

Verticalidade ou horizontalidade da informação: Estudo de caso do programa “Estúdio Santa Catarina da RBS”¹

Marcio G. Trevisol²
Alessandra de Barros³

Resumo

O presente estudo nasceu do anseio de compreender os conflitos e consequências da formação de uma comunicação vertical em detrimento de uma comunicação horizontal. Por comunicação vertical entendermos uma comunicação ancorada no paradigma da indústria cultural e baseada em uma perspectiva de autoritarismo ligada aos interesses econômicos da publicidade. Por outro lado, a comunicação horizontal está ligada ao paradigma da democratização da informação englobando as particularidades da regionalidade e estabelecendo um canal aberto de participação cidadã. Para efetivar o estudo, analisamos o programa “Estúdio Santa Catarina” a partir das categorias de análise dispostas no decorrer do trabalho e tendo como fundamento teórico o conceito de circularidade da informação desenvolvido por Pierre Bourdieu.

Palavras-chaves: Informação; Análise; Indústria Cultural.

Abstract

This study was Born from the necessity to understand the conflicts and consequences forming a communication vertical rather than horizontal communication. For vertical communication understand a communication paradigm based in the cultural industry and based on a perspective of authoritarianism linked to the economic interests of advertising. On the other hand, horizontal communication is linked to the paradigm of democratization of information involving the particularities of regionality and establishing an open channel of citizen participation. To carry out the study, analyzed the program “Estúdio Santa Catarina” from the categories of analysis laid out in this work and with the theoretical foundation of the concept of circularity information developed by Pierre Bourdieu.

Keywords: Information; Analysis; Cultural Industry.

1 Trabalho apresentado no DT07– Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

2 Mestre e professor dos cursos de Comunicação social da UNOESC – JBA e orientador do trabalho de pesquisa Verticalidade ou horizontalidade da informação; Estudo de caso do programa “Estúdio Santa Catarina da RBS”. E-mail: marcio.trevisol@unoesc.edu.br

3 Formada em Comunicação social – Habilitação em Jornalismo (UNOESC).

Introdução

Pensar a comunicação na atualidade é abordar um tema presente em todas as situações possíveis de relações desenvolvidas na estrutura social. A comunicação tornou-se o vínculo entre os mais diferentes povos, países, pessoas e situações. Graças à tecnologia e à democratização da informação, o mundo ficou pequeno sendo possível interagir comunicacionalmente nas mais diversas formas e esferas da vida social.

Nesse contexto, investigar e analisar a forma como os meios de comunicação produzem as notícias e quais fatores influenciam na escolha das notícias, bem como a influência delas no campo social, cultural, política e econômico é de suma importância e deve ser parte do estudo e do trabalho dos profissionais em comunicação.

É sob este enfoque que o estudo em questão objetivou analisar os meios de comunicação enquanto produto e produtor de informações, percebendo a influência subjetiva do contexto global sobre e no jornalismo local. Nessa perspectiva, desenvolvemos uma discussão sobre a comunicação em sentido vertical e a comunicação em um sentido horizontal. A pesquisa foi exploratória e utilizou como método de abordagem o hipotético-dedutivo. A análise dos dados foi quantitativa, utilizando para tanto as seguintes categorias de análise: nível de interesse das notícias e sua duração; proximidade; relevância; valor da notícia. O estudo analisou quatro edições do programa “Estúdio Santa Catarina” para apontar quais as suas influências sobre o contexto local. Visivelmente, a perspectiva pretende discutir de que forma equitativa são distribuídas as informações por regiões geográficas e quais gêneros informativos tem mais espaço dentro de um programa que pretende ser estadual.

Portanto, a pesquisa discute as dimensões sociais do programa “Estúdio Santa Catarina” tendo como base a relação entre o jornalismo global e suas influências sobre as produções jornalísticas locais na perspectiva vertical e horizontal.

A globalização do jornalismo e da informação

A compreensão da comunicação pela pesquisa social não pode negligenciar as perspectivas relacionadas aos fenômenos sociais, principalmente no que se refere às questões dos impactos dos meios de comunicação na sociedade contemporânea. Por esse fato, nossa pesquisa inicia-se por um caminho de localização do problema a ser enfrentado. No âmago da discussão está o fato conflituoso da relação entre jornalismo global em sentido padronizado e o jornalismo local em um sentido de espaço territorial destinado às pequenas e médias cidades. Como compreender esse fenômeno jornalístico? Em que ponto podemos compreender o conceito de equidade informativa? Existe uma operação de padronização horizontal de informações que de certa forma inibe o conceito de um jornalismo local atuante e fiel às necessidades

locais? Parece plausível a tese que o jornalismo sofre de uma dogmatização padronizada que influencia e acaba destituindo a verdadeira função do jornalismo. Sendo assim, a força superior que organiza e seleciona imagens e fatos para serem vistos e entendidos como fundamentais para a sociedade. Segundo Thompson (2008, p. 135), “um dos aspectos mais salientes da comunicação do mundo moderno é que ela acontece numa escala cada vez mais global”. As mensagens são transmitidas com muito mais facilidade e os indivíduos tem acesso a informações provenientes de locais que vão além do tempo e espaço ao qual eles pertencem. Ainda segundo Thompson, o termo globalização:

