



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Comunicação, Turismo e Artes
Programa de Pós-graduação em Jornalismo

HEBERT LENIN DE ARAÚJO PEREIRA

Paraíba na rede: como o jornalismo das *TVs Cabo Branco e Paraíba* chega aos telejornais da *Rede Globo*

João Pessoa

2017

HEBERT LENIN DE ARAÚJO PEREIRA

Paraíba na rede: como o jornalismo das *TVs Cabo Branco e Paraíba* chega aos telejornais da *Rede Globo*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo Profissional da Universidade Federal da Paraíba, como pré-requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Jornalismo Profissional.

Linha de pesquisa: Práticas, Processos e Produtos Jornalísticos

Orientador: Prof. Dr. Luiz Custódio da Silva

João Pessoa

2017

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

P436p Pereira, Hebert Lenin de Araújo. Paraíba na rede:
como o jornalismo das TVs Cabo Branco e Paraíba chega aos
telejornais da Rede Globo / Hebert Lenin de Araújo Pereira.
- João Pessoa, 2017.
132 f. : il.
Orientação: Luiz Custódio da Silva.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA.
1. Jornalismo - Telejornalismo. 2. Rotinas de Produção
- TV Cabo Branco. 3. Rotinas de Produção - TV Paraíba.
4. Rede Globo - Critérios de noticiabilidade. I. Silva,
Luiz Custódio da. II. Título.
UFPB/BC

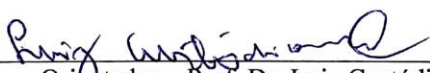
HEBERT LENIN DE ARAÚJO PEREIRA

Paraíba na rede: como o jornalismo das *TVs Cabo Branco e Paraíba* chega aos telejornais da Rede Globo

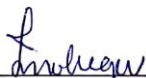
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo Profissional da Universidade Federal da Paraíba, como pré-requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Jornalismo Profissional

Defendida em 29/NOVEMBRO/2017
Conceito: APROVADO

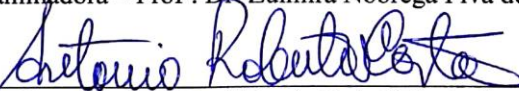
BANCA EXAMINADORA



Orientador – Prof. Dr. Luiz Custódio (UEPB)



Examinadora – Prof.^a Dr.^a Zulmira Nóbrega Piva de Carvalho (UEPB)



Examinador – Prof. Dr. Antônio Roberto Faustino (UEPB)

João Pessoa
2017

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo suporte para cumprir esta etapa, mesmo atravessando turbulências.

A minha esposa Lisângela Duarte, pelo amor e pela compreensão, desprendimento, paciência e pelos sempre bem-vindos cafés.

Aos meus familiares: minha mãe, Maria Helena Araújo, que batalhou pela minha vida desde o primeiro momento e me apresentou o jornalismo; minha avó Helena Silva de Medeiros pelo amor incondicional e o suporte para a minha educação; meu pai Humberto Pereira dos Santos (in memoriam), que me proporcionou os primeiros passos em uma pós-graduação e nos deixou durante a feitura deste trabalho.

À professora Joana Belarmino que iniciou essa jornada comigo.

À professora Zulmira Nóbrega por acreditar na nossa possibilidade de êxito.

Ao meu orientador, Professor Luiz Custódio, pelo exemplo de educador na sala de aula e pela dedicação com que abraçou nosso trabalho.

A Verônica Guerra, Tatiana Ramos e Giulliana Costa pelo apoio no momento em que mais precisei e sem o qual não teria conseguido chegar aqui.

Aos colegas Laerte Cerqueira, Valéria Sinésio, Zuíla David, Maria Cristina Dias, Karine Tenório, Débora Cristina e Jô Vital, pelos subsídios e/ou palavras de encorajamento.

Só seremos universais se conhecermos e amarmos nossa aldeia.

Tolstói

RESUMO

Este trabalho analisa o material jornalístico elaborado pelas TVs Cabo Branco e Paraíba, afiliadas da Rede Globo de Televisão. Ele avalia os conteúdos produzidos por essas emissoras e veiculados nos telejornais de rede nacional. Utilizando método da análise de conteúdo, todo o material enviado para exibição nacional nos anos de 2014, 2015 e 2016 está sistematizado em categorias que permitem as inferências a respeito do material coletado. Para a realização desta etapa são usados como método de pesquisa entrevistas com os profissionais envolvidos no processo, observação participante, revisão bibliográfica sobre as teorias do gatekeeping, newsmaking e agendamento, além de trabalhos sobre a TV Globo e sua relação com afiliadas e também sobre TV regional. O objetivo é mensurar a participação das afiliadas na programação da Globo e identificar os critérios de noticiabilidade e valores-notícia que norteiam a escolha das reportagens. Diante da análise é possível concluir que a participação das TVs locais está em crescimento na Rede Globo e as afiliadas da Paraíba estão cada vez mais relevantes. As reportagens factuais e atuais são as mais frequentemente enviadas e ainda há espaço a ser ocupado por pautas que se relacionem com a identidade local.

Palavras-chave: Telejornalismo. Critérios de noticiabilidade. Rotinas de produção. Edição de Rede. Rede Globo. TV Cabo Branco. TV Paraíba.

RESUMEN

Este trabajo analiza el material periodístico elaborado por las televisiones Cabo Branco y Paraíba, afiliadas de la Rede Globo de Televisión. Se evalúa los contenidos producidos por esas emisoras y transmitidos en los telediarios de red nacional. Utilizando método del análisis de contenido, todo el material enviado para exhibición nacional en los años 2014, 2015 y 2016 está sistematizado en categorías que permiten las inferencias respecto al material recolectado. Para la realización de esta etapa se utilizan como método de investigación entrevistas con los profesionales involucrados en el proceso, observación participante, revisión bibliográfica sobre las teorías del gatekeeping, newsmaking y programación, además de trabajos sobre TV Globo y su relación con afiliadas y también sobre TV regional. El objetivo es medir la participación de las afiliadas en la programación de Globo e identificar los criterios de noticiabilidad y valores-noticia que orientan la elección de los reportajes. Ante el análisis es posible concluir que la participación de las TVs locales está en crecimiento en la Red Globo y las afiliadas de Paraíba son cada vez más relevantes. Los reportajes fácticos y actuales son los más frecuentemente enviados y todavía hay espacio a ser ocupado por pautas que se relacionen con la identidad local.

Palabras clave: Teleperiodismo. Criterios de noticiabilidad. Rutinas de producción. Editor de Red. Red Globo. TV Cabo Branco. TV Paraíba.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Porcentagem da participação das afiliadas no Bom Dia brasil em 2014.....	43
Gráfico 2 – Porcentagem da participação das afiliadas no Bom dia Brasil em 2015.....	43
Gráfico 3 – Porcentagem da participação das afiliadas no Bom dia Brasil em 2016.....	44
Gráfico 4 – Média de participação das afiliadas no Bom dia Brasil.....	44
Gráfico 5 – Percentual de itens veiculados em 2014 de acordo com o tempo de duração.....	47
Gráfico 6 – Percentual de itens veiculados em 2015 de acordo com o tempo de duração.....	47
Gráfico 7 – Percentual de itens veiculados em 2016 de acordo com o tempo de duração.....	48
Gráfico 8 – Porcentagem da participação das afiliadas no Jornal Hoje em 2014.....	50
Gráfico 9 – Porcentagem da participação das afiliadas no Jornal Hoje em 2015.....	50
Gráfico 10 – Porcentagem da participação das afiliadas no Jornal Hoje em 2016.....	51
Gráfico 11 – Média de participação das afiliadas no Jornal Hoje.....	51
Gráfico 12 – Porcentagem da participação das afiliadas no Jornal Nacional em 2014.....	52
Gráfico 13 – Porcentagem da participação das afiliadas no Jornal Nacional em 2015.....	53
Gráfico 14 – Porcentagem da participação das afiliadas no Jornal Nacional em 2016.....	53
Gráfico 15 – Média de participação das afiliadas no Jornal Nacional.....	54
Gráfico 16 – Programas que veicularam material jornalístico das afiliadas paraibanas em 2015.....	56
Gráfico 17 – Formatos gerados para a Rede Globo pelas afiliadas paraibanas em 2014.....	58
Gráfico 18 – Quantidade de itens gerados mensalmente pelas TVs Cabo Branco e Paraíba em 2014.....	59
Gráfico 19 – Repórteres das afiliadas paraibanas que assinaram reportagens para a rede em 2014.....	60
Gráfico 20 – Itens gerados pelas afiliadas paraibanas em 2014 classificados por editorias.....	61
Gráfico 21 – Programas que veicularam material jornalístico das afiliadas paraibanas em 2015.....	70
Gráfico 22 – Formatos gerados para a Rede Globo pelas afiliadas paraibanas em 2015.....	71
Gráfico 23 – Quantidade de itens gerados mensalmente pelas TVs Cabo Branco e Paraíba em 2015.....	72
Gráfico 24 – Repórteres das afiliadas paraibanas que assinaram reportagens para a rede em 2015.....	73
Gráfico 25 – Itens gerados pelas afiliadas paraibanas em 2015 classificados por editorias.....	74
Gráfico 26 – Programas que veicularam material jornalístico das afiliadas paraibanas em 2016.....	85
Gráfico 27 – Formatos gerados para a Rede Globo pelas afiliadas paraibanas em 2016.....	86
Gráfico 28 – Quantidade de itens gerados mensalmente pelas TVs Cabo Branco e Paraíba em 2016.....	87
Gráfico 29 – Repórteres das afiliadas paraibanas que assinaram reportagens para a rede em 2016.....	88
Gráfico 30 – Itens gerados pelas afiliadas paraibanas em 2016 classificados por editorias.....	89

