios do *Desafio Farroupilha: Olhos do coração*, objeto de estudo que descreveremos por completo ainda neste capítulo. Realizamos, também, uma entrevista com o jornalista Giovani Grizotti, idealizador, produtor e diretor do *reality show*. Conforme Boni e Quaresma (2005, p. 72),

A entrevista como coleta de dados sobre um determinado tema científico é a técnica mais utilizada no processo de trabalho de campo. Através dela os pesquisadores buscam obter informações, ou seja, coletar dados objetivos e subjetivos. Os dados objetivos podem ser obtidos também através de fontes secundárias tais como: censos, estatísticas, etc. Já os dados subjetivos só poderão ser obtidos através da entrevista, pois que, eles se relacionam com os valores, às atitudes e às opiniões dos sujeitos entrevistados.

O entrevistado desta pesquisa, Giovani Grizotti, mora em Porto Alegre/RS. Em virtude da distância, adotamos o método de entrevista pela internet. Duarte (2012, p. 77) defende que esta é “a forma mais fácil de perguntar e a mais difícil de obter respostas”. No entanto, é utilizada “para obter informações de pessoas importantes, por outros meios inacessíveis”.

Em contato com o jornalista, ele explicou que a sua rotina é árdua, pois trabalha, além de repórter cultural, como repórter investigativo, na RBS TV e no programa *Fantástico*, da Rede Globo. Desta forma, sugeriu que a entrevista se realizasse pelo WhatsApp, mas colocou-se à disposição para disponibilizar as informações e qualquer

outro auxílio necessário. Marcamos, então, um horário para a conversa – a noite do dia 10 de novembro de 2018 – como propõe Duarte (2012, p. 78):

Uma alternativa interessante ao envio de uma lista de perguntas é o contato simultâneo de entrevistador e o entrevistado via internet pelo uso de *chats* ou *blogs*. Entrevistador e fonte também podem combinar um horário determinado para conexão e travar o envio e o recebimento contínuo de mensagens, de maneira a garantir mais profundidade e naturalidade nas respostas.

Realizamos com Grizotti, segundo a classificação de Duarte (2012), uma entrevista semi-aberta, cuja pesquisa teve cunho qualitativo, com questões semi-estruturadas, utilizando roteiro. A entrevista semi-aberta, conforme o autor, advém de um roteiro prévio de questões, que tem origem no problema de pesquisa e apresenta perguntas abertas. As perguntas, sua ordem e sua profundidade dependem do pesquisador, mas também do conhecimento e da disposição do entrevistado.

Possuindo os dados de que precisamos para nossa análise, prosseguimos este trabalho com o estudo de caso do *Desafio Farroupilha: Olhos do coração*. De acordo com Yin (2001), este método é amplamente utilizado em pesquisa nas Ciências Sociais, além de ser modelo frequente para teses e dissertações em todas as áreas. O estudo de caso conquistou, também, um lugar-comum na pesquisa de avaliação, sendo esfera de ação de outros métodos, como levantamentos e pesquisa quase-experimental.

Conforme o autor, o estudo de caso contribui para a compreensão acerca de fenômenos complexos, sejam individuais, como os ciclos de vida; organizacionais, como mudanças em regiões urbanas; sociais, como as relações internacionais; ou políticos, como a maturação de alguns setores. Assim, permite uma investigação que faça um registro histórico amplo e significativo das características dos eventos da vida real no tempo em questão.

Yin (2011, p. 19) defende que os estudos de caso são a melhor estratégia para responder a questões do tipo “como” e “por quê”, em situações nas quais o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e para a análise de fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real. Justificamos, assim, a escolha deste método para a análise do nosso objeto, em sua condição de produto das técnicas do Jornalismo Cultural.

O estudo de caso é a estratégia escolhida ao se examinarem acontecimentos contemporâneos, mas quando não se podem manipular comportamentos

relevantes. [...] embora os estudos de casos e as pesquisas históricas possam se sobrepor, o poder diferenciador do estudo é a sua capacidade de lidar com uma ampla variedade de evidências – documentos, artefatos, entrevistas e observações – além do que pode estar disponível no estudo histórico convencional (YIN, 2001, p. 27).

Para Duarte (2012 a), o estudo de caso possui, como método, uma riqueza de possibilidades de pesquisa e a capacidade de compartilhar conhecimentos. Deste modo, o pesquisador está sempre aberto a novas considerações, pois entende que o conhecimento não é e nunca será algo acabado.

Ao retratar a realidade de forma completa e profunda, o pesquisador destaca a multiplicidade de dimensões presentes em uma determinada situação, enfatizando a sua complexidade natural e revelando as possíveis inter-relações de seus componentes. Nos estudos de caso, os detalhes de um objeto o tornam único, pois suas imperfeições, na verdade, traduzem sua história. Cada fenômeno analisado é, portanto, fruto de uma história que o torna exclusivo. O que poderia significar uma imperfeição no estudo de caso é o que leva à diferenciação (DUARTE, 2012, p. 233).

Assim, segundo a autora, o estudo de caso permite que o investigador adquira grande experiência pessoal, pois, ao buscar o entendimento de seus registros, se torna partícipe de diferentes relações sociais, além de aplicar técnicas de coleta de dados que contribuem para sua formação e capacidade de análise. E mais: ao compartilhar os resultados, possibilita que o leitor exercite também seu pensamento crítico e tire suas próprias conclusões em relação à temática exposta.

Yin (2001) elucida que um estudo de caso pode se utilizar de seis fontes distintas: documentos, registros em arquivo, entrevistas, observação direta, observação participante e artefatos físicos. Devem ser adotados, assim, três princípios norteadores da coleta de dados, incluindo o uso de: 1) Várias fontes de evidências convergentes (duas ou mais); 2) Um banco de dados, isto é, uma reunião formal das evidências por meio de um relatório final; 3) Um encadeamento de evidências, que demonstre a ligação entre os questionamentos propostos, os dados coletados e as conclusões a que se chegou.

Para o estudo de caso do *Desafio Farroupilha: Olhos do coração*, buscamos evidências nos cinco episódios da série; nas matérias veiculadas no *blog Repórter Farroupilha*, junto ao portal oficial da Rede Globo; e na entrevista com o jornalista Giovani Grizotti, como mencionado mais acima. Utilizamos, portanto, documentações e entrevistas. Yin (2001, p. 109) entende que “o uso mais importante de documentos é corroborar e valorizar as evidências oriundas de outras fontes”. Acerca das entrevistas, o

autor (p. 114) sugere que sejam consideradas como “relatórios verbais”, sujeitas, portanto, a problemas como preconceito, memória fraca ou articulação imprecisa, sendo que os dados através delas obtidos devem ser confrontados com outras fontes.

Quanto à análise das evidências, utilizaremos as duas estratégias propostas por Yin (2001): a descrição do caso, que nos permite avaliar o sucesso do *reality show* *Desafio Farroupilha: Olhos do coração* como produto jornalístico, e o estudo com base nas proposições teóricas, que deram forma à nossa coleta de dados e estabelecerão a prioridade dos tópicos analíticos.

Faremos, assim, uma explanação acerca do caso, buscando compreender a produção do programa sob a ótica jornalística. Grizotti (2019) menciona, em entrevista para esta pesquisa, que o *Desafio Farroupilha* é um produto que se encaixa nas características do jornalismo cultural. Vamos, por meio do método científico, buscar entender se a produção realmente contempla estas características. Esmiuçaremos as partes do especial que se referem ao jornalismo, procurando delas apreender os valores-notícia empregados na seleção dos conteúdos e entender se validam o processo como uma forma de produção do conhecimento.

3.2. Descrição do objeto de pesquisa – *Desafio Farroupilha: Olhos do coração*

O *reality show* *Desafio Farroupilha* teve início em 2014. Idealizado pelo jornalista Giovani Grizotti e exibido durante a programação do *Jornal do Almoço*, o especial teve como primeiro personagem o cantor nativista Cristiano Quevedo, que foi desafiado a aprender a laçar. Os episódios da série colocaram em evidência o tiro de laço nos momentos que antecederam a Semana Farroupilha.

Em 2015, denominado *Desafio Farroupilha: O Musical*, o *reality* passou a contar com a apresentação de César Oliveira e Rogério Melo. A dupla fez parte do corpo de jurados, que tinha por objetivo descobrir um novo talento da música gaúcha. O público espectador foi convidado a participar da escolha. A edição, também exibida pouco antes da Semana Farroupilha, teve como grande vencedor o artista Fernando Saccol.

No ano seguinte, 2016, as reportagens, que foram ao ar novamente antes e no mês de setembro, passaram a dar ênfase às danças tradicionais gaúchas. César e Rogério seguiram na apresentação do programa. A partir de indicações feitas nas redes sociais, escolheram oito semifinalistas. Ao final, foi proposto, ao Centro de Tradições Gaúchas

(CTG) Ronda Charrua, de Farroupilha, e ao CTG Tiarayu, de Porto Alegre, o desafio de transformar em dança uma carreira de cancha reta, competição de cavalos típica do interior do Rio Grande do Sul. O primeiro lugar da competição foi conquistado pelo CTG Tiarayu.

O *Desafio Farroupilha: A Dança das Invernadas* foi exibido em 2017, com finalização em setembro. Os oito semifinalistas escolhidos pela produção do programa realizaram projetos culturais junto a escolas públicas, além da apresentação de danças. Dentre eles, foram selecionados os dois finalistas, com a participação do voto popular: O CTG Querência do Imbé e o Centro Farroupilha de Tradições Gaúchas. O último foi o ganhador do concurso, com uma coreografia abordando as lendas gaúchas.