Refere-se à crescente interconexão entre as diferentes partes do mundo, um processo que deu origem às formas complexas de interação e interdependência. [...] envolve mais do que a expansão de atividades além das fronteiras de estados nacionais particulares. Globalização surge somente quando (a) atividades acontecem numa arena que é global ou quase isso (e não apenas regional, por exemplo); (b) atividades são organizadas, planejadas ou coordenadas numa escala global; (c) atividades envolvem algum grau de reciprocidade e interdependência, de modo a permitir que atividades locais situadas em diferentes partes do mundo sejam modeladas umas pelas outras [...] (THOMPSON, 2008, p. 135).

De um modo geral, a globalização transforma a economia e a sociedade, a política e a cultura, não só modificando como também dando novas perspectivas. Influenciando e norteando muitos indivíduos, grupos e classes sociais. Esse processo atinge diretamente a compreensão de universo construído pelo indivíduo. Essa universalidade de compreensão que antes se restringia ao espaço local e aos limites da fala ou mesmo das práticas ainda primárias de comunicação escrita atingem hoje pela tecnologia e, portanto, pela globalização um status amplo que transcende a própria compreensão da cultura e do espaço regional. Existe neste sentido, uma compreensão global de informações que muitas vezes afasta a própria compreensão do espaço local do sujeito. Instaure-se neste aspecto, uma comunicação vertical imposta e implantada pela grande mídia. Por outro lado, uma comunicação horizontal⁴ democrática, participativa e crítica ficam muitas vezes impossibilitadas em decorrência das regras mercadológicas das grandes corporações. Existe um processo de transformação na comunicação invertendo essa perspectiva de uma comunicação vertical para uma comunicação horizontal. Como diria Ianni:

Agora, são muitos os que, são obrigados a reconhecer que está em curso um intenso processo de globalização das coisas, gentes e ideias. Está em curso, novo surto de universalização do capitalismo, como modo de produção e processo civilizatório [...] Este é um processo simultaneamente civilizatório, já que, desafia, rompe, subordina, mutila, destrói, ou recria as novas formas sociais de vida e trabalho, compreendendo modos de ser, pensar, agir sentir e imaginar (IANNI, 1996, p.14).

4 O conceito de comunicação vertical e comunicação horizontal são adaptados de Moacir Gadotti (2004) que aplica esses conceitos para a análise da educação brasileira. Para compreender melhor esses conceitos sugerimos a leitura do livro “Pensamento pedagógico Brasileiro”, no qual, o autor debate os conceitos de verticalidade e horizontalidade.

A globalização, não é um fenômeno novo. Embora, conforme Thompson (2008, p. 143) suas origens remontem a meados do século XIX, este processo é tipicamente um fenômeno do século XX, já que é nesse século que o fluxo de comunicação e as informações desenvolveram-se atingindo uma escala mundial.

Em termos de comunicação, é um processo comandado por grandes grupos de comunicação. Através de fusões e ações envolvendo capital e recursos financeiros tais conglomerados expandiram suas atividades para além de seu país de origem, firmando-se no mercado mundial da comunicação.

A partir disso, os produtos da mídia passaram a circular numa escala internacional. O conteúdo produzido em determinado país, já não pertence apenas àquele local. A tecnologia permite que este seja transmitido para outro local em qualquer parte do mundo em um tempo cada vez menor. Esse processo atinge primeiramente o nível de mundialidade sobre a nacionalidade. Em um segundo nível, a ação se dá da nacionalidade para a regionalidade. E em último nível o processo de verticalização se dá da regionalidade para a localidade. Por este processo, percebemos que a localidade com espaço civilizatório e de pertencimento do sujeito fica reduzido em detrimento dessa produtividade informacional mantido por uma relação horizontal. Essa será a perspectiva de análise da pesquisa a partir do programa “Estúdio Santa Catarina”.

Por hora utilizaremos o pensamento de Thompson para esclarecer a perspectiva da relação entre informação e globalização.

No campo das notícias, os padrões de dependência refletem o legado de agências internacionais sediadas em Londres, Paris e Nova York. [...] Na esfera do entretenimento, o poder econômico de Hollywood continua a exercer uma grande influência no fluxo internacional de filmes e programas de TV. Muitas estações de televisão em países menos desenvolvidos não têm recursos para produzir extensos programas próprios. A importação de seriados americanos, em preços negociados bilateralmente, é uma maneira relativamente barata (e financeiramente muito atraente) de preencher os horários de transmissão [...] (THOMPSON, 2008, p. 146).