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 PRIMÓRDIOS DA TV BRASILEIRA	17
2 O SURGIMENTO DA TV NA PARAÍBA	19
2.1.1 TV Correio.....	19
2.1.2 TV Tambaú	20
2.1.3 TV Arapuan	21
2.1.4 TV Manaíra	21
2.1.5 TV Cabo Branco.....	22
3 SOBRE OS DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS DOS JORNALISTAS.....	25
4 TEORIAS E PROCESSOS NA RELAÇÃO DE AFILIADAS COM A REDE.....	27
4.1 REDE GLOBO E AS TVS CABO BRANCO E PARAÍBA	29
4.1.1 A Caixa	31
5 SOBRE CRITÉRIOS	33
5.1 COMO DIZER.....	35
6 DOS MÉTODOS E PROCEDIMENTOS	38
7 ANÁLISE	42
7.1 A PARTICIPAÇÃO DAS AFILIADAS NOS TRÊS PRINCIPAIS TELEJORNAIS DE REDE GLOBO	42
7.1.1 Bom dia Brasil.....	42
7.1.2 Jornal Hoje.....	49
7.1.3 Jornal Nacional	52
8 AS TVS CABO BRANCO E PARAÍBA NA REDE NACIONAL	56
8.1 2014	56
8.1.1 Programas	56
8.1.2 Formatos.....	57
8.1.3 Mês	58
8.1.4 Repórteres.....	59
8.1.5 Editorias	60
8.2 2015	69
8.2.1 Programas	69
8.2.2 Formatos.....	71
8.2.3 Mês	71
8.2.4 Repórteres.....	73
8.2.5 Editorias	73
8.3 2016	84
8.3.1 Programas	84
8.3.2 Formatos.....	85
8.3.3 Mês	86
8.3.4 Repórteres.....	87
8.3.5 Editorias	88
9 CONCLUSÕES.....	97

9.1 DOS PARADIGMAS	101
9.2 DA SAZONALIDADE.....	102
9.3 DA VIOLÊNCIA	104
9.4 DA FACTUALIDADE E DA CONSTRUÇÃO DE PAUTAS FRIAS.....	106
9.5 O LOCAL E SUAS REPRESENTAÇÕES NA REDE NACIONAL	109
10 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	114
REFERÊNCIAS	116
ANEXOS	119
ANEXO A – RELATÓRIO REDE 2014	119
ANEXO B – RELATÓRIO REDE 2015	121
ANEXO C – RELATÓRIO REDE 2016	124
APÊNDICES	127
APÊNDICE A – ENTREVISTA COM A EDITORA DE REDE JÔ VITAL.....	127
APÊNDICE B – ENTREVISTA COM A EDITORA DE REDE DÉBORA CRISTINA BARBOSA	129
APÊNDICE C - ENTREVISTA COM A EDITORA REGIONAL TATIANA RAMOS...	131

1 INTRODUÇÃO

Todas as TVs comerciais abertas da Paraíba são afiliadas de grandes redes nacionais de televisão. Em João Pessoa, TV Cabo Branco (Globo), TV Tambaú (SBT), TV Arapuan (Rede TV), TV Manaíra (Band), TV Correio (Record) recebem das “cabeças de rede”, denominação dada a emissora que gera o conteúdo para todas as outras, espaços maiores ou menores na grade para veiculação da programação local.

Ao passo em que produzem este conteúdo para o público paraibano, estas empresas de comunicação e suas equipes de jornalismo e produção podem, eventualmente, cobrir fatos jornalísticos que chamem a atenção da rede.

Esta comunicação é uma via de mão dupla. Na afiliada, um editor específico checa o que tem potencial para despertar o interesse dos noticiários de rede e eventualmente propõe e produz reportagens voltadas para o público nacional. Na cabeça-de-rede um Coordenador entra em contato com todas as afiliadas para saber se há algo relevante para as edições dos principais telejornais. Também eventualmente, ele propõe pautas.

O aproveitamento das reportagens elaboradas pelas afiliadas é sempre alvo do questionamento dos telespectadores, dos profissionais de comunicação e também da academia. O que determina que a cobertura jornalística um fato seja aproveitada pela cabeça de rede? Quais os critérios utilizados? Quais os fatos, manifestações culturais e lugares conseguem ultrapassar as barreiras e integrar os telejornais de rede? Nesse trabalho pretendemos investigar como este processo acontece.

Nosso objetivo primeiro é analisar o material jornalístico produzido pelas TVs Cabo Branco e Paraíba e veiculado pela Rede Globo no triênio 2014/2015/2016 para identificar quais fatores influenciam a dinâmica desses envios. Também objetivamos revelar quais são as rotinas produtivas, quais os critérios de seleção das notícias, quais os temas locais tratados e como eles são tratados além de saber qual o caminho percorrido desde a pauta até a exibição. Identificados e quantificados esses dados procederemos as análises e interpretações que nos fornecerão um retrato desse processo, evidenciando quais os resultados alcançados pelas TVs locais, quais caminhos a serem corrigidos e quais os êxitos alcançados. Para chegar a estas conclusões precisamos começar pelo primeiro degrau da construção da notícia: a identificação de um fato como potencialmente noticiável.

A transformação dos fatos em notícias e os motivos que fazem acontecimentos do mundo real passarem para o universo dos meios de comunicação são investigados desde que se publicou o primeiro jornal. Quais fatores determinam o interesse jornalístico sobre algo? O que

merece ou não ser repassado ao público? Quem decide isso e como o processo acontece? Segundo Kunkzic (2002) os estudos acadêmicos sobre o tema começaram na segunda metade do século XX.

A discussão dos valores informativos – modo como se selecionam as notícias – começou com os estudos acadêmicos sobre a comunicação na década de 1960, mas tem uma longa tradição. No *Schediasma Curiosum de Lectione Novellarum*, de 1676, Christian Weise afirma que ao se selecionar as notícias deve se separar o verdadeiro do falso. (KUNCZIC, 2002, p.241)

Ao longo do tempo muitos estudiosos de comunicação se debruçaram sobre o tema, o que resultou em uma série de teorias que funcionam como partes de uma explicação para o fenômeno da transubstanciação do fato real em fato jornalístico. A teoria do Gatekeeper, coloca nas mãos dos jornalistas essa decisão. Ele seria aquele que tem o poder de decidir se deixa uma informação passar ou a bloqueia. Diante de uma miríade de acontecimentos, só se transformam em notícias aqueles que passarem pelo crivo deste selecionador. Para Traquina (2005) esta teoria expõe apenas uma visão parcial do processo.

A teoria do Gatekeeper analisa as notícias apenas a partir de quem as produz: o jornalista. Assim, é uma teoria que privilegia apenas uma abordagem micro sociológica, ao nível do indivíduo, ignorando por completo quaisquer fatores macrossociológicos, ou mesmo micro sociológicos como a organização jornalística. (TRAQUINA, 2005, p.151)

Numa perspectiva mais ampla é preciso observar quais os outros fatores que influenciam na transposição entre o fato e a repercussão. A noticiabilidade é uma construção edificada sobre os valores-notícia, constrangimentos organizacionais, construção da audiência e pelas rotinas de produção. Além disso, a notícia não reflete fielmente a realidade. Isso não quer dizer que seja uma obra de ficção, mas é a realidade reprocessada através da linguagem jornalística. Pena (2012) explica que a noticiabilidade é um dos objetos de estudo da teoria do Newsmaking.