Já o *Desafio Farroupilha* de 2019, ainda em andamento quando da finalização desta pesquisa, conta com o apoio do Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG). Cada uma das quatro entidades tradicionalistas selecionadas adotou uma instituição social, inserindo seus integrantes em uma coreografia sobre o tema “solidariedade”. Além disso, como já mencionado, as invernadas estão promovendo a coleta de alimentos em CTGs de suas regiões de abrangência. Os últimos episódios devem ir ao ar até o final do mês de dezembro, pouco antes do Natal.

Após um breve histórico do *reality show*, vamos nos ater ao *Desafio Farroupilha: Olhos do coração*, exibido pela RBS TV em 2018, sob a produção e direção do jornalista Giovani Grizotti. De acordo com Grizotti (2019), não houve, como nos outros anos, um concurso classificatório.

A emissora escolheu o Departamento de Tradições Gaúchas (DTG) Tropeiros do Ouro Negro, do município de Canoas/RS, para transformar em dança a história da gaiteira Natália Guastuci, na época, com 16 anos, moradora de Rio Grande/RS. A produção optou por este grupo em razão do seu já conhecido envolvimento com causas sociais. Em novembro de 2017, próximo à data de abertura do Encontro de Artes e Tradição Gaúcha (ENART), todas as prendas cortaram o cabelo para doação, evento registrado pela RBS TV.

A temática principal do desafio foi evidenciar a inclusão social no tradicionalismo, envolvendo pessoas com deficiência. Quando do lançamento do especial, no dia 14 de setembro de 2018, o *Jornal do Almoço* abriu espaço para que os telespectadores enviassem e postassem vídeos com ações neste sentido, utilizando a hashtag #DesafioFarroupilha2018.

No dia 3 de outubro de 2018, ainda antes da estreia do quadro, aconteceu o Baile da Inclusão. O momento contou com a presença dos personagens da 6ª edição e de artistas que já tinham participado do *Desafio Farroupilha*, como Cristiano Quevedo, Fernando Saccol, Joca Martins, João Luiz Corrêa e César Oliveira e Rogério Melo, além da cantora Berenice Azambuja, da qual Natália se dizia fã.

O baile, animado pelo grupo Alma Gaudéria, aconteceu no CTG Pousada da Figueira, no bairro Lomba do Pinheiro, em Porto Alegre. A entidade foi a primeira a ter acessibilidade no Rio Grande do Sul, e, no dia do evento, inaugurou a última etapa de adaptação para portadores de deficiência, voltada a cegos.

O Desafio Farroupilha: Olhos do coração estreou no dia 27 de outubro de 2018. Segundo Grizotti (2019), as gravações começaram em junho, e continuaram acontecendo durante a exibição do especial. Tanto as chamadas quanto os episódios puderam ser acompanhados em Libras e com audiodescrição. O primeiro deles teve 12 minutos e 7 segundos, contando a fala inicial da âncora do *Jornal do Almoço*. Este capítulo contextualizou a história de Natália, com a visita de integrantes da internada a sua casa, em Rio Grande, e mostrou o primeiro encontro da protagonista com Berenice Azambuja, transcorrido em Vila Lângaro, cidade da cantora. Justificou também a escolha do DTG Tropeiros do Ouro Negro como a internada a receber o desafio.

O segundo episódio, exibido no dia 3 de novembro de 2018, teve 12 minutos e 10 segundos, e mostrou exemplos de inclusão espalhados pelos CTGs do Estado. A internada do DTG Tropeiros do Ouro Negro conheceu o menino Daniel (sobrenome não citado), surdo, integrante do CTG Galpão Sentinela do Pago, de Sapiranga, cuja internada aprendeu a falar em Libras.

Eles visitaram também um grupo de dançarinos que, como Daniel, não ouvem e não falam, alunos da Escola Estadual de Ensino Médio (EEEM) para Surdos Lília Mazon, de Porto Alegre. Foram ainda até o CTG Gomes Jardim, de Guaíba, para ver a dança dos idosos pertencentes à Associação dos Cegos do Rio Grande do Sul (ACERGS); lá, promoveram o Rodeio da Inclusão, com a participação dos três grupos.

Nos 11 minutos e 56 segundos do terceiro episódio, que foi ao ar no dia 10 de novembro de 2018, os telespectadores acompanharam a imersão da Internada Adulta do DTG Tropeiros do Ouro Negro no mundo de Natália. Desde junho, os dançarinos estavam encarando o desafio de executar, de olhos vendados, tarefas da sua rotina, como fazer tarefas da casa, trabalhar e ir à faculdade. No capítulo, foi revelada também a música para a coreografia do *Desafio*, escrita por César Oliveira e Rogério Melo, pelo

instrutor do grupo, Juarez Júnior Paiva Malagnez – o Juninho – e pela gaiteira e cantora Natália.

O quarto episódio, com 12 minutos e 1 segundo, foi exibido no dia 18 de novembro, sábado em que acontecia o ENART. No festival, os dançarinos tinham a missão de apresentar a coreografia produzida ao longo do *Desafio*. Nos primeiros minutos, foi evidenciado o Baile da Inclusão, sobre o qual falamos acima. No evento, a Invernada angariou recursos para o custeio dos itens necessários à participação no ENART, processo descrito pelo grupo como um desafio à parte.

O baile contou com a presença do deficiente visual Carlos, que enviou uma mensagem à RBS TV, relatando estar acompanhando o programa por meio da audiodescrição; da Invernada Mirim do CTG Rincão da Alegria, de Santa Cruz do Sul, que possui uma integrante deficiente física, Eduarda (sobrenome não citado); e do instrutor Paulo Ricardo Amaral e sua aluna Ana (sobrenome não citado), também deficiente física.

Neste episódio, foram expostas também outras atividades visando à arrecadação de dinheiro pelo grupo, como pedágios, venda de lanches em rodeios e pedidos de patrocínio, além da construção das estruturas a serem utilizadas na dança. Ao final, para aguçar a curiosidade dos telespectadores, um *spoiler* da coreografia.

O episódio final, que foi ao ar em 24 de novembro, teve 12 minutos e 45 segundos. De início, houve a recapitulação dos acontecimentos anteriores. Após, foi trazida a experiência dos ensaios, incluindo o aprendizado de Libras. O *Desafio* foi tatuado na pele de cada dançarino participante, como uma ideia coletiva da Invernada.

Por fim, mostra-se a apresentação do grupo na abertura do ENART, no dia 16 de novembro, e a finalização do *reality show*. No dia seguinte à exibição do último capítulo, o *Desafio* ganhou repercussão nacional, por meio de uma matéria no *Fantástico*, programa dominical da Rede Globo.

Ressaltamos, aqui, que a iniciativa faz cumprir a Lei nº 13.146/2015, conhecida como a Lei de Inclusão de Pessoas com Deficiência. Ela reza que serviços de radiofusão de sons e imagens devem permitir o uso de recursos como a subtítuloção por meio de legenda oculta, janela com intérprete de Libras e audiodescrição.

Com a participação no especial, o DTG Tropeiros do Ouro Negro ganhou visibilidade junto ao meio tradicionalista. O grupo adulto passou a participar de eventos como o Domingo no CTG, promovido em 4 de novembro de 2018 pela 7ª Região Tradicionalista (RT) do MTG, em Marau/RS, e a formatura de casais cegos em um

curso de Dança de Salão no CTG Pousada da Figueira, de Porto Alegre, além da campanha de Natal de 2018 da RBS TV.

Diversas cidades gaúchas e até de fora do Estado reproduziram a iniciativa dos dançarinos que executam uma coreografia de olhos vendados. A produção do especial recebeu notícia de iniciativas neste sentido em Guaíba/RS, Cerro Branco/RS e Buritis/MG.

No período de finalização deste trabalho, o DTG Tropeiros do Ouro Negro conquistou, junto à Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul, o prêmio Vitor Mateus Teixeira, na categoria Grupo de Dança Gaúcha. A premiação, que acontece desde 1977, tem por objetivo reconhecer, valorizar e incentivar os trabalhos e ações que divulguem a música e o artista gaúcho.

Em sua página do Facebook, o DTG fez a publicação de fotos da cerimônia, que aconteceu no dia 4 de dezembro de 2019, no Teatro Dante Barone, junto à assembleia gaúcha, em Porto Alegre. As imagens foram acompanhadas por estas palavras: “A data do dia 04/12/2019 vai ficar marcada eternamente na história da nossa entidade. Recebemos a maior premiação da cultura gaúcha, o prêmio Vitor Mateus Teixeira. Ficamos emocionados com tal reconhecimento. Estamos construindo nossa história, com muito amor pela arte, pelos costumes do nosso povo. Com humildade, empatia sacrifícios... Isso será transformador em nossas vidas e ninguém e nada poderá tirar isso de nós. Sorria, povo do Ouro Negro, se encham de orgulho pois vocês são merecedores desse prêmio”.