Um dos principais desafios da era da informação globalizada é criar instrumentos para filtrar milhares de informações que circulam e desenvolver mecanismos eficientes de informação que evidenciem uma verdadeira comunicação democrática. A grande circularidade de informações e o acesso ilimitado não são garantias de uma comunicação democrática. A premissa de acessibilidade ilimitada das informações trazidas pela era global tecnológica revela-se uma falácia. Atrás do véu inocente da democratização esconde-se um modelo comunicacional autoritário mantido sobre os estigmas do mercado. Dessa necessidade nasce o anseio de pensarmos processos que desenvolvam uma comunicação democrática.

Sob esse aspecto, há necessidade de planejar as ações que conduzem e que produzem o conteúdo midiático, uma vez que a identidade cultural é múltipla, ou seja,

ao lado de uma identidade cultural já consolidada, segundo Mirada, (2000, p.83), também figuram identidades instituintes, nas quais os produtos culturais visam não só “conservar-se em um determinado estado, como também propor novos modos de vida e novas visões de mundo para si e para a comunidade”.

Assim, a interação global contempla aspectos culturais, sociais, políticos econômicos e ambientais que se refletem no campo da informação. Os grandes centros urbanos mais desenvolvidos interconectados a zonas interioranas ditam as regras na produção do conteúdo informacional, o que acarreta numa disparidade na transmissão evidenciando assuntos de regiões mais populosas ou economicamente mais desenvolvidas. Neste caso, os pequenos locais, acabam por absorver vivenciar aquilo que é praticado globalmente. Por isso, é fundamental para uma comunicação horizontal desenvolver um jornalismo regional capaz de fazer frente a essa esfera da informação globalizada.

A circularidade da informação

A circularidade da informação diz respeito às formas como as notícias, no caso do jornal, são disseminadas local e globalmente como também nos vários discursos produzidos e que se entrelaçam entre si. Atualmente os meios pelos quais a informação circula são inúmeros, ágeis e abertos o que é reportado hoje em uma pequena cidade, em poucas horas pode estar circulando pelo mundo afora através da internet.

Nesse contexto, Bourdieu (1997, p. 30) explica alguns aspectos desse processo. Ao definir o termo “circulação circular da informação” explica que especialmente no jornalismo na televisão, ocorre um processo em que há vigilância entre concorrências de forma que quando uma emissora transmite uma informação, outra a pauta para evitar a exclusividade e assim, a mesma informação é veiculada em diversos telejornais de diversas emissoras circulando e tomando proporções muitas vezes além do que a notícia realmente merece.

Cada emissora com seu enfoque busca atrair a atenção de um público maior. Dessa forma, uma informação regional que é pautada por um canal nacional, por exemplo, pode ser veiculada, em diversas emissoras de regiões diferentes ou mesmo global e inclusive por diferentes mídias. Assim a informação vai tomando proporções e enfoques diferenciados e atraindo a atenção pública gerando opiniões, posições, ações que num primeiro momento não se imaginaria.

Tais aspectos podem ser observados em diversos programas de televisão. No caso do programa Estúdio Santa Catarina veiculado aos domingos à noite a partir das 23h na RBS TV e definido como objeto de estudo deste trabalho, a análise feita através da metodologia descrita na sequência, se volta para a forma como um programa de cunho regional pauta e dissemina os assuntos através das diferentes regiões do Esta-

do, na tentativa de entender como é abordada essa circularidade e qual a influência do global perante o local.

Metodologia e análise do programa

Diante da definição do programa Estúdio Santa Catarina como objeto principal de análise bem como, quando se pretende pesquisar um tema, uma situação ou um contexto, é necessário inicialmente compreender que o caminho a ser trilhado depende da escolha de um método científico. Segundo Gil (1999, p. 26) por método científico compreende-se um conjunto de processos intelectuais ou técnicos e operações mentais que precisam ser empregadas na investigação. É a linha de raciocínio adotada para dar ordem e estrutura à pesquisa e que fornecem as bases lógicas da investigação.

O estudo se caracteriza como uma pesquisa do tipo exploratória, pois pretende aproximar-se do problema para torná-lo mais claro e familiar, esclarecendo e aprimorando o entendimento do tema proposto. “Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou descoberta de instituições” (GIL, 1999, p. 45). O estudo se utiliza do método de abordagem hipotético-dedutivo.

Na pesquisa em questão, além das bibliográficas que tratam do tema e permitem a comparação e a corroboração, são fontes de informação diretas programas de televisão regionais. Os sujeitos de pesquisa selecionados são quatro gravações do Programa Estúdio Santa Catarina, veiculado aos domingos à noite a partir das 23h na RBS TV e suas variáveis de pesquisa são: estrutura, conteúdo, critérios de noticiabilidade e procedência.