[...] ela é um conjunto de critérios, operações e instrumentos para escolher entre inúmeros fatos uma quantidade limitada de notícias. A noticiabilidade é negociada por repórteres, editores, diretores e outros atores do processo produtivo na redação. Sua aplicação baseia-se nos valores-notícia, que são os tais critérios e operações são significativos e interessantes para serem transformados em notícia. (PENA, 2012, p. 130)

Na relação entre grandes meios de comunicação e seus correspondentes ou, no caso das redes de TV, suas afiliadas, os fatos já transformados localmente em notícias passam por um segundo processo de seleção. A cabeça-de-rede analisa o que foi produzido pelas emissoras e decide se algo merece destaque nas edições dos telejornais de veiculação nacional. Geralmente este trabalho é feito pelo coordenador de rede. Barbeiro (2002) define assim o trabalho deste profissional

O coordenador de rede liga para todos os responsáveis pelo Jornalismo das praças e, além de passar a pauta do dia, recebe sugestões de pauta e um balanço do que está sendo produzido. Ouve também as críticas e explica o porquê de uma ou outra reportagem não ter sido aproveitada nos telejornais. (BARBEIRO, 2002, p. 65)

Nesse processo, além de todos os critérios já enumerados há também a barreira cultural. Os responsáveis por fazer esta seleção nem sempre colocam as lentes corretas que permitem a visão dos fatos locais na sua completude e complexidade. Falta uma proximidade, que quer dizer mais do que estar perto geograficamente. Como afirma Camponez (2012, p. 35) esta proximidade é fundamental na relação com o público: “Como elemento caracterizante do que é notícia, a proximidade é vista como um dos valores centrais do jornalismo, determinante do interesse do público pelas notícias.”

Essa aproximação é procurada diariamente por editores de telejornais de rede. A tarefa é difícil. O filtro termina por reter muito conteúdo, seja pela falta de um conhecimento mais profundo sobre o tema ou o contexto do fato, seja porque um editor de rede de uma afiliada não tenha “vendido” bem a reportagem, seja porque fatos considerados mais relevantes tenham acontecido e o jornal esteja sem espaço. Sobre este exercício diário de selecionar os fatos mais importantes acontecidos no país nas últimas vinte e quatro horas Bonner (2009) destacou a diversidade do público como um dos complicadores para que o telejornal consiga diariamente estar próximo das pessoas em todas as regiões do país.

Mostrar aquilo que de mais importante aconteceu num dia para um público tão diverso significa, irremediavelmente, frustrar expectativas de muitos na seleção de assuntos. Até porque jornalismo não é ciência. Trata-se de um trabalho balizado por uma série de normas de conduta, mas que, apesar disso, depende muito da avaliação de indivíduos. Jornalistas de um lado, e público do outro. (BONNER, 2009, P.19)

As decisões tomadas pelo gatekeepers, as rotinas de trabalho, o conhecimento das realidades regionais são alguns dos fatores que tem peso na hora que decidir se uma reportagem local vai entrar nos telejornais de rede. Do lado das afiliadas os editores estão sempre interessados em ultrapassar estas barreiras. Para as TVs locais “emplacar” reportagens na rede é sempre uma reafirmação da própria importância institucional e do domínio do fazer jornalístico, além de atrair o respaldo do público.

O público, por sua vez tem suas percepções do que é veiculado. A cobertura de um fato local pela mídia nacional costuma sempre atrair a atenção e acaba se tornando tema dos debates cotidianos. Como afirma Macombs (2009):

À medida que os holofotes itinerantes da mídia se movem de objeto em objeto e ao longo dos atributos desses objetos em sua vigilância do ambiente, uma variedade de aprendizagens ocorre no público. Inicialmente, através da exposição à mídia, as

peessoas tornam-se conscientes de elementos importantes no ambiente que estão além de sua compreensão pessoal imediata concedendo-lhes importância particular para selecionar alguns deles. (MACOMBS, 2009, p. 206)

Desde a produção, execução, veiculação local ou nacional as reportagens passam por várias etapas. A última delas é esse retorno do telespectador que, em tese, seria o motivo pelo qual todo o processo foi desencadeado.

Nesse trabalho se investiga como o material jornalístico produzido pelas TVs Cabo Branco e Paraíba, afiliadas da Rede Globo de Televisão, é aproveitado em rede nacional. Para isso foram analisados os relatórios de rede da afiliada dos anos de 2014, 2015 e 2016. Os documentos contém todos os registros de material gerado para a rede de acordo com as datas e os programas em que foram veiculados.

Esse material foi submetido a uma análise de conteúdo, levando em conta que esta metodologia é a mais apropriada para nos indicar quais temas estão sendo agendados, quais editorias e formatos são utilizados e aparecem com maior frequência, traçando assim o perfil do conteúdo que é exibido sobre a Paraíba na rede.

Por outro lado é preciso analisar também o outro extremo. Os relatórios e espelhos dos telejornais da Rede Globo devem ser submetidos ao mesmo método como objetivo de verificar qual a porcentagem média de participação das afiliadas na grade jornalística da emissora.

É evidente que apenas a análise de conteúdo não é suficiente para nos dar respostas para todos os questionamentos, mas é a partir dela em conjunto com as teorias do jornalismo que podemos encontrar as conclusões exigidas por esta pesquisa. O que determina que uma determinada reportagem produzida pela TV local ganhe espaço no noticiário nacional? Se já se sabe o que foi veiculado, as perguntas que se impõem são: como e por que? A partir daí a investigação passa pelas rotinas produtivas da Rede Globo e de suas afiliadas paraibanas TVs Cabo Branco e Paraíba. Como o sistema funciona, quais as etapas que ele obedece? O que interfere nessa relação?

Para além disso é preciso ainda entender quais os critérios de noticiabilidade norteiam as escolhas dos gatekeepers que estão na afiliada e também na cabeça-de-rede. Para alcançar essas respostas resolvemos que além do acompanhamento das rotinas produtivas seria necessário entrevistar os atores participantes deste processo: Editores de rede da afiliada, produtores de cada telejornal de rede que são incumbidos de se relacionar com as TVs locais, editores de telejornais, repórteres e cinegrafistas da afiliada que produzem frequentemente conteúdo para a Rede Globo.

De posse dessas informações e amparados nas teorias do agendamento, newsmaking, gatekeeping procuramos entender a lógica da trama desse tecido jornalístico que faz com que algo que aconteceu ou simplesmente existe em um ponto qualquer da Paraíba possa, através do olhar de vários profissionais, se tornar algo nacional, ainda que pela breve duração de uma reportagem de TV.

2 PRIMÓRDIOS DA TV BRASILEIRA

A primeira transmissão de TV no Brasil foi feita em caráter experimental em 1948 no município de Juiz de Fora, Minas Gerais, em comemoração ao centenário da cidade (ALENCAR, 2007). Já a inauguração oficial do meio ocorreu em 18 de setembro de 1950 com o início das operações da TV Tupi de São Paulo, uma iniciativa do paraibano Assis Chateaubriand. Ele importou cerca de trinta toneladas de equipamentos da multinacional americana RCA Victor. O Valor de US\$ 5 milhões transformou o Brasil no quarto país do mundo a colocar uma emissora no ar diariamente.

A pioneira Tupi inaugurou, em janeiro de 1951, uma emissora no Rio de Janeiro, no canal 6. Em março de 1952, surgiu a TV Paulista, canal 5. A TV Record ocupou o canal 7 a partir de setembro de 1953.

Os primeiros anos podem ser considerados uma fase de aprendizagem, já que o meio de comunicação mais popular nos lares brasileiros até então era o rádio, que por anos moldaria parte do conteúdo e do método utilizado na televisão, até que uma linguagem própria fosse formatada. Além disso, os equipamentos e recursos técnicos eram apenas os necessários para que as emissoras permanecessem no ar.