O instrutor do grupo, Juarez Júnior Paiva Malagnez, também postou fotos em seu perfil pessoal no Facebook, junto ao seguinte texto: “Boa noite Senhoras e senhores aqui presentes, me chamo Juarez Júnior, hoje uma noite muito especial pra nós do Tropeiros Ouro Negro, a consagração desse prêmio materializa uma semente plantada com muito amor, Fazer o Rio Grande do Sul ver com os “Olhos do Coração” ganhou uma proporção que nós não imaginávamos, no ano de 2019 o Rio Grande foi uma onda de Inclusão, sendo ela abordada das formas mais solidárias possíveis, Tivemos a Inclusão no Freio de Ouro, em diversos grupos de dança pelo Estado, a Ciranda Cultural de Prendas do Rio Grande do Sul, e muitas outras áreas do nosso tradicionalismo, Agradecemos de coração os deputados Rodrigo Maroni e Ernâni Polo pela indicação, a Márcia, Tete, Rejane, ao nosso grande irmão Giovani Grizzoti pela oportunidade, agradecemos toda Equipe da RBS TV, aos nossos padrinhos César Oliveira e Rogério Melo, a nossa Patronagem, Marcela, Tati, Léo e a todos dançarinos que viveram

intensamente esse grande Desafio, Que todos nós a cada dia, possamos olhar mais com os “Olhos do Coração” Obrigado”. O DTG Tropeiros do Ouro Negro reconhece, portanto, que o *Desafio Farroupilha* foi peça importante para que houvesse a divulgação do seu trabalho.

4. ESTUDO DE CASO DO DESAFIO FARROUPILHA: OLHOS DO CORAÇÃO

Os conteúdos do *Desafio Farroupilha: Olhos do coração* foram distribuídos em cinco episódios. Para esta análise, optamos por esmiuçar o segundo, exibido pela RBS TV em 3 de novembro de 2018, e o quinto, que foi ao ar em 24 de novembro de 2018. Esta escolha se deve ao fato de que, sob o nosso ponto de vista, estes são os dois capítulos que mais evidenciam as características de um produto de jornalismo cultural, conclusão a que chegamos após assistir, mais de uma vez, a todo o *reality show*.

4.1. Análise do episódio do dia 03/11/2018

A apresentadora Daniela Ungaretti, que conduz o Jornal do Almoço neste dia, introduz o episódio com as seguintes palavras: “Chegou a hora do nosso sábado em que a gente mais exerce a empatia, que a gente se coloca no lugar do outro, principalmente no de quem não vê e não ouve. É o segundo episódio do *Desafio Farroupilha: Olhos do coração*, que você pode acompanhar em Libras e também com audiodescrição. Aliás, o Leandro Pereira, que é lá de Pelotas e não enxerga desde os oito anos, nos mandou um e-mail, feliz da vida por poder acompanhar o nosso *reality show* com esse recurso. E nesta quinta temporada, o desafio é dançar sem enxergar. Pra dar conta dessa difícil missão, os dançarinos foram, claro, em busca de inspiração, de exemplos de inclusão espalhados por este Rio Grande afora”. Esta introdução dura 42 segundos.

Podemos observar, na fala inicial da apresentadora, a indicação de que a RBS TV está disponibilizando, em sua programação, um espaço de reflexão acerca da inclusão social e uma produção que possa ser acompanhada e compreendida por pessoas que possuam deficiência auditiva e visual. Daniela traz uma espécie de justificativa do porquê de este conteúdo ser noticiável. Este motivo, a nosso ver, contempla o Artigo 221 da Constituição Federal brasileira.

Como descrito em nossos pressupostos teóricos, com base nas afirmações de Wolf (1995), há valores-notícia que são considerados na transformação de um fato em produto jornalístico. O interesse do acontecimento, por exemplo, denota o seu caráter humanístico e o que o torna diferenciado perante os fatos comuns do dia a dia. A

questão de um grupo ser desafiado a dançar de olhos vendados é incomum; os exemplos de inclusão social que serão trazidos durante o episódio, também. E estes fatos têm potencial de entretenimento, o que mantém a atenção do espectador. É possível vislumbrar também o valor-notícia da importância do acontecimento, por incidir na análise de um contexto cultural e social.

O episódio segue com a contextualização, por parte dos apresentadores do *reality*, César Oliveira e Rogério Melo, e do jornalista Giovani Grizotti, do tema da temporada e dos participantes, com imagens dos ensaios da invernada para a coreografia a ser apresentada ao final da quinta temporada do *Desafio Farroupilha*. É trazido, também, um momento do capítulo anterior: o encontro de Natália Guastuci com sua inspiração, a cantora Berenice Azambuja.

Lembramos, neste momento, dos critérios relativos ao meio de comunicação, descritos por Wolf (1995). Sabemos que o conteúdo é válido para exploração, mas ele deve ter também uma boa apresentação. A edição das imagens e a trilha sonora despertam sentimentos no telespectador. Por se tratar da televisão, tudo tem que ser ágil, portanto, a recapitulação é sintética; vai dos 43 segundos até 1 minuto e 22 segundos do vídeo.

Um desenho multicolorido que retrata Natália passa rapidamente, em 1 segundo, marcando o início do novo episódio. Os apresentadores César e Rogério aparecem. Eles contam que, no segundo capítulo da série, os dançarinos foram conhecer exemplos de inclusão, e Rogério pede para que o telespectador se prepare, pois as histórias são “de arrepiar o pelo”. Surge então a vinheta da atração, de 5 segundos.

As imagens e falas seguintes trazem o menino Daniel (sobrenome não mencionado), surdo-mudo, protagonista do primeiro *case* relativo à inclusão social. Ele está junto da família e do instrutor de sua invernada de danças, Jocemar Bueno. O cenário é a casa do dançarino, no município de Sapiranga/RS. É a véspera de um dia cheio de apresentações. Em seguida, as imagens mostram Daniel chegando à entidade que frequenta, o CTG Galpão Sentinela do Pago, e, depois, dançando junto a seus colegas. Enquanto isso, Jocemar conta que o menino ingressou na invernada por vontade própria.

As imagens da invernada seguem. O instrutor que passou ao grupo uma coreografia, Felipe Araújo, elogia Daniel por suas qualidades enquanto dançarino. O repórter pergunta ao par do menino, a pequena Laura Pimentel Bueno, se ele dança bem, e ela responde positivamente. O instrutor do DTG Tropeiros do Ouro Negro,

Juarez Júnior Paiva Malagnez (Juninho), afirma, para as câmeras, que Daniel é o melhor peão da internada. Posteriormente, faz a mesma fala ao menino, com o auxílio de uma intérprete de Libras. Daniel responde que esse era um sonho que tinha desde criança.

Para finalizar a exposição do *case*, os integrantes da internada conversam com o amigo em Libras, e, após, a intérprete Lúcia Santos fala sobre a inclusão, afirmando que ela “acontece primeiro no coração”; tudo acompanhado das imagens das crianças interagindo por meio da língua de sinais. Juninho avalia como “espetacular” o fato de inúmeras crianças aprenderem Libras em favor de uma. Esta reportagem ocorre no tempo entre 1 minuto e 50 segundos e 5 minutos e 9 segundos. César Oliveira e Rogério Melo aparecem e anunciam que há surpresas relacionadas ao grupo de Daniel a serem mostradas, ainda, no episódio.

A reportagem seguinte acontece na escola Lília Mazon, em Porto Alegre. Dois integrantes do DTG Tropeiros do Ouro Negro – Eduarda (sobrenome não citado) e William Marques – chegam a uma sala em que dois pares executam o Maçanico, dança tradicional do Rio Grande do Sul. Eles são guiados pela voz da professora Leda Rodrigues, vice-diretora da instituição. No momento seguinte, ela explica a William o método utilizado para ensinar dança a alunos que não ouvem o som da gaita.

A professora Leda conta, simultaneamente em português e em Libras, que, nos ensaios, ensina, mas na apresentação, é a gaiteira; assim, ela espera a ordem do posteiro, menino que comanda a dança, para começar a tocar. Imagens mostram os estudantes dançando, mesmo sem música. Depois, Eduarda pergunta a uma das dançarinas, Simone (sobrenome não citado), se foi difícil aprender a dançar. Ela responde que não, pois o método de contagem de cada passo facilita, e, quando mais jovem, dançou balé.

No momento seguinte, Eduarda e William aparecem em um dos corredores da instituição. Atrás, vê-se um *banner* com as inscrições “Escola Estadual de Ensino Médio para Surdos Professora Lilia Mazon”, nome citado parcialmente no início da reportagem. A prenda e o peão do DTG Tropeiros do Ouro Negro dizem que levarão o exemplo dos estudantes que acabaram de conhecer como motivação para o *Desafio*. Imagens mostram diversos pares dançando, ainda na sala de aula.

As imagens seguintes mostram o grupo da escola Lilia Mazon fazendo uma apresentação. As vozes de César, Rogério e Grizotti narram o acontecimento. Em um determinado momento, a professora Leda para de tocar a gaita, e, mesmo assim, os estudantes continuam dançando. A reportagem finaliza com o aplauso do público. Este *case* é apresentado no tempo de 5 minutos e 20 segundos a 8 minutos e 11 segundos.

César Oliveira e Rogério Melo voltam a aparecer na tela. Comentam o *case* anterior e introduzem a reportagem sobre o Rodeio da Inclusão, que aconteceu no CTG Gomes Jardim, de Guaíba. Neste momento, suas vozes contam a história dos idosos integrantes da ACERGS, que dançam em pares, espalhados pelo salão.