A coleta de dados foi realizada a partir da gravação de quatro episódios no decorrer de um mês do programa Estúdio Santa Catarina, mais precisamente no período de 07 a 28 de agosto de 2011, seguida da construção de roteiro desses episódios.

Logo após procederão as seguintes etapas:

a) Caracterização da estrutura do programa quanto: ao número e duração dos blocos;

b) Separação das matérias por: conteúdo (político, cultural, entretenimento), critérios de noticiabilidade (relevância social e proximidade) e procedência, (indicando se são de nível global ou regional neste caso, de que região do estado advém).

No caso do Programa Estúdio Santa Catarina, a principal indagação gira em torno do modo como a globalização das informações se relaciona com um programa de cunho regional, interferindo, contribuindo ou até mesmo descaracterizando. Aspectos como indústria cultural e circularidade da informação voltam a ser observados, pois podem refletir na padronização e massificação do conteúdo.

Categorias de análise do programa

A pesquisa se fundamenta em categorias de análise validadas e elencadas por Férres (1996, p. 163), quais sejam: nível de Interesse das notícias e sua duração; proximidade; relevância; valor da notícia.

a) Nível de interesse da notícia e duração: segundo Wolf (2003, p. 202) essa é uma categoria substantiva e está relacionada à perspectiva que os jornalistas adotam em relação à audiência e seus interesses. É importante nesta análise como destaca Férres (1996, p. 168) “avaliar, comparativamente, se a profundidade e a complexidade são sacrificadas em prol da espetacularidade”.

b) Proximidade: essa categoria permite avaliar o quão próxima está à notícia do telespectador atingido pela mídia, pois, quanto mais próximo maior o interesse. Em termos geográficos, esta é segundo Wolf (2002, p. 204) “um acontecimento que envolve um número limitado de pessoas, mas que ocorre nas proximidades é mais noticiável” do que um acontecimento que envolve mais pessoas, mas ocorre em um espaço distante do telespectador.

Ainda neste contexto (FERNANDES, 2004 p.6), destaca que a proximidade também pode ser entendida além do espaço geográfico, numa dimensão social e psicológica.

c) Relevância: refere-se, segundo Wolf (2003, p. 183) “à significatividade do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação”. Avalia-se a relevância da notícia para o público-alvo, pois assim é possível medir o interesse pela notícia e a consideração da mídia com o seu público. A cobertura dos primeiros episódios de um fato, por exemplo, acaba tendo duração prolongada.

d) Valor-notícia e importância: O valor notícia está relacionado à noticiabilidade, ou seja, a todo o processo de produção da informação jornalística.

Valores-notícia são critérios de relevância difundidos ao longo de todo o processo de produção e estão presentes tanto na seleção das notícias como também permeiam os procedimentos posteriores, porém com importância diferente (WOLF, 2003, p. 202).

Assim, esse critério de análise tem como objetivo avaliar os seguintes aspectos: origem, tratamento e visão dos fatos. Isso envolve questões como caráter positivo ou negativo da notícia, material disponibilizado para a redação, elementos incluídos no produto final, público, concorrência, conteúdo, etc.

A importância desta se dá segundo Fernandes (2004, p. 10) pela: “notoriedade ou hierarquia das pessoas ou nações, a quantidade de pessoas envolvidas no fato, o impacto do acontecimento sobre a nação e as consequências desse fato”. No caso da

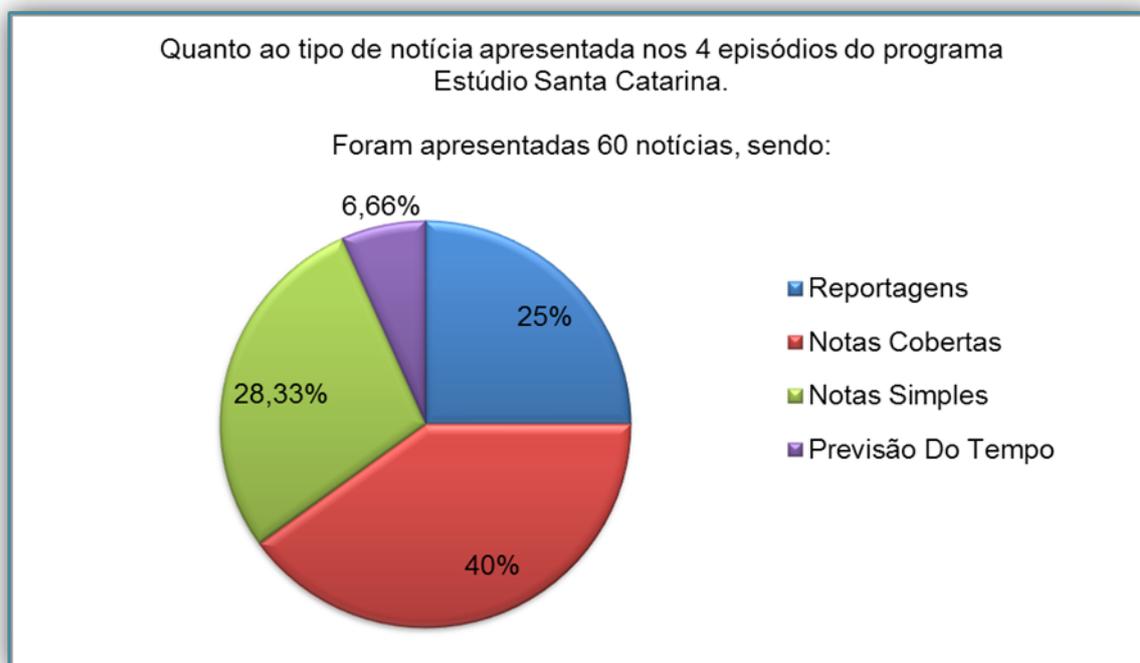
notoriedade ou hierarquia, esta fica a cargo, por exemplo, de instituições públicas e pessoas que nelas ocupam postos, personalidades, atletas, artistas etc. Num contexto geral, a categoria de análise aqui descrita tem por finalidade esclarecer o modo como são abordadas e transmitidas as informações. O estudo realizado busca entender o modo como o regional é tratado. Se este contempla da maneira mais uniforme possível todo o estado, ou se privilegia uma ou outra região.