A programação, em geral, começava às 18 e encerrava às 22 horas. No que se refere ao conteúdo nesses primórdios, havia um material bastante diversificado. Destacava-se nestes primeiros anos o teleteatro, que pode ser considerado um grande laboratório do que depois se tornou a produtiva teledramaturgia brasileira. Nesse período o orçamento modesto era compensado, nos figurinos e cenários, pela criatividade dos profissionais envolvidos. As primeiras telenovelas começaram a ir ao ar já em 1951.

O jornalismo era um território inexplorado. A construção dos programas noticiosos e sua linguagem era formatada aos poucos, levando em consideração a experiência de outros meios de comunicação. Amorim define assim o telejornalismo praticado naquele momento:

[...] era mais lido que ilustrado, e as notícias eram, em grande parte, obtidas dos jornais impressos, já que os noticiários televisivos só eram exibidos à noite. Com o desenvolvimento econômico e artístico das emissoras, matérias próprias locais começaram a ser produzidas. Quando havia uma reportagem de interesse fora da cidade, o jornalista tinha que pagar a própria passagem ou conseguir patrocínio para realizá-la. (AMORIM, 2008, p.8)

É inolvidável o marco representado pelo Repórter Esso, veiculado pela TV Tupi pela primeira vez em 17 de junho de 1953 e permaneceu no ar até 1970. O nome veio do rádio-jornal transmitido com muito sucesso pela United Press Internacional, adaptado para a TV. A

“Testemunha ocular da história” representou um marco não somente no conteúdo, solidificou formatos de telejornalismo cujos rastros ainda podem ser encontrados hoje, mas pelo fato de retratar um momento em que não havia intervalos comerciais e a empresa patrocinadora aparecia no nome dos programas. O fim do telejornal coincidiu com a mudança de formato, como relata Garcia (2011, p. 5):

Nesse outro formato de veiculação publicitária, os textos eram lidos sobre os slides e produtos, numa espécie de comercial ao vivo. Em um segundo momento dos comerciais brasileiros, moças selecionadas passaram a fazer demonstração dos produtos enquanto o locutor narrava as suas características.

Na década de 1960, a TV no Brasil passou a utilizar dois recursos fundamentais para o seu desenvolvimento: A primeira transmissão ao vivo foi feita na inauguração de Brasília. O link foi feito entre a Capital Federal, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e São Paulo. Já o videoteipe proporcionou que os veículos se organizassem de forma industrial.

O VT permitiu que a televisão comercializasse seus programas e que se inaugurassem, nos anos 60, mais 27 emissoras no país, com 80% de sua programação exibindo, em VT, a produções do eixo Rio-São Paulo.” (AMORIM, 2007, p. 24)

É também nesta década que começam a se consolidar os métodos e práticas que construiriam um “modo de fazer” da Televisão. O meio de comunicação, alicerçado sobre aspectos formais e estéticos oriundos do rádio e do cinema, começava a esboçar seu próprio caminho. Não por acaso também começa a aflorar neste momento um quadro de profissionais de televisão propriamente ditos (BERGAMO, 2010).

As mudanças promovidas pelo videoteipe não foram as únicas. Seguindo o modelo dos EUA a Globo foi a primeira a se estruturar em rede, produzindo, transmitindo e distribuindo imagens pelo território nacional. De acordo com Munhoz (2008), aplicando a lógica própria da TV comercial, a emissora de Roberto marinho optou pelo modelo que permite o fracionamento dos custos graças a estrutura capilarizada. Assim é possível a venda publicidade de acordo com a abrangência do conteúdo – em todo o território nacional, no âmbito estadual ou mesmo no local.

O sistema de emissora afiliadas foi criado pela empresa de televisão estadunidense Nacional Broadcasting Company (NBC), adaptado pela Rede Globo de Televisão e pelas demais empresas de televisão no Brasil, como SBT, Bandeirantes, Rede TV, Record, entre outras. Seguindo o modelo estadunidense, desde a sua implantação, a Rede Globo de Televisão, a partir de 1972, passa a relacionar-se com as demais emissoras – que até então compravam seus programas individualmente – através de um contrato de exclusividade com as emissoras afiliadas. Assinando essa contrato as emissoras não poderiam mais fazer uma “colcha de retalhos” com vários programas de várias emissoras, como muitas faziam até então, e passariam a retransmitir em horários estabelecidos pela Rede Globo de Televisão a programação vinda do Rio de Janeiro, inserindo nos horários obrigatórios a programação e a publicidade local. No

espaço optativo da programação poderiam ser veiculados outros programas locais (MUNHOZ, 2018, p.38)

Esse sistema continua operando na Rede Globo, que atualmente tem cinco emissoras próprias e 119 afiliadas.

2 O SURGIMENTO DA TV NA PARAÍBA

Foi em Campina Grande, maior cidade do interior do estado, que a história da televisão na Paraíba teve seu ponto de partida. Em 14 de março de 1966, Assis Chateaubriand, dono do grupo Diários Associados, que reunia jornais, emissoras de rádio e televisão em vários estados do Brasil, fundou a TV Borborema que a partir daquele momento entrava no ar de forma oficial.

Os transmissores vieram da TV Tupi do mesmo grupo e primeira emissora fundada no país. Já em 1961, um engenheiro francês visitou Campina Grande à serviço dos Associados para avaliar qual seria o local adequado para a instalação. Por fim ficou decidido que o sinal da pioneira seria lançado a partir do Edifício Rique, na Rua Venâncio Neiva.

Desde 1963 a TV Borborema já funcionava em caráter experimental. Houve exhibições de artistas pernambucanos e também de Campina Grande, além de um telejornal. Ainda em 1963 aconteceram novas transmissões ao vivo, como a festa das debutantes do Campinense Clube, os desfiles cívicos em homenagem ao aniversário da cidade e até uma partida de futebol. Treze e Campinense jogaram no Estádio Presidente Vargas. Só vinte e cinco anos depois haveria outra transmissão desse tipo: Treze e Botafogo, através da Rede Paraíba. O Campeonato Paraibano de futebol só teria partidas ao vivo pela TV novamente em 1999, com a TV Correio.

Inicialmente o que marcava a produção de conteúdo do jornalismo da TV Borborema era a falta de estrutura. O videoteipe ainda não era uma realidade. Geralmente as notícias lidas pelo apresentador eram ilustradas por slides de fotos que vinham principalmente do Diário da Borborema, também dos Associados.

2.1.1 TV Correio

No mês de fevereiro de 1986, o Sistema Correio de Comunicação pôs em funcionamento uma retransmissora (RTV) no canal 13 VHF com o sinal da Rede Manchete, que permaneceria até 8 de março de 1991, quando o sinal da TV do Grupo Bloch foi substituído pela Rede Bandeirantes, que estava ausente de João Pessoa desde 1987. A Rede Manchete transferiu-se no mesmo ano para o canal 5 VHF da então recém inaugurada TV

Tambaú. Com a transferência para a Bandeirantes, o Sistema Correio decidiu mudar de modalidade da emissora de repetidora para geradora de TV.

A TV Correio entrou no ar em 1º de dezembro de 1992, como afiliada da Bandeirantes. Nos primeiros anos, o alcance era restrito a alguns municípios que recebiam o sinal gerado em João Pessoa. Nessa fase inicial, a emissora produziu programas locais como *Tony Show*, *Tânia Maia e Você*, dentre outros.

Em meados de 1996, a TV Correio instalou uma repetidora na cidade de Campina Grande no canal 13 VHF e ao mesmo tempo aumentou a potência do seu transmissor, sendo obrigada a se mudar do canal 13 para o canal 12 VHF para não interferir nos canais 13 de Natal (TV Ponta Negra) e Recife (TV Globo Nordeste). Ainda em 1996 iniciou-se a expansão do sinal para o interior e a mudança do padrão de gravação para Betacam Digital.

Em 31 de dezembro de 1997, a TV do Sistema Correio de comunicação se desligou da Rede Bandeirantes e passou a fazer parte da Rede Record, da qual continua sendo afiliada atualmente.

Na noite do dia 24 de outubro de 2011 foram transmitidas, em fase de teste, as primeiras imagens no sistema digital. A partir do dia 26 de outubro do mesmo ano, começaram testes em caráter experimental do novo sinal de transmissão. No dia 27 de fevereiro de 2012, a TV lançou sua nova logomarca e, no mesmo dia, seu sinal digital. Foi a primeira emissora paraibana a gerar e transmitir conteúdo em HDTV, em 22 de janeiro de 2013.