O ex-comerciante Luis Carlos Santiago, ao lado de sua prenda, relata suas vivências pessoais e sobre como a dança auxiliou na adaptação à perda da visão. Durante a fala do idoso, há uma alternância entre a imagem dele concedendo a entrevista e capturas em que ele e a prenda dançam. Uma das integrantes do DTG Tropeiros do Ouro Negro, cujo nome não é citado, pede a Luis uma dica para dançar sem enxergar. Ele diz que o primeiro passo é prestar a atenção no ritmo da música.

As imagens subsequentes mostram um peão da invernada dançando com uma das senhoras integrantes do grupo. Ele é então identificado: Elisson Klein, coordenador do DTG. Ele conta que a idosa, Ana Otília (sobrenome não citado), nasceu sem a visão, e pergunta a ela sobre a sua percepção do espaço, pois também terá que dançar vendado. Ela responde que, para quem não tem visão nenhuma, o som é o guia.

César e Rogério surgem em meio ao baile, assistindo às danças. Seu *off* introduz uma atividade desenvolvida pelos personagens do *case* do início, as crianças do CTG Galpão Sentinela do Pago, cujas imagens aparecem novamente. Em seguida, elas aparecem, tipicamente vestidas com a pilcha gaúcha, cantando o Hino do Rio Grande do Sul em Libras, acompanhados por um gaitero, cujo nome não é citado, e do pequeno cantor Thomas Machado. César Oliveira e Rogério Melo comentam positivamente o que viram no Rodeio da Inclusão. Esta reportagem acontece no tempo entre 8 minutos e 12 segundos e 11 minutos e 30 segundos.

Para encerrar, é realizado um adiantamento do que será exibido no próximo episódio. Os apresentadores contam que os dançarinos vão passar por um “treinamento”, uma “experiência transformadora para enfrentar o maior desafio de suas vidas”. As imagens mostram os integrantes da invernada executando tarefas do dia a dia vendados, e depois, Natália, tocando gaita e cantando em sua casa. São mostradas, então, imagens do instrutor Juninho e do grupo. Juninho diz que muitos não acreditam que a invernada vá superar o desafio, mas que está confiante de que irá dar certo e as pessoas irão se emocionar. Contando a chamada para o episódio final e a vinheta do *reality show*, o episódio finaliza com o tempo total de 12 minutos e 10 segundos.

A reportagem e a entrevista, de acordo com Marques de Melo (2003), são formatos pertencentes ao jornalismo informativo. Como mencionado no primeiro

capítulo deste trabalho, o autor explica que a reportagem versa sobre algo que já repercutiu junto ao grupo social e produziu nele alterações significativas. Já a entrevista é o instrumento que possibilita aos personagens defenderem seu posicionamento em relação ao fato com o qual estão envolvidos.

O segundo episódio do *Desafio Farroupilha: Olhos do coração* conta com as três reportagens já descritas. Conforme Lage (2002), o momento atual do jornalismo pede por produções com uma linguagem simples, que reduza termos técnicos e transmita com qualidade a essência da informação. Para Wolf (1995), esta especificidade se encaixa no valor-notícia da brevidade, dentro dos critérios relativos ao produto.

Notamos que nosso objeto de estudo contém estas características. Por exemplo, quando os apresentadores se referem à escola Lilia Mazon, não dizem o seu nome completo. Porém, acreditamos que, por vezes, essa objetividade possa ocultar informações importantes, como a de que esta é uma instituição voltada à educação de surdos, não uma escola regular.

Notamos, também, que são evitados termos relativos à especificidade do tradicionalismo, meio cultural no qual o trabalho está sendo desenvolvido. O episódio não menciona em momento algum o fato de que o DTG Tropeiros do Ouro Negro e a cidade de Canoas pertencem à 12ª Região Tradicionalista do MTG. Da mesma forma, as outras entidades citadas, o CTG Galpão Sentinela do Pago e o CTG Gomes Jardim, não são incluídos em suas regiões, que são a 30ª e a 1ª.

Não é mencionado, também, o fato de que o MTG estabelece que, por meio de seus núcleos, que são a Presidência, as Coordenadorias Regionais e as Entidades Tradicionalistas, deve acontecer o estímulo à inclusão social. Tal objetivo é evidenciado na Carta de Princípios da organização, em especial nos itens I, XI, XVII, XXI, XXII e XXIX (ver anexo).

Conforme o artigo 3º, inciso 2 do Estatuto do MTG, publicado junto à Coletânea da Legislação Tradicionalista (2015), também é objetivo da organização “promover a ética, a paz, a cidadania, os direitos humanos, a democracia e outros valores universais”, onde notamos que se encaixa a inclusão social. O trabalho realizado pelo CTG Galpão Sentinela do Pago é, portanto, uma iniciativa da própria entidade, mas que tem estímulo e amparo no MTG. É uma obrigação dos CTGs, embora este tenha ido além, incluindo de todas as formas possíveis o menino Daniel.

Por conhecermos a sistemática do MTG, nos damos ao direito de fazer estes apontamentos. Mas notamos também, como já dito, que falta informação acerca dos objetivos da escola para surdos Lilia Mazon e da ACERGS, em que projetos os grupos de dança estão inseridos e se eles obtêm apoio do meio tradicionalista.

Observamos que, em diversos momentos, não são citados os sobrenomes das pessoas entrevistadas, como nos casos das dançarinas Eduarda, do DTG Tropeiros do Ouro Negro, Simone, da escola Lilia Mazon, e Ana Oflia, do grupo de idosos cegos. O próprio dançarino Daniel, protagonista do primeiro *case*, não tem seu sobrenome citado.

Kunczik (2001) afirma que os valores-notícia ajudam a definir o que interessa a um público específico e pode garantir a audiência do produto veiculado; estes critérios podem estar baseados em uma abordagem etnocêntrica. Traquina (2012) revela que esta identificação exige um acordo entre o repórter e o editor.

O Desafio Farroupilha: Olhos do coração traz, por meio do jornalismo cultural, a pauta de como a inclusão acontece no meio tradicionalista. Ela foi proposta pelo jornalista Giovani Grizotti e aprovada pelas equipes de produção do Jornal do Almoço e da RBS TV. A proposta está centrada no público tradicionalista e na população que possui algum tipo de deficiência. Pela fala inicial da apresentadora Daniela Ungaretti, notamos que os deficientes visuais sentiram-se retratados no *reality*. Nós presenciamos, na época em que as reportagens foram exibidas, comentários positivos de tradicionalistas em relação a elas. Portanto, entendemos que a estratégia adotada para a construção deste produto jornalístico teve eficácia.

Esta ferramenta enquadra-se, nos termos de Wolf (1995), nos valores-notícia relativos à ideologia, por trazer situações incomuns, que mexem com a visão de mundo do telespectador, e do equilíbrio do produto, por contemplar diversas faixas etárias e públicos que, normalmente, não têm um lugar de fala amplo. Encaixa-se, também, no fator de atualidade; o tema da inclusão sempre é atual, pois se refere ao bem-estar de uma parcela da população e à postura de todos os cidadãos como seres sociais.

O *reality* apresenta, também, o valor-notícia da qualidade, descrito por Wolf (1995) como o potencial de dinamicidade do fato. É um acontecimento que permite uma apresentação atraente e que gera, junto ao telespectador, a sensação de proximidade e identificação com o tema, em especial aos públicos retratados pelo produto, sendo esta a primeira das três categorias de notícias propostas pelo autor.

Isso é realizado, no *Desafio Farroupilha*, através do uso de imagens impactantes, combinadas com uma boa sonoplastia, como já citamos ao falar dos critérios relativos ao meio de comunicação. Outros fatores que contribuem para uma boa exposição do conteúdo são a audiodescrição, ativada junto ao equipamento de televisão, e a interpretação das falas em Libras, no canto direito da tela. Em termos estéticos, é interessante destacar que os dançarinos estão sempre identificados com uma camisa do *Desafio Farroupilha* ou pilchados.

Os lugares onde as filmagens foram realizadas contribuem para um bom entendimento do contexto onde se passam as histórias: na primeira reportagem, a casa e o CTG; na segunda, a escola; na terceira, novamente um CTG. Os apresentadores César e Rogério estão em um local aberto, em meio à natureza, que remete ao homem do campo e, conseqüentemente, ao tradicionalismo.

Quanto aos critérios relativos à concorrência, é válido destacar que a RBS TV traz, em seus objetivos fundamentais, os ideais regionalistas. Desta forma, marcou território mais uma vez, ao produzir, sob o viés do jornalismo cultural, um especial que une as temáticas do tradicionalismo e da inclusão. Este intuito vem ao encontro do entendimento de Rossi (2005), quando este afirma que ser jornalista é mais do que aplicar técnicas; é exercer uma função social.

4.2. Análise do episódio do dia 24/11/2018

O episódio tem início com a introdução da apresentadora do *Jornal do Almoço*, Daniela Ungaretti, desenvolvida em 35 segundos. Ela conta ao telespectador que será exibido, em seguida, o último episódio do *Desafio Farroupilha: Olhos do coração*, descrevendo-o como “pura emoção”. Daniela relata que os dançarinos passaram por quatro meses de preparação, não só na questão de dança, mas na de “se colocar no lugar do outro”, para contar a história da gaiteira Natália. Ela diz ao espectador que a apresentação no ENART de 2018 será o momento “mais emocionante” do *reality*.