Classificação e interpretação dos dados

A partir da descrição dos episódios na sequência é realizada a interpretação e análise dos dados classificando e agrupando segundo: o tipo de notícia; a categoria de notícias; a relevância; o valor-notícia; o nível de interesse e duração da notícia e proximidade.

O gráfico 1 apresenta o tipo de notícia vinculadas nos quatro episódios analisados, sendo as 60 notícias listadas e agrupadas em quatro categorias: reportagens, notas cobertas, notas simples e previsão do tempo.

Gráfico 1 - Classificação quanto o tipo de notícia



Fonte: do autor

O agrupamento das notícias de acordo com o tipo possibilitou compreender a estruturação dos episódios. Foram quatro tipos de notícias encontradas:

a) As notas cobertas que configuraram 40% do espaço do programa são aquelas matérias curtas, que informam objetivamente o fato e que vem ilustrada por imagens para ajudar a elucidar o tema.

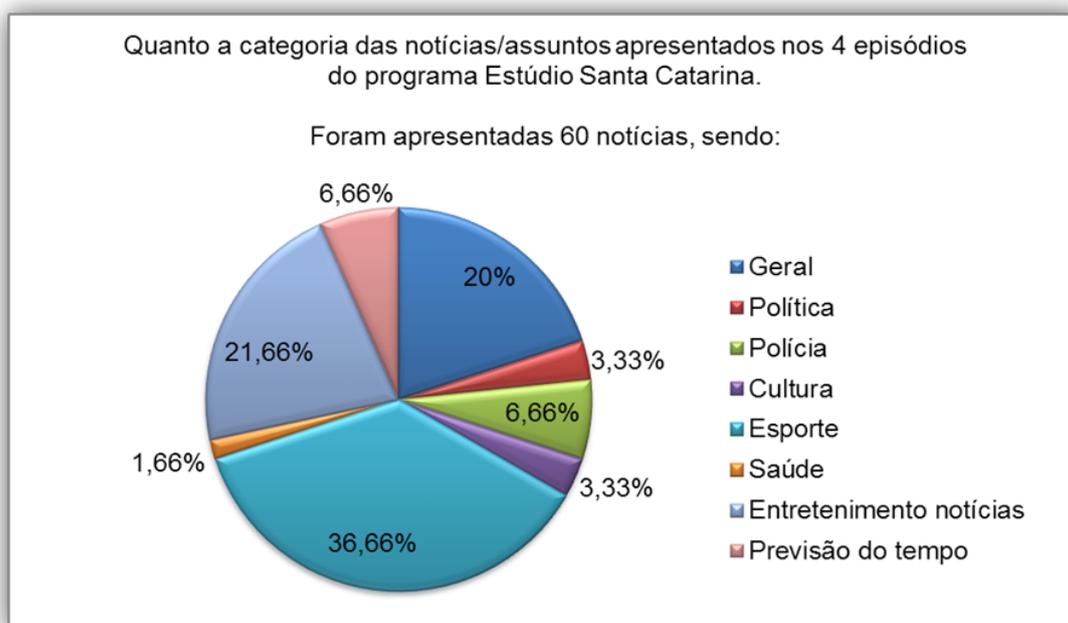
b) As nota simples somam 28,33% das matérias e têm as mesmas características da nota coberta, porém, sem a utilização de imagens. São matérias redigidas a partir de material das agências, de material previamente pautado e que não foi algo de reportagem externa, de informantes ocasionais ou mesmo de material de release recebidos na redação (SQUIRRA, 1995, p. 71).

c) As reportagens são o terceiro grupo em número de inserções somando 25% do espaço dos programas. Curado (2002, p. 95) explica que a reportagem é o gênero jornalístico que tem como característica principal o testemunho direto dos fatos, em geral mais longas que os outros tipos de matérias, cobrindo integralmente o assunto e exigindo diversos recursos técnicos.

d) A previsão do tempo fecha os tipos de notícia com 6,66% do espaço do programa.