2.1.2 TV Tambaú

Em março de 1991 a TV Tambaú entrou no ar em fase experimental transmitindo, na íntegra, o sinal da Rede Manchete para a região metropolitana de João Pessoa. Foi em 5 de agosto do mesmo ano que a transmissão definitiva começou. A data marca o aniversário da capital paraibana e o primeiro conteúdo local que foi ao ar foram reportagens sobre o aniversário da cidade.

O primeiro programa local diário foi o Tambaú Notícias, às 19:00 h. Entre 1992 e 1993 outros conteúdos foram incorporados à grade, como Tambaú em Manchete, Tambaú Vídeo Music, Tambaú Documento, Bartpapo, Super Jota Show, entre outros, que ao longo desse tempo fizeram com que a TV fundada por Erivaldo Arrais e José Carlos Pontes fosse a emissora que mais veiculava conteúdo local na Paraíba.

Em 1994, com a mudança para o SBT – Sistema Brasileiro de Televisão, integrante do Grupo Silvio Santos – operou-se uma mudança no perfil da programação, que ganhou atrações

voltadas, segundo a emissora, às classes populares. Nessa esteira entraram no ar o Caso de Polícia, primeiro programa policial da TV paraibana e o humorístico A Hora do Chibata. No mesmo ano o Tambaú Vídeo Music saiu do ar e o Tambaú em Manchete passou a se chamar Tambaú Debate.

A transmissão do sinal digital da afiliada do SBT começou em abril de 2015. Em maio do mesmo ano o sinal HD entrou no ar. Atualmente a TV Tambaú produz dez programas. De segunda a sexta-feira são 4 horas e 30 minutos por dia. Somando com a programação de sábado e domingo, veicula semanalmente 27 horas e 30 minutos de programação local.

2.1.3 TV Arapuan

A concessão do canal foi assinada por, João Gregório, proprietário do Sistema Arapuan de Comunicação e pelo então Ministro das Comunicações, Hélio Costa. A publicação do contrato no Diário Oficial da União aconteceu no dia 4 de outubro de 2007. O Ministério das Comunicações atestou que o Grupo Arapuan encontrava-se habilitado para prestar serviços na Paraíba. Garantindo 6 horas de programação local a emissora passou a ser a primeira afiliada da RedeTV! no estado.

Em 13 de fevereiro de 2008, a TV Arapuan entrou no ar em fase experimental em João Pessoa transmitindo somente a programação da RedeTV! A grade local de programação estreou no dia 5 de outubro com a cobertura nas eleições 2008. No dia 25 de outubro de 2008, o sinal da emissora chegou a Campina Grande no canal 11 VHF substituindo a retransmissora da RedeTV! SP na cidade.

Em 27 de 2013, a TV Arapuan iniciou em caráter definitivo as transmissões em HDTV pelo canal 23-1 UHF em João Pessoa. Atualmente a emissora exibe oito programas locais. Na grade fixa, de segunda a sexta-feira, são 7 horas e 10 minutos diários. Contando com programas semanais da segunda, sábado e domingo, totaliza 45 horas e 20 minutos de programação local semanalmente.

2.1.4 TV Manaíra

Manaíra é o terceiro nome da televisão que começou como uma repetidora da TV Manchete em 1985. Não havia, à época, nenhuma programação local e nem sequer divulgação de que aquele canal pertencia ao Grupo Diários Associados, fundado por Assis Chateaubriand. Na Paraíba, o responsável pela fundação foi o condômino (nomenclatura dada aos sócios)

Marcone Góis. Em 1986 foi lançado um edital para selecionar profissionais para trabalhar na empresa que estava surgindo na esteira do tradicional jornal O Norte. A data da entrada no ar em caráter definitivo da TV O Norte como emissora de televisão foi 1º de janeiro de 1987. No início havia apenas um programa local, o Jornal O Norte 1ª Edição, ancorado por Anchieta Filho. Ainda em 1987, a TV passou a ser afiliada do SBT.

O nome TV O Norte permaneceu até 2009, quando houve uma intervenção dos diários Associados de Pernambuco por causa de uma série de problemas nos veículos de comunicação do Grupo na Paraíba. Uma das primeiras providências foi adequar a emissora paraibana ao padrão adotado pelo grupo em outros estados: a identidade visual mudou e a TV O Norte passou a ser TV Clube. Com a mudança, apresentadores e repórteres de Pernambuco passaram a integrar a equipe. Mas, apesar dessas mudanças, os Associados não investiram em tecnologia e a TV perdeu força como público local.

Uma nova fase começou em 2015, quando o Sistema Opinião de Comunicação adquiriu as empresas dos Diários Associados no Nordeste. A opção foi romper com a cultura dos Associados e mudar o nome. O Diretor Executivo Cacá Martins propôs uma pesquisa popular onde três nomes foram colocados à disposição dos telespectadores, que escolheram TV Manaíra.

Em 2016 houve uma mudança na identidade visual e no conteúdo, com programas jornalísticos que abordam pautas de comunidade, política, polícia, comportamento e negócios. Atualmente a grade diária é composta por quatro programas que totalizam 02 horas e 30 minutos de conteúdo local: Jogo Aberto Paraíba, programa esportivo apresentado por Vanessa Florêncio; Fala cidade, com pautas policiais e de comunidade, apresentado por Erly Fernandes; Primeiro Plano, de economia e política, comandado por Rejane Negreiros e Paraíba Urgente, ancorado por Cacá Barbosa. No sábado, vai ao ar o Paraíba S/A, com foco em negócios e empreendedorismo, apresentado por Andréia Barros. O acumulado semanal de programação gerada localmente é de 13 horas.

2.1.5 TV Cabo Branco

No mês de outubro de 1986 quando entrou no ar em caráter experimental, a TV Cabo Branco retransmitia o sinal da TV Bandeirantes. O primeiro produto jornalístico local a entrar no ar foi o telejornal Câmera 7, referência ao canal ocupado pela emissora da Capital. A equipe pioneira na capital paraibana foi integrada pelo jornalista Silvio Osias, na Edição de texto e dos apresentadores Geraldo Oliveira e Bertrand Freire. O segundo programa de caráter jornalístico

a entrar na grade de programação foi o Jogo Aberto. O jornal era exibido na hora do almoço com a edição de texto de Werneck Barreto e apresentação de Edilane Araújo, que ainda hoje continua como âncora da TV Cabo Branco no comando do JPB 2ª edição desde fevereiro de 1989.

A programação da TV Globo só passou a ser transmitida definitivamente pela TV Cabo Branco em 1º de janeiro de 1987. É essa data que a emissora considera oficialmente como a da sua fundação. Para Azevedo (2015), a TV Cabo Branco é, em todos os sentidos, pioneira na Capital:

Podemos considerar o Câmara 7 como o primeiro telejornal local de João Pessoa e a TV Cabo Branco como a primeira emissora a oferecer programação jornalística local de televisão na capital paraibana, por ter iniciado suas transmissões experimentais em 1986. Até então João Pessoa não tinha um telejornal local. No mesmo dia da inauguração oficial da TV Cabo Branco, 1º de janeiro de 1987, a capital ganhou mais uma emissora: a TV O Norte. Porém, ela foi ao ar com a programação nacional da TV Manchete, no Canal 10, pelo qual, até então, o pessoense acompanhava a programação da TV Globo Nordeste, com sede em Pernambuco. (AZEVEDO, 2015, p.47)

Em janeiro de 1987 o Jogo Aberto e o Câmara 7 mudaram de nome, passando a se chamar, respectivamente JCB 1ª edição e JCB 2ª edição, sendo o último editado por Silvio Osias e apresentado por Geraldo Oliveira. Neste mesmo período começou a ser exibido o Globo Esporte local com edição de texto e apresentação de Ivan Tomaz. No mesmo período entrou no ar o JCB 3ª edição, com edição de texto de José Luiz Braga e ancorado por Rejane Brandão. O JCB 3ª edição seria editado depois por Luis Carlos do Nascimento Souza, mas sairia do ar em 1989. Também em 1987, um mês depois das mudanças nos telejornais já existentes, o Bom dia Paraíba começou a ser veiculado, com apresentação de Aldo Shueller e edição de texto de José Luiz Braga.

Novas mudanças aconteceram em 1988. Comprada pelo grupo São Braz, a TV Cabo Branco e a TV Paraíba, tiveram os nomes dos telejornais novamente modificados. JPB era a nova sigla, uma alusão ao Jornal da Paraíba, que já pertencia ao grupo. Essa padronização que obedeceu uma lógica interna acabou afastando as emissoras paraibanas de um padrão da Globo, como observa Azevedo (2015, p.48), “acabaram fugindo de uma linha da TV Globo que, geralmente, é seguida pelas afiliadas e filiais do grupo: a de nomear os telejornais com as siglas dos estados onde estão instaladas, como: AL TV, CE TV, RJ TV, SP TV, RN TV e outros.”