Aos 36 segundos de vídeo, entram, animados, os apresentadores César Oliveira e Rogério Melo. Com uma fala que vai até 1 minuto e 2 segundos de vídeo, eles comentam o episódio, deixando o espectador curioso para saber se o DTG Tropeiros do Ouro Negro conseguiu cumprir com o desafio proposto. O desenho de Natália passa na tela e inicia-se a recapitulação dos episódios anteriores.

Grizotti, César e Rogério contam que começaram a acompanhar a rotina do grupo de danças há quase quatro meses, e a ele propuseram um desafio “que parecia impossível”: dançar de olhos vendados. O *off* é acompanhado de imagens que mostram os ensaios do grupo. Os apresentadores falam que o objetivo de tudo isso é contar a história de Natália, gaiteira de 16 anos que nasceu cega, e são exibidas imagens da personagem central do *Desafio* cantando e tocando, em sua casa e também na sala de aula da escola onde estuda, no município de Rio Grande.

César e Rogério aparecem e comentam que os dançarinos passaram por muitas dificuldades e por uma experiência transformadora. Novamente em *off*, contam que os peões e prendas executaram tarefas do dia a dia sem enxergar e tiveram de arrecadar dinheiro para comprar as pilchas, o cenário e o que mais fosse necessário para a apresentação no ENART, tudo acompanhado de imagens ilustrativas, todas já exibidas nos episódios anteriores. O desenho de Natália passa na tela e César e Rogério ressurgem. Eles afirmam que, ainda neste episódio, será mostrada a coreografia completa, mas que antes irão contar como foram as últimas semanas de ensaio. É exibida a vinheta do especial.

Aos 2 minutos e 30 segundos de vídeo, os apresentadores, amparados por imagens, contam que os dançarinos e Natália fizeram uma tatuagem retratando o *Desafio Farroupilha*. As filmagens seguintes mostram uma dança em que os peões e prendas integram-se ao público presente nas atividades da Semana Farroupilha de Canoas – o que descobrimos porque há, na cena, um *banner* com estes dizeres.

Após, César e Rogério narram imagens, algumas já exibidas nos episódios anteriores e outras inéditas, em que os dançarinos participam, de olhos vendados, de um retiro em seu CTG. São exibidos, também, *frames* dos exemplos de inclusão que os integrantes do DTG conheceram ao longo do *reality*. Passam a ser mostrados e descritos, então, os últimos ensaios da coreografia, por parte dos dançarinos do DTG, e da música, que será cantada por Natália, César e Rogério, e tocada por um conjunto instrumental – o que deduzimos pelas imagens.

O telespectador pode ver, também, as imagens de um ensaio aberto, realizado em Marau. A reportagem não conta a data deste ensaio, mas descobrimos, por meio do *blog Repórter Farroupilha*, que aconteceu no dia 3 de outubro de 2018. Após as correções na dança, feitas pelo instrutor Juninho, César Oliveira passa de apresentador a entrevistado. Emocionado, ele fala sobre a coreografia e, depois, conversa com Natália.

Em seguida, os dançarinos aprendem frases em Libras, que serão utilizadas na coreografia; as imagens são narradas por Grizotti. A dançarina Mariana Rohdt comenta que não imaginava obter este aprendizado dentro de um CTG. São exibidas as imagens da estrutura de madeira, que, de acordo com outros episódios, foi construída pelos pais dos dançarinos. O coordenador da internada, Elisson Klein, comenta sobre a cama que vira uma gaita. O desenho multicolorido de Natália passa pela tela, marcando o término desta seção do episódio.

Aos 5 minutos e 47 segundos, inicia a parte em que será exibida a apresentação, transcorrida em 16 de novembro de 2019. Imagens, narradas por Grizotti, mostram a cidade de Santa Cruz do Sul e o ginásio onde acontece o ENART, que sabemos estar localizado no Parque da Oktoberfest. Acontece, então, um momento de tensão: a cantora Berenice Azambuja, que tinha confirmado sua participação na coreografia, junto à Natália, não comparece à apresentação. A jovem recebe então a incumbência de alterar uma parte da letra e protagonizar a coreografia sozinha. Os dançarinos motivam uns aos outros e fazem seu grito de guerra. Após, já em frente ao tablado, César e Rogério apresentam para as câmeras da RBS: “Com vocês, o DTG Tropeiros do Ouro Negro!”. A coreografia é então executada e ovacionada pelo grande público presente. No episódio, ela vai dos 7 minutos e 33 segundos aos 10 minutos e 35 segundos.

Depois do término da apresentação, os dançarinos são entrevistados, do lado de fora do ginásio. As prendas Eduarda Borges e Bruna Rodrigues da Silva e o peão Gabriel Ferreira comentam a experiência. Uma das mães do grupo, ao lado de um senhor que parece ser seu esposo e de Natália, também fala de sua emoção.

Vem, então, a fala de Natália: “Todo mundo disse que todo mundo aplaudiu a gente de pé, né, e realmente, eu senti como se acontecesse a inclusão, de todos sermos iguais”. Os apresentadores César Oliveira e Rogério Melo, ao lado de Natália e tendo ao fundo o grupo, despedem-se da temporada do *Desafio Farroupilha*. Junto aos dançarinos, eles dizem que todos puderam ver com “olhos do coração”. O grupo finaliza com um “tchau” em Libras. O episódio encerra exatamente aos 12 minutos.

A apresentadora do *Jornal do Almoço*, Daniela Ungaretti, retorna. Ela conta, em 30 segundos, que uma reportagem sobre o *Desafio Farroupilha* será exibida no *Fantástico*, programa da Rede Globo de 25 de novembro de 2018. Uma chamada de 15 segundos aguça a curiosidade do telespectador para que acompanhe o programa no dia seguinte.

Partimos, então, à análise do episódio final do *reality show*. A série toda recorre à questão emocional, mas este capítulo, em especial, desperta inúmeros sentimentos no telespectador. A expectativa para ver se o grupo conseguirá superar o desafio; a indignação pelo não comparecimento de Berenice Azambuja; a felicidade quando o grupo consegue dançar de olhos vendados e Natália executa com maestria tudo o que lhe compete.

Esta característica lembra-nos de inúmeros valores-notícia descritos por Wolf (1995). No âmbito dos critérios substantivos, podemos citar os fatores da importância, por meio da qual notamos a influência do produto acerca da sociedade que o contempla, e do interesse, que carrega em seu bojo questões humanitárias, como a inclusão social e a empatia, praticada pelos dançarinos ao longo do *Desafio* e evidenciada neste episódio.

Em relação aos critérios citados por Wolf (1995) relativos ao produto, podemos citar o valor-notícia que se refere à qualidade do fato enquanto cobertura jornalística e aos limites técnicos do veículo. A eles está associada a apresentação do produto, como critério referente ao meio de comunicação.

A captura de imagens no ENART certamente exigiu uma autorização por parte do promotor do evento, o MTG. O próprio envolvimento de uma entidade a ele filiada, o DTG Tropiceros do Ouro Negro, e a apresentação da coreografia no ENART exigiram este diálogo com a organização. Imaginamos que diversas câmeras e integrantes da equipe foram deslocados aos locais de filmagem, em especial ao Parque da Oktoberfest. Isto exigiu um bom planejamento, entregue com antecedência à RBS TV.

Como no segundo episódio do *reality*, observamos o fator da brevidade. Há a reportagem que mostra a rotina de ensaios e a que revela os resultados dos quatro meses de preparação para a coreografia. Elas têm de ser ágeis; então, dão prioridade para a fala dos personagens. Acontece a mesma situação do outro capítulo: algumas informações são ditas superficialmente, levando em consideração o pouco tempo de que se dispõe na TV. O *reality show* já ocupa 12 minutos do *Jornal do Almoço*, que possui cerca de 1 hora de duração.

Não é bem explicada, por exemplo, de que forma a apresentação foi realizada no ENART. Como é um festival voltado à competição entre artistas amadores, em diversas modalidades de arte gaúcha, a abordagem do *reality* passa-nos a impressão de que a coreografia concorre nas Danças Tradicionais – Força A, pois acontece no palco principal do evento. Na verdade, esta dança é apenas uma apresentação, não participa da competição e acontece na abertura do festival. Talvez só quem integra ou conhece de

perto as atividades do movimento tradicionalista teve uma compreensão clara de como ocorreu esta participação.

Outro valor-notícia sugerido por Wolf (1995) que deve ser mencionado é a atualidade. Passaram-se vários dias entre a apresentação (16/11) e a exibição do conteúdo (24/11). Temos de levar em consideração, porém, que o *reality* foi ao ar semanalmente, no sábado, onde o noticiário reserva mais espaço para pautas de cunho cultural. Assim como as outras reportagens, algumas feitas há quatro meses, estas também tiveram que ficar guardadas por um tempo.

As quatro temporadas que antecederam a esta finalizaram em setembro, devido à movimentação anual de diversos setores em relação à Semana Farroupilha. Já o término da quinta temporada foi pensado para novembro porque nele acontece o ENART, evento mais aguardado pelo público tradicionalista. Até chegar ao dia do festival, foram exibidos conteúdos diretamente relacionados à participação dos dançarinos. Isto contribuiu para dois dos valores pensados por Wolf (1995): o equilíbrio do produto e a manutenção dos princípios ideológicos do programa.

Na entrevista concedida a esta pesquisa, Grizotti (2019) comentou acerca do período de veiculação da atração. “Nosso grande desafio é dar visibilidade pra cultura gaúcha, não só em setembro, mas também nos doze meses do ano, que é quando ela acontece”, relatou.