Em seguida, conforme disposto no gráfico 2, fez-se a classificação das notícias segundo a categoria de assunto.

Gráfico 2 - Classificação quanto a categorias das notícias/assuntos



Fonte: do autor

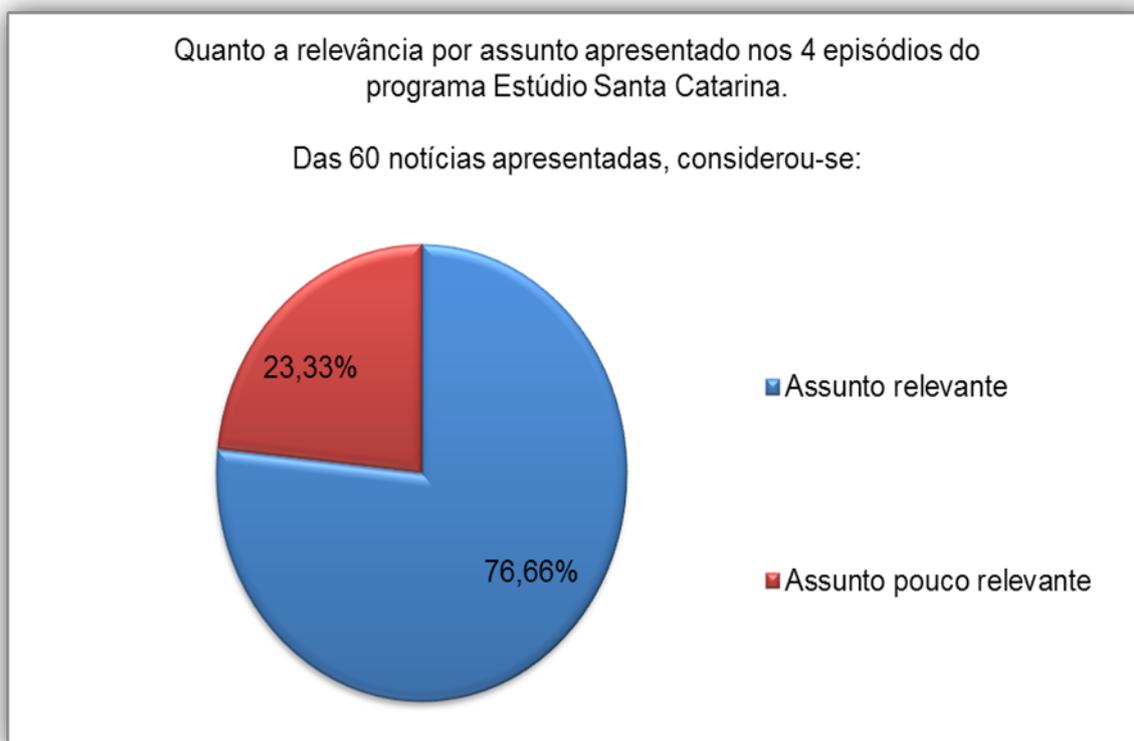
Quanto aos assuntos pautados nos quatro episódios destacam-se as notícias sobre esportes com 36,66%, seguida do entretenimento com 21,66% e notícias gerais

com 20%. São assuntos que em geral despertam maior interesse do público e nesse sentido tem maior destaque em programas de entretenimento. Os demais assuntos com menor participação foram a previsão do tempo e polícia com 6,66% respectivamente e que, em geral, são partes fixas de programas dessa natureza por serem de utilidade pública, mas que não ocupam espaço de maior relevância. Segue-se com a política e cultura com espaço de 3,33% respectivamente e saúde com 1,66%.

Aqui é fundamental fazer a distinção entre o que é cultura e o que é entretenimento, já que em muitas situações esses dois aspectos são confundidos. Segundo Chauí (2006, p. 21) o entretenimento é caracterizado como um espaço ou uma maneira que a sociedade encontra para ter momentos de diversão, distração, lazer e repouso e, trata-se de uma dimensão cultural, mas se distingue da cultura propriamente dita, pois, que essa tem como principal característica o trabalho criativo e artístico, sempre com foco nas obras de pensamento e de arte.

O próximo passo da interpretação dos resultados refere-se à classificação das notícias quanto à relevância, conforme gráfico 3.