Março de 1989 foi mês em que o JPB 1ª edição passou a ser transmitido em rede. Todas as informações e reportagens de Campina grande e região eram geradas pela TV Paraíba para João Pessoa. A TV Cabo Branco centralizou as avaliações editoriais e assumiu a tarefa de exibir o telejornal para todo o estado.

Atualmente JPB, 1ª e 2ª edição são independentes. Os telejornais produzidos pela TV Cabo Branco são transmitidos para todo o litoral e agreste, já os JPBs da TV Paraíba alcançam a região de Campina Grande e demais cidades do interior do estado. A mesma lógica serve para o Globo Esporte local. Dois Programas são estadualizados: O Bom dia Paraíba, ao vivo, ancorado em João Pessoa por Patrícia Rocha – e o Paraíba Comunidade, gravado e transmitido nas manhãs de domingo. Além disso a TV Cabo Branco ocupa outros espaços na grade da Rede Globo com boletins noticiosos. O Paraíba notícia, duas vezes por dia e o G1 em um minuto - integração com o site de notícias da emissora – que vai ao ar uma vez de manhã e outra à tarde. Durante os dias úteis a emissora veicula, em média, 2 horas e 37 minutos por dia de programação local.

Atualmente os sinais das TVs Cabo Branco e Paraíba alcançam 90% da população do estado com sinal digital em Alta Definição. A transição definitiva para o formato HD aconteceu no final de 2013.

3 SOBRE OS DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS DOS JORNALISTAS

O primeiro desafio para qualquer jornalista, em qualquer época, sempre foi e sempre será o do discernimento. Quando um acontecimento se apresenta no meio de tantos outros na torrente frenética da realidade diária e é pinçado e alçado à categoria de notícia é porque várias etapas foram cumpridas. Barros Filho (1999, p. 286) ressalta que “Os temas potencialmente mediatizáveis, ou seja, os assuntos que poderiam figurar no jornal são muito mais numerosos do que a capacidade física do produto informativo. A seleção de temas é inevitável.” Mas nesse processo há vários fatores que contribuem para que algo se torne digno de publicação. Cada meio de comunicação, e mais, cada empresa jornalística escolhe sua temática de acordo com a sua linha editorial que, por sua vez, obedece a uma série de diretrizes, nem todas puramente jornalísticas. Alsina (2009) aborda o assunto evidenciando a diferenciação entre o que o meio de comunicação capta e o que ele emite:

Para diferenciar o acontecimento da notícia, precisamos estabelecer, em primeiro lugar, o ponto de referência. O que é notícia para um sistema pode ser acontecimento para outro. Poderíamos diferenciar o acontecimento da notícia dizendo que o acontecimento é uma mensagem recebida enquanto a notícia é uma mensagem emitida. Ou seja, o acontecimento é um fenômeno de percepção do sistema, enquanto que a notícia é um fenômeno de geração desse sistema. No entanto, o que é notícia para um determinado sistema, para outro sistema é acontecimento. (ALSINA, 2009, p. 132-133)

Barros Filho (1999) é incisivo na análise dos fatores que interferem na triagem dos acontecimentos que ganham a condição de notícia. Para ele há uma multiplicidade desses aspectos que constroem critérios que, por sua vez, norteiam as escolhas dessas organizações e determinam o conteúdo a ser veiculado.

A rigor, as diversas etapas que caracterizam o processo de produção da notícia são marcadas pela arbitrariedade de escolhas sucessivas e inevitáveis. Essa arbitrariedade não significa necessariamente falta de critério ou de regras na triagem dos temas que se submeterão ao trabalho dos profissionais da mídia. Os critérios são variáveis em função da organização, mas giram em torno de questões econômicas, políticas, ideológicas, referentes à competição da organização com seus principais concorrentes no campo jornalístico. (BARROS FILHO, 1999, p. 274)

Se entre as redações existem diferenças de entendimento quanto ao que é ou não notícia, ou ao que é ou não noticiável, o mesmo se dá entre jornalistas e empresas. Um acontecimento interpretado como uma potencial notícia por um profissional pode não ser de interesse da empresa de comunicação onde ele trabalha. Essa diferença de opiniões pode se dar em vários campos: o da linha editorial, das conveniências políticas ou comerciais, do público alvo ou do discernimento jornalístico propriamente dito. Os fatores comerciais ou políticos também são

armadilhas que direcionam a produção jornalística ou, por outro lado, a tiram do caminho a ser trilhado. Não são raros os casos de ingerência sobre o trabalho dos profissionais que, por critérios puramente jornalísticos e éticos chegaram a histórias incômodas para parceiros comerciais da empresa ou para políticos e instituições que investem em publicidade nos meios de comunicação. Esta interferência provoca situações absurdas em que um jornalista se submete a desqualificar a própria opinião emitida dias antes sob pena de ficar à margem dentro da empresa ou mesmo ser demitido. Na visão de Silva (2013), quanto menor o meio de comunicação, quanto mais acanhada a cidade, mais as empresas são levadas às relações perigosas com autoridades e empresários.

Nos contextos regionais, o nível de dependência dos grupos econômicos e políticos ainda é muito forte, principalmente nas regiões mais fragilizadas economicamente. Quanto mais pobre a região, maior é a relação dos jornais com os poderes públicos governamentais. Com isso, a qualidade da informação fica cada vez mais comprometida. (SILVA, 2013, p. 89)

Nesse momento o profissional jornalista enfrenta um dos mais difíceis desafios. Para Traquina (2005) muitos optam por, para sua própria segurança econômica, colocar de lado o idealismo e os princípios do bom jornalismo, entrando numa espécie de entorpecimento sensorial a respeito do contexto moral que os cerca. É automaticamente que passam a trabalhar para minimizar os dilemas morais.

As notícias são um valor máximo; o seu trabalho é um trabalho de 24 horas; as notícias são um desafio constante. Assim, o jornalista investe na realização deste objetivo: obter mais notícias e não contestar a política editorial da empresa. É preciso ir em busca das notícias; é preciso vencer a hora de fechamento; assim a harmonia entre os jornalistas e a direção é cimentada pelos seus interesses comuns pela notícia. (TRAQUINA, 2005, p. 155)

Evidentemente há profissionais que não se desviam do código deontológico do jornalismo. Preferem manter a integridade e arcar com as consequências a agir contra a própria consciência e princípios em que acreditam e consideram condições sem as quais não se pode exercer a profissão de forma digna.

4 TEORIAS E PROCESSOS NA RELAÇÃO DE AFILIADAS COM A REDE

Esse capítulo do trabalho tem por finalidade a fundamentação teórica deste estudo, onde algumas concepções são centrais, a exemplo da concepção de rede, assim como o conceito de gatekeeping. Para uma melhor compreensão de tais concepções, a opção é descrever os processos tais como ocorrem no campo empírico da pesquisa, ou seja, o telejornalismo sempre associando essas descrições às discussões teóricas de base.

Como já verificado no capítulo de contextualização histórica, o conceito de rede só começou de forma efetiva na TV brasileira com o advento do videoteipe a partir da década de 1960, quando vinte e sete emissoras foram inauguradas em todo o território nacional. Elas se valiam do recurso do videoteipe para exibir a programação que era produzida pelas grandes TVs do eixo Rio-São Paulo.

É conveniente observar que o conteúdo certamente trazia em si os traços culturais e as ideias vigentes nesses grandes centros. Nesse primeiro momento pode-se afirmar que a TV espalhava seu sinal pelo país mais tinha um traço regional do Sudeste, porque as recém inauguradas emissoras locais não tinham, quase que na totalidade, capacidade técnica para produzir programas. Eram meras repetidoras. Müller (2007), diz que o processo de nacionalização não permitiu que as emissoras situadas em estados mais distantes do sudeste pudessem elaborar e produzir programas com suas próprias características regionais.