Sendo assim, a nosso ver, a coreografia proposta pelo *Desafio Farroupilha* transcendeu a RBS TV; se tornou um momento marcante do ENART 2018. Os conteúdos exibidos acabaram se tornando uma forma de conhecimento para o telespectador, por trazerem informações acerca da inclusão e ideias para efetivá-la. Esta é uma característica do jornalismo, prevista por estudiosos da área como Traquina (2012), Beltrão (1980), Rossi (2005), Costa (2015) e Meditsch (1997), cujas produções serviram de base para os pressupostos teóricos apresentados no primeiro capítulo deste trabalho.

As informações veiculadas passaram pelo filtro dos jornalistas envolvidos, e talvez alguns pontos importantes tenham ficado de fora. Mas esta escolha foi realizada segundo a bagagem cultural dos produtores e de acordo com os critérios da empresa e o tempo disponibilizado para a atração. É a objetividade descrita por Traquina (2012) e Bahia (1990).

Ainda de acordo com nossos estudos, é necessário fazer uma observação. O jornalismo cultural, por vezes, está mesclado ao entretenimento. Segundo Chauí (2006),

a cultura é um meio de expressão, direito dos cidadãos em uma sociedade marcada pela exclusão social. Já o entretenimento é uma forma de lazer. Rivera (1995) defende, então, que o jornalista cultural adote uma postura que permita que seu produto, mesmo contendo traços de entretenimento, não deixe de ser jornalismo.

Quando questionado sobre o porquê do formato *reality show*, Grizotti (2019) diz: “é um formato que tem muita aceitação, que mostra as coisas como elas são, e a gente tenta sempre, no *Desafio Farroupilha*, gravar de maneira muito espontânea, sem forçar, sem roteirizar; a gente tem a base do que quer em cada capítulo, mas depois deixa rolar a gravação. Então, é o que se aproxima mais daquilo que a gente se propõe a fazer, que é o próprio jornalismo, desde que, claro, ele tenha um conteúdo jornalístico”.

Entendemos, portanto, que o *Desafio Farroupilha: Olhos do coração*, mesmo possuindo características de entretenimento – como na própria denominação, *reality show* – se utiliza de características e formatos do jornalismo. A parte do desafio em si é entretenimento, mas teve, como pano de fundo, diversas histórias inspiradoras de inclusão, que foram contadas a partir de técnicas jornalísticas, notadamente, a reportagem e a entrevista. A equipe designada pela RBS TV e chefiada por Giovani Grizotti soube executar os passos necessários para que este se tornasse um produto da área do jornalismo cultural.

A aplicação das técnicas e dos objetivos do jornalismo cultural no *reality* concede espaço ao público tradicionalista e à população que possui algum tipo de deficiência. Acreditamos que o processo de produção tenha sido permeado, claro, por motivos econômicos, sendo a RBS TV uma instituição com fins lucrativos. Mas acreditamos que o *Desafio Farroupilha: Olhos do Coração*, como o jornalismo deve ser, cumpriu um papel perante a sociedade rio-grandense. Confirma-se, assim, o que defende Rossi (2005) ao afirmar que o jornalismo deve ser visto como um dever exercido não para com o empregador, mas para com as pessoas; como a missão de informar com honestidade.

CONCLUSÃO

Contrariando o pressuposto frankfurtiano de que apenas os métodos científicos são capazes de construir percepções válidas acerca da realidade, a prática jornalística vem provando ser uma forma de produção do conhecimento, como afirma Meditsch (1997). A partir da profissionalização de suas atividades, os jornalistas têm o dever de perseguir a objetividade, selecionar os melhores conteúdos e oferecer ao público produtos de qualidade. Com rigor, os consumidores buscam estar atualizados, e exigem, do profissional jornalista, habilidades multidisciplinares, boas técnicas e, primordialmente, ética, como defende Bahia (1990).

Para avaliarem quais fatos podem ser transpostos em notícias, os jornalistas empregam alguns critérios de noticiabilidade. A classificação proposta por Wolf (1995) sintetiza os valores-notícia. Como critérios substantivos, podem estar relacionados ao interesse da notícia ou a sua importância, o que envolve o nível social e a quantidade de pessoas envolvidas, o impacto sobre a sociedade e a possibilidade de continuidade da situação.

Dentre os critérios relativos ao produto, podemos destacar seu potencial para permitir uma cobertura e uma apresentação de qualidade, a brevidade, a ideologia, a atualidade e o equilíbrio. Os fatores que remetem ao meio de comunicação são, além de alguns dos citados acima, a frequência do acontecimento e o formato em que ele se enquadra. Quando falamos nos critérios relacionados ao público, surgem dois novos valores: o da estrutura narrativa e o da proteção. A partir deles, são gerados três tipos de notícia: as de identificação, as de serviço e as rápidas. E, por fim, é válido referenciar os critérios relativos à concorrência com outros veículos (WOLF, 1995).

O estudo das características do jornalismo cultural aponta, segundo Basso (2006), para um campo que realiza a análise de produtos culturais, objetivando interpretar as problemáticas de cada época. Para Rivera (1995) a área aborda os aspectos relacionados à produção, à circulação e ao consumo de bens simbólicos. Barbeiro e Lima (2002, p. 13) entendem que a TV é “um fenômeno de massa de grande impacto na vida social”, e um dispositivo que serve à divulgação das crenças das diferentes

sociedades em escala mundial. Para produzir jornalismo cultural na televisão é preciso, portanto, conhecer as técnicas próprias deste universo visual e as peculiaridades do meio social em que se insere.

Na programação atual da RBS TV, não há programas que contemplem exclusivamente o jornalismo cultural, mas algumas produções que abrangem temas diversos, como o noticiário *Jornal do Almoço*, possuem pautas deste cunho. Nestas atrações, observamos traços do regionalismo e uma concessão de espaço à cultura própria do Rio Grande do Sul.

Complementam as informações necessárias à análise a entrevista com o jornalista Giovani Grizotti; os dados coletados no *blog Repórter Farroupilha* e, principalmente, os episódios do *Desafio Farroupilha: Olhos do coração*, com destaque para o segundo e o quinto. A partir do estudo, concluímos que o *reality show* mescla entretenimento e jornalismo. Utiliza-se, assim, da entrevista e da reportagem, formatos próprios do jornalismo, para falar de cultura gaúcha e inclusão, o que denota à produção um viés social.

Como menciona Schirmer (2002), desde o seu surgimento, a RBS TV busca valorizar a produção local. Dando seguimento a esta característica, a emissora oportunizou, com o *Desafio Farroupilha: Olhos do coração*, um espaço às manifestações regionais, mostrando como a inclusão é realizada no tradicionalismo, como prevê a legislação vigente (Artigo 221 da Constituição Federal e Lei nº 13.146/2015). Consideramos que a pauta escolhida é válida para a área do jornalismo cultural, pois apresenta diversos dos valores-notícia descritos por Wolf (1995), como interesse, importância, boa apresentação, linha ideológica, equilíbrio, atualidade, qualidade, respeito aos limites técnicos e brevidade.

Acreditamos que, talvez em razão destes critérios de noticiabilidade, tenham sido omitidas algumas informações importantes, que levariam o telespectador ao entendimento de como o DTG Tropeiros do Ouro Negro e outras instituições e pessoas que o *reality* mostra se relacionam com o Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG) e um dos eventos por ele promovidos, o Encontro de Artes e Tradição Gaúcha (ENART). Outra informação que não ficou explícita é a de que o MTG solicita a todos os seus núcleos, inclusive as entidades tradicionalistas, que realizem a inclusão de pessoas com deficiência, de acordo com objetivos sociais previstos pelos seus documentos basilares: a Carta de Princípios e o Estatuto.

Compreendemos que, jornalisticamente, a produção privilegiou a cultura gaúcha em si, e não a instituição que organiza suas manifestações, o que pensamos ter sido definido em conjunto com a RBS TV, em razão de sua linha editorial e de seus critérios de noticiabilidade. À parte destas observações, entendemos que o *Desafio Farroupilha: Olhos do coração* cumpriu com seu objetivo de ser, como nos diz Rivera (1995, p. 159), um “meio de cultura”. Assim, a emissora ofereceu ao seu heterogêneo público um produto que, simultaneamente, informa, entretém e emociona, e, através destas características, provoca os telespectadores a reavaliar crenças e ampliar reflexões em relação à cultura e à cidadania.

REFERÊNCIAS

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica: as técnicas do jornalismo**. 4. ed. São Paulo: Editora Ática, 1990.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

BASSO, Eliane Fátima Corti. **Jornalismo Cultural: uma análise sobre o campo**. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, UnB, 2006, Brasília. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/99945753851980735137884571481134101142.pdf>. Acesso em: 31 out. 2019.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo: Filosofia e técnica**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia Jurema. **Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais**. Tese: Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC. Florianópolis, vol. 2 nº 1 (3), p. 68-80, jan/jul 2005.

BOSI, Alfredo. Cultura brasileira e culturas brasileiras. In: _____. **Dialética da Colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. p. 308-345.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 28 dez. 2019.