Gráfico 3 – Classificação quanto à relevância das notícias/assuntos



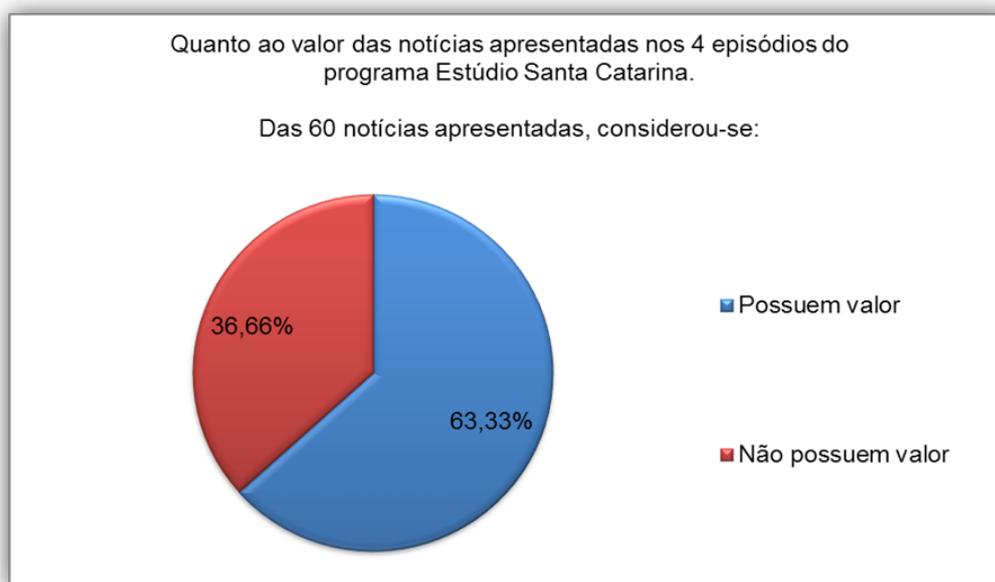
Fonte: do autor

Não é tarefa fácil classificar as notícias conforme a relevância, pois, como explica Wolf (2003, p. 183) isso envolve alguns aspectos como o interesse do público, a importância social, o ineditismo, as características do público-alvo para aquele horá-

rio e tipo de programa, entre outros aspectos. Considerando-se que algumas notícias veiculadas eram inéditas; as imagens utilizadas especialmente nas notas cobertas foram significativas para esclarecer e enriquecer o assunto e as notícias apresentou variabilidade significativa foi possível definir que 76,66% dos assuntos veiculados nos quatro episódios do programa foram relevantes.

Continuando com a interpretação dos resultados aponta-se no gráfico 4 a classificação das notícias segundo o valor-notícia.

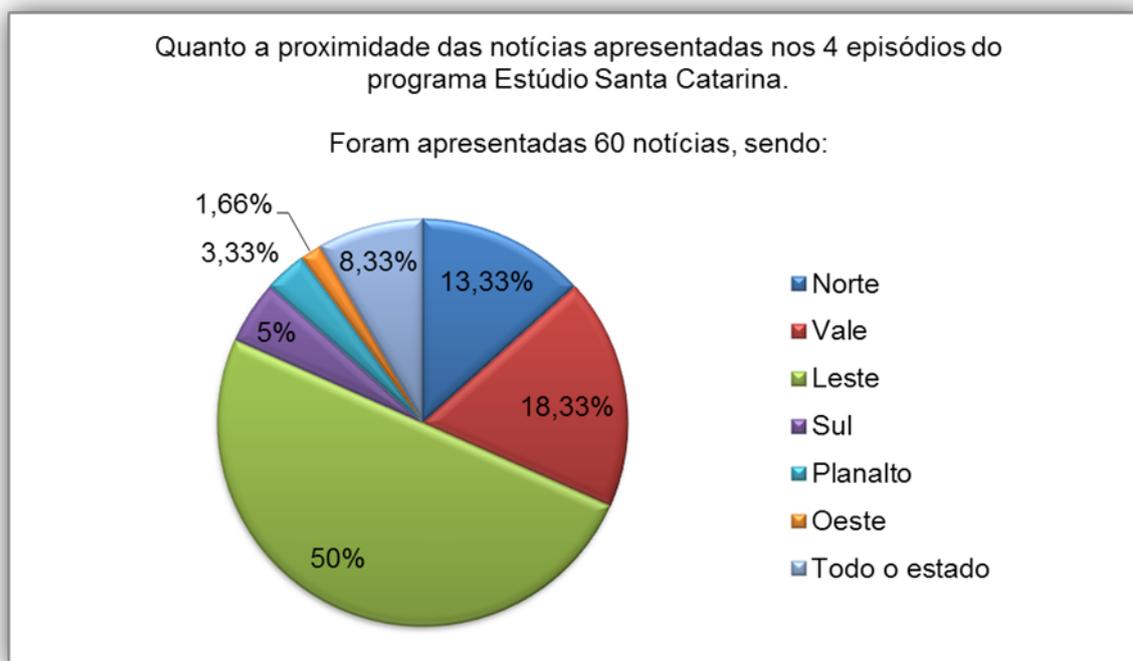
Gráfico 4 – Classificação quanto ao valor-notícia dos assuntos