Mas com o avanço da tecnologia e o desenvolvimento nos centros urbanos fora do eixo Rio-São Paulo, assim como as atenções do mercado de publicidade voltadas para as possibilidades que as repetidoras poderiam oferecer uma vez que se transformassem emissoras, esse conteúdo começou a ser produzido e a dar retorno financeiro. Se na década de 1960 o número de TVs se contava em dezenas, passaram a aumentar na década de 70, com a implantação do sistema de rede hoje a situação é completamente diferente. Só a rede Globo, para citar a maior, conta com cinco emissoras próprias e 119 afiliadas.

No caso, a Globo é o que se denomina de cabeça de rede. É dela quem vem a maior porcentagem da programação que compõe a grade diária. Às afiliadas cabe preencher horários pré-estabelecidos de programação local. Pachler (2006) explica que esses espaços, além de uma série de outras regras a serem seguidas são estabelecidas através de um documento elaborado pela Central Globo de Afiliadas e Licenciamento.

(...) a empresa parceira (emissora afiliada) assina um aditivo de programação, onde se compromete a seguir inúmeras regras impostas pela TV Globo. Algumas delas são: exibir diariamente a programação fornecida pela Globo, participar dos treinamentos, não exibir material de outra emissora, manter o padrão de qualidade técnica para que

o sinal seja captado com boa qualidade e, com relação à produção de material jornalístico, a afiliada deve comprometer-se a proceder de maneira isenta, apartidária e não preconceituosa com relação às fontes e na elaboração de notícias (PACHLER, 2006, p.47)

Em geral, os telejornais locais são o Bom dia, que recebe o nome do estado em que é veiculado, o praça 1 (na Paraíba, JPB primeira edição), o Globo Esporte e o praça 2 (na Paraíba, JPB segunda edição). No domingo, há ainda o Paraíba comunidade. Dependendo da emissora, há outros espaços da grade preenchidos com programação local, mas basicamente, os citados anteriormente existem em todas as afiliadas.

Se a cabeça de rede envia diariamente horas de programação para as afiliadas em todo o território do país, também se alimenta delas. As equipes de jornalismo espalhadas por todos os estados estão sempre contribuindo com conteúdo para os jornais veiculados para o Brasil inteiro. Para um grande telejornal que vai ao ar no horário nobre, mostrar fatos relevantes vindos de várias partes do país é reafirmar sua condição de resumo diário das principais notícias do Brasil e do mundo. Se referindo ao Jornal nacional, do qual é editor-chefe há quase duas décadas Bonner (2009) afirma que essa missão - mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo nas últimas 24 horas - ao contrário do que possa parecer, não é fácil, devido a heterogeneidade do público que assiste ao telejornal.

Um motorista de Ônibus que não pode cursar o ensino médio talvez não se interesse pela reportagem sobre os resultados do provão. Talvez isso lhe pareça distante de sua realidade. Talvez lhe pareça até inútil. Ninguém deverá condenar um motoboy de São Paulo que não se preocupe com o desemprego que a mecanização na colheita da cana possa vir a produzir no campo – assim como é possível que o seringalista do Amazonas dê mais atenção à questão da grilagem ou ao desmatamento do que a instalação de um poder paralelo por traficantes de drogas em metrópoles do Sudeste. Tudo isso é justificável, compreensível e natural. (BONNER, 2009, p.18)

Por outro lado a função desse telejornal de rede é mostrar que os fatos podem, sim estar interligados e influenciar a vida de cada um. O desemprego no campo pode gerar mais concorrência no mercado de trabalho em que o motoboy está inserido. O motorista de ônibus pode ter um filho ou sobrinho concluindo o ensino médio.

De qualquer forma, o telejornalismo em rede cria essa sensação de unidade, mas por outro lado desperta identidades regionais, pessoais ou ideológicas sempre que algo de interesse de cada uma dessas pessoas é divulgado. Observando por este prisma a TV saiu do puro regionalismo do Sudeste, nos anos 60, para uma produção de conteúdo mais voltada para a variabilidade, apresentando outras regionalidades cada vez com maior frequência, dadas as facilidades técnicas de produção e geração que as afiliadas adquiriram.

(...)a vontade de estar próximo e saber o que acontece à sua volta é muito forte. A valorização do local e do regional é uma consequência desse fato. Na televisão, o telespectador não quer apenas assistir o que se passa no outro lado do mundo, mas também quer saber o que acontece na sua cidade, na região onde mora, seja através de um jornal de bairro, de um programa de TV ou de rádios locais. (MULLER, 2007, p. 2)

Nessa relação entre as cabeças de rede e suas afiliadas há um elo que funciona como o canal por onde as notícias vindas das afiliadas passam e são filtradas antes de receberem a avaliação final da equipe da rede. Barbeiro (2002, p.65) faz referência ao Coordenador de rede, profissional responsável por entrar em contado com todas as afiliadas diariamente, saber o que elas estão fazendo e realizar uma primeira avaliação do que poderia ser de interesse para um telejornal de abrangência nacional. Ele deve estar inteirado do andamento e execução de todas essas reportagens para informar imediatamente, caso uma ou mais delas caiam – sejam inviabilizadas por qualquer motivo - assim os editores dos jornais de rede sabem antecipadamente com o que podem contar para suas edições em aberto. “A integração das praças deve funcionar como se a redação fosse uma só espalhada por todos os lugares onde existam afiliadas, respeitadas as peculiaridades de cada uma”.

4.1 REDE GLOBO E AS TVS CABO BRANCO E PARAÍBA

No caso da Rede Globo, essa função de interlocutor da cabeça de rede com as afiliadas não está centralizada em um coordenador. Cada telejornal tem um produtor de rede, que cumpre a função de consultar as emissoras integrantes em cada recanto do país sobre as reportagens locais que estão em andamento. Além dessa consulta, os produtores também sugerem pautas de acordo com algum tema agendado nacionalmente, com notícias veiculadas em sites locais e jornais de circulação nacional, ou mesmo sugestões de telespectadores enviadas por e-mail ou outros meios, como as mídias sociais.

Por outro lado, nas afiliadas também há profissionais encarregados desse intercâmbio de reportagens: são os editores de rede. Na TV Cabo Branco, Débora Cristina Barbosa e Jô Vital exercem essa função. É delas a missão de observar detalhadamente tudo que está em execução pelas equipes de reportagem da casa e identificar material potencialmente interessante para a rede. Os editores de rede são portanto, os primeiros seletos de notícias, eles avaliam o que pode ou não atravessar a fronteira do regional e subir para os telejornais de âmbito nacional, atuando como verdadeiros Gatekeepers. Esse conceito formatado pelo psicólogo Kurt Lewin em 1947 foi criado para avaliar os hábitos alimentares de um grupo social. Ele percebeu os canais por onde transita uma sequência de comportamentos relativos a um tema determinado.

Esses canais levariam a zonas de filtragem (portões), acionadas por quem tem o poder de decisão, o gatekeeper (PENA, 2012, p. 134).

No jornalismo, esse conceito foi aplicado por David Manning White, em 1950. Ele acompanhou o trabalho de um editor de agências de um pequeno jornal americano. O Mr. Gates, como foi chamado, guardou por uma semana os textos que recebia das agências noticiosas que chegavam ao escritório. Depois disso, ele explicou ao pesquisador quais os motivos pelos quais cada uma das notícias foi encaminhada para publicação ou descartada. Segundo White, cerca de 90% dos textos não eram publicados. A pesquisa levou à conclusão de que as decisões tomadas pelo Mr. Gates eram muito subjetivas.

Em cerca de 1/3 das vezes, Mr. Gates tomou a decisão de rejeitar as histórias com base em sua avaliação pessoal dos méritos do conteúdo do item, especialmente se acreditada que este era verdadeiro. Os outros 2/3 dos itens eram rejeitados porque não havia espaço suficiente para eles ou porque histórias semelhantes já estavam sendo impressas. (SHOEMAKER, 2011, p. 28)

Já na pesquisa de White, é preciso reconhecer fatores que influenciaram na decisão do gatekeeper. O Mr. Gates levou em consideração, além da crença na verdade por trás dos relatos, aspectos relacionados ao espaço e ao conteúdo do jornal.

Da mesma forma as editoras de rede, pela experiência adquirida, sabem o que pode ser utilizado pela rede e a quem deve ser oferecido. Vital (2015) relatou que os critérios de seleção variam de acordo com o perfil de cada telejornal.