_____. Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 7 jul. 2015. Disponível em: jusbrasil.com.br/diarios/95334396/dou-secao-1-07-07-2015-pg-2. Acesso em: 28 dez. 2019.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

COSTA, Carlos. Prefácio: A formação do jornalista: olhar crítico e contemporaneidade. In: **Jornalismo e Contemporaneidade: um olhar crítico**. COELHO, Cláudio; KÜNSCH, Dimas A.; MENEZES, José Eugenio de O. (Orgs.). São Paulo: Plêiade, 2015. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/mestrado/noticias-mestrado/jornalismo-e-contemporaneidade-um-olhar-critico/>. Acesso em: 9 nov. 2019.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 62-83.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 215-235.

DTG TROPEIROS DO OURO NEGRO. **Página do Facebook**. Canoas, 2019. Disponível em: <https://www.facebook.com/dtgtropeirosdoouronegro/>. Acesso em: 6 dez. 2019.

FILHO, Flavi Ferreira Lisboa. **Mídia Regional: gauchidade e formato televisual no Galpão Crioulo**. Tese de doutorado - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS. São Leopoldo, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIOVANI GRIZOTTI – REPÓRTER FARROUPILHA. **Página do Facebook**. Porto Alegre, 2019. Disponível em: <https://www.facebook.com/reporterfarroupilha/>. Acesso em: 2 dez. 2019.

GRIZOTTI, Giovanni. **Entrevista pessoal**. 10 nov. 2019.

GRUPO RBS. **Comunicação é a nossa vida**. Porto Alegre: RBS Publicações, 2007.

_____. **Catálogo da exposição No ar – 50 anos de vida, 2007**. Porto Alegre: RBS Publicações, 2007.

GUEDES, Viviane Marques. **Fragmentos de um discurso: a narrativa do jornalismo cultural na pós-modernidade**. Universidade Federal da Paraíba. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em Sociologia. João Pessoa, 2007. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/guedes-viviane-fragmentos-de-um-discurso.pdf>. Acesso em: 31 out. 2019.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Educação, jul./dez. 1997. v.22 n.2. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/issue/viewIssue/3030/366>. Acesso em: 11 nov. 2019.

JACKS, Nilda. **Mídia nativa: indústria cultural e cultura regional**. 2. ed. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1998.

JORNAL NH. **Assembleia anuncia os vencedores do Prêmio Vitor Mateus Teixeira de 2019**. Novo Hamburgo, 2019. Disponível em: <https://www.jornalnh.com.br/noticias/regiao/2019/11/09/assembleia-anuncia-os-vencedores-do-premio-vitor-mateus-teixeira-de-2019.html>. Acesso em: 6 dez. 2019.

JUAREZ JUNIOR PAIVA MALAGNEZ. **Perfil do Facebook**. Cachoeirinha, 2019. Disponível em: <https://www.facebook.com/juarezjunior.paivamalagnez>. Acesso em: 6 dez. 2019.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul: Manual de Jornalismo**. Trad. Rafael Varela Jr. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001.

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. 7. ed. São Paulo: Ática, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Prefácio de Néstor García Canclini; Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MEDITSCH, Eduardo. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?**. Conferência feita nos Cursos da Arrábida - Universidade de Verão. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 1997. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf>. Acesso em: 9 nov. 2019.

MELO, José Marques de. **Para uma leitura crítica da Comunicação**. São Paulo: Edições Paulinas, 1985.

_____. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3. ed. rev. e ampl. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

_____, LAURINDO, Roseméri; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos: teoria e práxis**. Blumenau: Edifurb, 2012. P. 21-26. Panorama diacrônico dos gêneros jornalísticos.

MENESES, Paulo. A cultura no plural. **Síntese Nova Fase** v. 20, n. 63. Belo Horizonte: Faculdade Jesuíta de Filosofia e Teologia, 1993.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2004.

SHIRMER, Lauro. **RBS: Da Voz-Do-Poste à Multimídia**. Porto Alegre: L&PM, 2002.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos**. Petrópolis: Vozes, 1996.

REDE GLOBO. **Artista nativista Cristiano Quevedo é desafiado a aprender a laçar no RS**. Porto Alegre, 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/semana-farroupilha/2014/noticia/2014/08/artista-nativista-cristiano-quevedo-e-desafiado-aprender-lacar-no-rs.html>. Acesso em: 3 dez. 2019.

_____. **Artistas interagem com fãs no 'Domingo no CTG'**. Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/blog/reporter-farroupilha/post/2018/11/05/artistas-interagem-com-fas-no-domingo-no-ctg.ghtml>. Acesso em: 3 dez. 2019.

_____. **Blog Repórter Farroupilha – Página Inicial**. Porto Alegre, 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/blog/reporter-farroupilha/>. Acesso em: 3 dez. 2019.

_____. **Casais de cegos se formam em curso de danças gaúchas.** Porto Alegre, 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/blog/reporter-farroupilha/post/2019/01/28/casais-de-cegos-se-formam-em-curso-de-dancas-gauchas.ghtml>. Acesso em: 3 dez. 2019.

_____. **Conheça os dois finalistas do Desafio Farroupilha 2017.** Porto Alegre, 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/conheca-os-dois-finalistas-do-desafio-farroupilha-2017.ghtml>. Acesso em: 3 dez. 2019.

_____. **CTG Farroupilha, de Alegrete, é o vencedor do “Desafio Farroupilha 2017”.** Porto Alegre, 2017. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/tv/noticia/2017/09/ctg-farroupilha-de-alegrete-e-o-vencedor-do-desafio-farroupilha-2017-9902642.html>. Acesso em: 3 dez. 2019.

_____. **CTG Tiarayú é o grande vencedor do Desafio Farroupilha.** Porto Alegre, 2017. Disponível em: <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/blog/reporter-farroupilha/post/ctg-tiarayu-e-o-vencedor-do-voto-tecnico-no-desafio-farroupilha.html>. Acesso em: 3 dez. 2019.

_____. **Dançarinos do Desafio Farroupilha apresentam coreografia de ‘Vida’.** Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/blog/reporter-farroupilha/post/2018/12/18/dancarinos-do-desafio-farroupilha-apresentam-coreografia-de-vida.ghtml>. Acesso em: 3 dez. 2019.

_____. **“Desafio Farroupilha” chega à reta final na RBS TV.** Porto Alegre, 2015. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/noticia/2015/09/desafio-farroupilha-chega-a-reta-final-na-rbs-tv-4849194.html>. Acesso em: 3 dez. 2019.

_____. **‘Desafio Farroupilha’ estreia na RBS TV.** Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/blog/reporter-farroupilha/post/2018/10/28/desafio-farroupilha-estreia-na-rbs-tv.ghtml>. Acesso em: 3 dez. 2019.

_____. **Desafio Farroupilha gera ‘corrente do bem’.** Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/blog/reporter-farroupilha/post/2018/11/13/desafio-farroupilha-gera-corrente-da-inclusao.ghtml>. Acesso em: 3 dez. 2019.

_____. **Fantástico exhibe ‘Desafio Farroupilha’. Reveja os episódios.** Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/blog/reporter-farroupilha/post/2018/11/26/fantastico-exibe-desafio-farroupilha.ghtml>. Acesso em: 3 dez. 2019.

_____. **Grupos do ‘Desafio Farroupilha’ começam mobilização por coleta de alimentos.** Porto Alegre, 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/blog/reporter-farroupilha/post/2019/10/25/grupos-do-desafio-farroupilha-comecam-mobilizacao-por-coleta-de-alimentos.ghtml>. Acesso em: 3 dez. 2019.

_____. **Jornal do Almoço amplia cobertura de tendências, artes e cultura urbana com Carol Anchieta.** Porto Alegre, 2017. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/noticia/jornal-do-almoco-amplia-cobertura-de-tendencias-artes-e-cultura-urbana-com-carol-anchieta.ghtml>. Acesso em: 2 dez. 2019.

_____. **Lançado o ‘Desafio Farroupilha’.** Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/blog/reporter-farroupilha/post/2018/09/15/lancado-o-desafio-farroupilha.ghtml>. Acesso em: 3 dez. 2019.

_____. **Programação RBS TV 2019.** Porto Alegre, 2019. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/programacao/#201912026>. Acesso em: 2 dez. 2019.

RIVERA, Jorge B. **El periodismo cultural.** Buenos Aires: Paidós, 1995.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo.** 10. ed. São Paulo: Brasiliense, 2005.

SAUL, Cloni Maria; SAVARIS, Manoelito Carlos. **Coletânea da Legislação Tradicionalista.** 11. ed. Porto Alegre: Movimento Tradicionalista Gaúcho/ Fundação Cultural Gaúcha, 2015.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são.** 3. ed. Florianópolis: Insular, 2012.

USO DE INTERNET, TELEVISÃO E CELULAR NO BRASIL. Educa IBGE, [2018?]. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>. Acesso em: 27 nov. 2019.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** 4. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** Trad. Daniel Grassi, 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE

Entrevista com o jornalista Giovani Grizotti, concedida pelo WhatsApp em 10 de novembro de 2019.

PERGUNTAS

- 1 - Como surgiu o *reality show Desafio Farroupilha*?
- 2 - Qual o objetivo da emissora com o *Desafio Farroupilha: olhos do coração*?
- 3 - Quanto tempo a produção trabalhou neste projeto?
- 4 - Há uma preocupação em elaborar produtos jornalísticos com viés cultural na emissora? Se sim, quais outros já foram criados e que você pode citar?
- 5 - Por que o formato de um *reality show*?
- 6 - A escolha do período de veiculação foi proposital? Por quê?