Fonte: Do autor

Outro elemento que permite avaliar a qualidade das notícias e do programa é o critério valor-notícia que, segundo Wolf (2003, p. 202) é relativo ao processo de produção que envolve a origem, o tratamento do fato, o material disponibilizado e os elementos utilizados para dar conteúdo e qualidade ao produto final. Traquina (2005, p. 63), entende que os valores-notícia são um aspecto fundamental da cultura profissional, um importante elemento de interação jornalística e constituem referências claras e disponíveis a conhecimentos práticos. Com relação a esse critério pode-se estabelecer que 63,33% dos assuntos veiculados têm valor-notícia.

Finalizando-se o estudo avaliaremos as notícias veiculadas quanto à proximidade o que foi distribuído por regiões do estado de Santa Catarina, de acordo com o gráfico 5.

Gráfico 5 – Classificação quanto à proximidade das notícias segundo as regiões.

Fonte: Do autor

Um dos critérios mais importantes na avaliação de programas televisivos é o da proximidade e o gráfico aponta claramente as tendências das notícias veiculadas para o público-alvo de interesse da emissora ou do programa. Percebe-se que 50% das notícias são relacionadas ao leste do estado de Santa Catarina; apenas 18,33% são do Vale do Itajaí; 13,33% da região Norte; 8,33% são gerais de todo o estado, 5% do Sul; 3,33% do Planalto Serrano e somente 1,66% foram matérias tratando de assuntos do oeste catarinense.

Segundo Fernandes (2004, p.9) o critério de proximidade é muito importante na comunicação e análise de notícias, pois, a proximidade tem a ver com a identidade própria, “pois as pessoas buscam um elemento que as signifiquem, que as distingam, que as tornem diferentes, que as identifiquem enquanto indivíduo singular”. É pela proximidade que o indivíduo sente-se parte de um espaço, de uma comunidade, de uma cultura.

Considerações Finais

O estudo realizado apontou alguns aspectos importantes para compreender a forma como os programas televisivos em geral são estruturados. Podemos perceber através da aplicabilidade das categorias de análise que o “Programa Estúdio Santa Catarina” vincula-se ainda em uma perspectiva vertical de comunicação dando

maior espaço para as notícias do litoral e com pouca ou quase nada de equidade informativa distribuída nas diferentes regiões de Santa Catarina. Podemos perceber essa questão por dois motivos: a) o maior destaque observado diz respeito à produção de notícias de acordo com a capacidade que possuem de atrair público e aumentar a audiência; b) Também se observa o direcionamento das notícias para uma única região do Estado evidenciando o interesse em destacar aquela região para atrair público da região.

O tratamento completamente diferenciado de acordo com cada região do Estado revela a faceta mais negativa do programa e indica claramente as finalidades tendenciosas na escolha das notícias configurando falta de equidade no tratamento dos espaços geográficos locais.

Ainda que se valorize a questão da qualidade da produção e técnica, da capacidade de diversificar – ainda que com diferenças quantitativas significativas em cada categoria de notícia – o programa revela tendência a direcionar seus temas para locais e assuntos que vendem que resultam em números de audiência e valores econômicos deixando de lado as relevâncias, social e cultural.

Portanto, ainda que o “Programa Estúdio Santa Catarina” se coloque como programa que retrata os acontecimentos de Santa Catarina, ele não consegue abandonar uma visão mecânica de informação baseada em uma relação de verticalidade com o receptor. Não evidencia e nem aponta para um modelo de comunicação horizontal distribuindo equitativamente as informações pelas regiões.

Referências

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar. 1997.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas**. 10 ed. São Paulo: Cortez, 2003.

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

FERNANDES, M. L. A força da notícia local: a proximidade como critério de noticiabilidade. **Enciclopédia do Pensamento Comunicacional Latino-Americano** – Encipecom. São Paulo: 2004. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/index.php>. Acesso em: 16 out. 2011.

FÉRREZ, Joan. **Televisão e Educação**. Porto Alegre: Artes Medicas, 1996

GADOTTI, Moacir. **Pensamento pedagógico brasileiro**. 8. ed., rev. e ampl. São Paulo: Ática, 2004

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

IANNI, Octaviano, **A Era do Globalismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

MIRANDA, Antonio. **Sociedade da informação**: globalização, identidade cultural e conteúdos. Ci. Inf., Brasília, v. 29, n. 2, 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n2/a10v29n2.pdf> acesso em: 14 de out. 2011.

SQUIRRA, Sebastião. **O século dourado**: a comunicação eletrônica nos Estados Unidos. São Paulo: Summus, 1995.

THOMPSON, John, B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2008.