FALA DE GIOVANI GRIZOTTI – 05'08''

Oi Daiana, tudo bem? O *reality* Desafio Farroupilha começou com tiro de laço, em que a gente queria divulgar uma atividade que tinha pouca visibilidade na RBS e que tava crescendo muito... Então a gente treinou um artista, no caso, o Cristiano Quevedo, com o desafio de ele se tornar um laçador. Aí depois o tema do ano seguinte foi o artista, o Desafio aí da dupla César Oliveira e Rogério Melo era descobrir o novo talento da música gaúcha, que é o Fernando Saccol... Terceiro ano a gente começou com danças tradicionais adultas, venceu o CTG Tiarayú... Quarto ano a gente seguiu no tema e agregou os grupos juvenis, então o concurso foi entre grupos juvenis e adultos, venceu o CTG Farroupilha de Alegrete... Quinto ano a gente decidiu trabalhar com um grupo só a questão da inclusão, e a ideia era fazer com que o DTG Tropeiros do Ouro Negro vivesse a rotina de uma gaiteira cega, que é a Natália, lá de Rio Grande, e realizasse todo um treinamento pra poder criar uma coreografia com os olhos vendados, né. E esse ano a gente trabalha com as invernadas mirins, em que quatro grupos foram selecionados pra disputar o título de primeiro lugar, levando em conta uma dança que eles vão ter que criar sobre o tema solidariedade, e também uma gincana de coleta de alimentos. Quem arrecadar mais alimentos e quem realizar a melhor dança, a média disso aí vence o Desafio Farroupilha. (Pausa.) Olhos do coração, como eu te falei, o objetivo era trabalhar a questão da inclusão. (Pausa.) É difícil te falar em questão de

tempo, assim. No ano passado a gente começou a gravar em junho, e terminou em novembro. Nesse ano a gente começou a gravar questão de dois meses atrás, e a estreia tá prevista pro próximo sábado, sendo que esse ano tem as equipes do interior, nos auxiliaram na gravação do especial. Então, se eu te disser quanto tempo são eu vou tá chutando, sabe. (Pausa.) Eu especificamente trabalho, pra responder a pergunta 4, eu trabalho a questão da cultura gaúcha. Eu não faço reportagem, na verdade eu não faço reportagem nem de cultura gaúcha. Eu crio os projetos, coordeno, sugiro pautas, que aí outros repórteres fazem. E o objetivo é dar visibilidade a esse segmento que hoje, ele não para de crescer... Segundo uma pesquisa feita pela própria RBS, 49 por cento da população do Rio Grande do Sul tem algum tipo de ligação com a cultura gaúcha, frequenta CTGs ou curte a nossa música regional, enfim, tem algum tipo de ligação, e eu acho que a gente nada mais faz do que dar visibilidade pra esse público que também nos assiste, né. (Pausa.) Os produtos jornalísticos, na verdade, o ano passado a gente criou um festival de trovas, pra celebrar os 100 anos do nascimento do Gildo de Freitas, que era o maior trovador da história do Rio Grande do Sul, já realizamos campeonato de tiro de laço... Esse ano, junto com o Natal do Bem e o Desafio Farroupilha vamos realizar a segunda edição das Cavalgadas do Bem, que é um dia em que todas as cidades do Rio Grande do Sul estão convidadas a organizar suas cavalgadas pra, a cavalo, recolher alimentos de porta em porta pra campanha do Natal do Bem... E coberturas da Semana Farroupilha né, mas o nosso grande desafio é dar visibilidade pra cultura gaúcha, não só em setembro mas também nos doze meses do ano, que é quando ela acontece. (Pausa.) Formato de *reality show* é porque é um formato que tem muita aceitação, que mostra as coisas como elas são, e a gente tenta sempre no Desafio Farroupilha gravar de maneira muito espontânea, sem forçar, sem roteirizar, a gente tem a base do que a gente quer em cada capítulo, mas depois a gente deixa rolar a gravação. Então é o que se aproxima mais daquilo que a gente se propõe a fazer que é o próprio jornalismo né, desde que, claro, ele tenha um conteúdo jornalístico, né. E nesse ano o conteúdo jornalístico é a solidariedade, estimular entre as crianças a questão de ajudar o próximo, de respeitar os idosos, as crianças carentes, os portadores de deficiência, então tem uma pegada, assim, de entretenimento, social e jornalística também. (Pausa.) A escolha do período, nesse ano, a gente, como o tema solidariedade tá sempre muito vinculado ao Natal, a gente optou por encerrar o desafio no primeiro sábado anterior ao Natal, pra aproveitar esse clima de final de ano, e também porque a campanha do Natal

do Bem, que esse ano se agregou ao Desafio Farroupilha, ela é voltada pro Natal, né. (Pausa.) Espero que eu possa ter te ajudado, um grande abraço.

ANEXO

Carta de Princípios do Movimento Tradicionalista Gaúcho

A "Carta de Princípios" atualmente em vigor foi aprovada no VIII Congresso Tradicionalista, levado a efeito no período de 20 a 23 de julho de 1961, no CTG "O Fogão Gaúcho" em Taquara, e fixa os seguintes objetivos do Movimento Tradicionalista Gaúcho:

I - Auxiliar o Estado na solução dos seus problemas fundamentais e na conquista do bem coletivo.

II - Cultuar e difundir nossa História, nossa formação social, nosso folclore, enfim, nossa Tradição, como substância basilar da nacionalidade.

III - Promover, no meio do nosso povo, uma retomada de consciência dos valores morais do gaúcho.

IV - Facilitar e cooperar com a evolução e o progresso, buscando a harmonia social, criando a consciência do valor coletivo, combatendo o enfraquecimento da cultura comum e a desagregação que daí resulta.

V - Criar barreiras aos fatores e idéias que nos vem pelos veículos normais de propaganda e que sejam diametralmente opostos ou antagônicos aos costumes e pendores naturais do nosso povo.

VI - Preservar o nosso patrimônio sociológico representado, principalmente, pelo linguajar, vestimenta, arte culinária, forma de lides e artes populares.

VII - Fazer de cada CTG um núcleo transmissor da herança social e através da prática e divulgação dos hábitos locais, noção de valores, princípios morais, reações emocionais,

etc.; criar em nossos grupos sociais uma unidade psicológica, com modos de agir e pensar coletivamente, valorizando e ajustando o homem ao meio, para a reação em conjunto frente aos problemas comuns.

VIII - Estimular e incentivar o processo aculturativo do elemento imigrante e seus descendentes.

IX - Lutar pelos direitos humanos de Liberdade, Igualdade e Humanidade.

X - Respeitar e fazer respeitar seus postulados iniciais, que têm como característica essencial a absoluta independência de sectarismos político, religioso e racial.

XI - Acatar e respeitar as leis e poderes públicos legalmente constituídos, enquanto se mantiverem dentro dos princípios do regime democrático vigente.

XII - Evitar todas as formas de vaidade e personalismo que buscam no Movimento Tradicionalista veículo para projeção em proveito próprio.

XIII - Evitar toda e qualquer manifestação individual ou coletiva, movida por interesses subterrâneos de natureza política, religiosa ou financeira.

XIV - Evitar atitudes pessoais ou coletivas que deslustrem e venham em detrimento dos princípios da formação moral do gaúcho.

XV - Evitar que núcleos tradicionalistas adotem nomes de pessoas vivas.

XVI - Repudiar todas as manifestações e formas negativas de exploração direta ou indireta do Movimento Tradicionalista.

XVII - Prestigiar e estimular quaisquer iniciativas que, sincera e honestamente, queiram perseguir objetivos correlatos com os do tradicionalismo.

XVIII - Incentivar, em todas as formas de divulgação e propaganda, o uso sadio dos autênticos motivos regionais.

XIX - Influir na literatura, artes clássicas e populares e outras formas de expressão espiritual de nossa gente, no sentido de que se voltem para os temas nativistas.

XX - Zelar pela pureza e fidelidade dos nossos costumes autênticos, combatendo todas as manifestações individuais ou coletivas, que artificializem ou descaracterizem as nossas coisas tradicionais.

XXI - Estimular e amparar as células que fazem parte de seu organismo social.

XXII - Procurar penetrar e atuar nas instituições públicas e privadas, principalmente nos colégios e no seio do povo, buscando conquistar para o Movimento Tradicionalista Gaúcho a boa vontade e a participação dos representantes de todas as classes e profissões dignas.

XXIII - Comemorar e respeitar as datas, efemérides e vultos nacionais e, particularmente o dia 20 de setembro, como data máxima do Rio Grande do Sul.

XXIV - Lutar para que seja instituído, oficialmente, o Dia do Gaúcho, em paridade de condições com o Dia do Colono e outros "Dias" respeitados publicamente.

XXV - Pugnar pela independência psicológica e ideológica do nosso povo.

XXVI - Revalidar e reafirmar os valores fundamentais da nossa formação, apontando às novas gerações rumos definidos de cultura, civismo e nacionalidade.

XXVII - Procurar o despertamento da consciência para o espírito cívico de unidade e amor à Pátria.

XXVIII - Pugnar pela fraternidade e maior aproximação dos povos americanos.

XXIX - Buscar, finalmente, a conquista de um estágio de força social que lhe dê ressonância nos Poderes Públicos e nas Classes Rio-grandenses para atuar real, poderosa e eficientemente, no levantamento dos padrões de moral e de vida do nosso Estado, rumando, fortalecido, para o campo e homem rural, suas raízes primordiais, cumprindo, assim, sua alta destinação histórica em nossa Pátria.