Perguntas que precisam ser respondidas: esse fato diz respeito a quantas pessoas? A notícia atinge quantas pessoas? O fato está relacionado a alguma pauta nacional? Por exemplo, temos uma epidemia de dengue no Brasil e registamos mortes na Paraíba. A pauta pode se transformar numa pauta de rede. As boas notícias também estão se transformando em pautas de rede. O Bom Dia Brasil deu VT de Plínio Almeida sobre estudantes de escola pública de João Pessoa que conquistaram um prêmio na Robocup 2015. É a pauta que encerra o jornal, a boa notícia. Histórias que mostram experiências exitosas, uma sacada da economia criativa. Para uma pauta se transformar numa pauta de rede depende de critérios subjetivos dos editores, que avaliam e oferecem, considerando o perfil de cada jornal. Economia vale sempre para o Jornal da Globo, comportamento pode render Jornal Nacional de sábado, problemas na saúde pública sempre rende Bom Dia Brasil, Jornal Hoje tem um bom espaço para turismo, Hora 1 trabalha com factual. É sempre importante checar dados nacionalizados para ofertar a pauta de rede. Isso fortalece a sugestão e há mais chances de emplacar. (APÊNDICE A)

É importante lembrar que esse processo de seleção da notícia ocorre dos dois lados. Se na afiliada paraibana as editoras de rede selecionam o que, na avaliação delas pode ser atraente para a cabeça de rede, do outro lado, as produtoras dos telejornais de âmbito nacional também fazem seus respectivos julgamentos para aceitar ou não uma sugestão. A pauta ou reportagem oferecida pode ser descartada na primeira análise. Em outros casos, mesmo depois de aceita, a

sugestão, já tornada uma reportagem em andamento ou, algumas vezes já concluída, pode cair, como se diz no jargão das redações. Barbosa (2015) diz que muitos fatores podem provocar o não aproveitamento do material.

Seja pela falta de interesse do editor-chefe, seja porque o assunto não tem um apelo nacional (ou seja, irrelevante), seja por causa do tempo (em dias que existem factuais mais fortes no país, grandes catástrofes nacionais e mundiais). Tem que ser um bom assunto e num dia em que o "cardápio" de notícias, como é geralmente chamado o espelho pelos editores de cada jornal, esteja tranquilo. Por exemplo, você pode ter um VT de comportamento muito bom, mas que no dia esteja concorrendo com outro VT do mesmo tipo. Aí o editor vai optar por aquele que achar que tem um apelo maior ao público. Ou num dia em que existam outros factuais mais fortes do que o nosso local. Um exemplo disso: no dia em que ofereci pra todos os jornais de Rede matéria sobre a Chacina que houve no Rangel, onde um casal matou quase toda uma família. Nenhum jornal quis. Alguns disseram que era muito mundo cão. Mas na verdade naquele dia tinha outros factuais no Rio e em São Paulo mais fortes do que o daqui. Enfim, não entrou mesmo. (APÊNDICE B)

Vital (2015), editora de rede que está na TV Cabo Branco há 19 anos, lembra o fator que talvez seja mais determinante para que uma reportagem não tenha sucesso na trajetória afiliada/rede.

A parte mais difícil é a de produção: encontrar boas histórias, que rendam boas imagens, com apuração afinada, sem erros. Apuração frágil é um dos principais obstáculos para aprovar pautas. E como são muitas afiliadas tentando emplacar suas matérias, quem é mais ágil leva. Ou seja, a praça que oferta primeiro tem mais chances de emplacar (APÊNDICE A).

Desta forma, fica evidente o interesse da cabeça de rede por boas histórias, bem apuradas e narradas. Sendo essas características, ou a falta delas, fator relevante de aceitação/rejeição do material jornalístico.

4.1.1 A Caixa

Além dos contatos eletrônicos e telefônicos diários esse intercâmbio tem, particularmente na relação entre a Rede Globo e suas afiliadas, um recurso de nome curioso: a reunião de caixa. A origem do nome vem do aparelho que era utilizado para permitir uma conferência telefônica coordenada por um profissional da rede. Todos se ouviam, mas só podiam falar um de cada vez. O tal aparelho, que funcionava de acordo com o pressionar e soltar de botões, era parecido com uma caixa de sapato. Na relação com as afiliadas o procedimento ainda é o mesmo.

Já entre as emissoras próprias, Globo Rio, Globo São Paulo, Globo Minas, Globo Brasília e Globo Nordeste, o método foi substituído por uma videoconferência, como detalha Bonner (2009).

Todos se veem e ouvem – e a ordem de chamada de participação de cada um pode ser alterada a qualquer instante. A interatividade pode ser muito maior que a reunião à moda antiga, porque a tecnologia atual permite que o colega de Belo Horizonte interfira e chame a atenção de todos enquanto quem fala é o colega de Brasília, por exemplo. Na caixinha “de sapato”, estritamente sonora, isso ficaria mais difícil. (BONNER, 2009, p. 80)

Para o editor chefe do Jornal Nacional a nova tecnologia otimizou a comunicação e diminuiu bastante a possibilidade de ruído, ou seja, uma mensagem mal recebida ou interpretada pelos participantes. A discordância durante o debate de ideias abre possibilidades para ressentimentos se um dos lados parecer arrogante para outro. Quando a expressão de quem fala não é vista, o risco de uma interpretação enviesada aumenta de acordo com as mudanças no tom da voz. Quando o “olho no olho” virtual é utilizado, esse tipo de equívoco acontece muito menos.

5 SOBRE CRITÉRIOS

Os produtores e editores encarregados de fazer a triagem – por parte das afiliadas, do que pode ser interessante para os telejornais de rede e, do ponto de vista da cabeça-de-rede, do que merece ou não ser veiculado nesses telejornais – das notícias utilizam, como vimos anteriormente, um método semelhante ao do Mr. Gates de White. Mas, mesmo nesta seleção há fatores outros que imprimem seu peso na hora da escolha.

Um deles, no caso de que seleciona conteúdo para os telejornais de rede nacional, é simplesmente o que existe de material disponível para entrar no ar naquele dia. O volume de informações pode superar em muito o tempo disponível para a veiculação. Se a reportagem for factual, ou seja, disser respeito a um fato daquele dia, que vai perder o impacto se ficar pra depois, tanto pior. Se outras reportagens factuais tiverem maior apelo e relevância, esse material estará fadado ao descarte.

Nesse processo é que se aplicam, de ambos os lados, os valores-notícia que norteiam cada organização jornalística. Esses valores podem ser definidos como aspectos que possibilitam a identificação de algo como potencial fato noticiável, viável de ser noticiado, passível de despertar interesse do público (GUERRA, 2014). Os valores-notícia e os critérios de noticiabilidade são as ferramentas utilizadas pelos profissionais para fazer essa identificação e dar início ao processo de transformação de fatos em notícias. Mas há lacunas. Da Silva (2014) aponta para a insuficiência de elementos, de ausência de clareza nas teorias e conceitos não completamente decifrados quando o assunto é a seleção noticiosa.

Um breve diagnóstico do problema ajuda a lançar luz sobre a natureza de seu “enigma”: no âmbito dos estudos acadêmicos, embora a proliferação de diferentes modos de abordagem para a questão seja substancialmente salutar – o que inclui a valiosa presença de pontos de vista divergentes – recai-se não raramente em vieses estanques que se fecham para a edificação de formulações teórico-conceituais mais consistentes, o que favorece o obscurecimento. (DA SILVA, 2014, p.72)

Silva (2014), aponta para a enumeração desses valores através dos séculos. Ela cita Peucer, que no século XVII indicava quais características dos acontecimentos os tornaria merecedores de chegar ao conhecimento do público. De acordo com o raciocínio dele, o que é considerado comum ou normal tem pouco valor informativo. Ele elencava como acontecimentos que mereciam ser noticiados os prodígios e monstrosidades, as obras e situações insólitas da natureza e também da arte, assim como os desastres naturais e as descobertas recentes.

Também Kaspar Stieler, mencionado por Michael Kunczik (p.242), dizia em 1695 que os redatores deviam saber distinguir entre o que é importante e o que é comum; e apontava e apontava como valores explícitos a novidade, a proximidade geográfica, a

proeminência e o negativismo. Dando um salto para o século XX, Walter Lippman, em 1922, em obra inaugural, *Opinião pública*, elege como atributos: clareza, surpresa, proximidade geográfica, impacto e conflito pessoal. Em 1959, Fraser Bond publica *Introdução ao jornalismo*, no qual destaca entre as características sua capacidade de despertar o interesse da atenção do público. (SILVA, 2014, p.60)

É fora de discussão que qualquer empresa jornalística comercial tem como fim atingir um público que viabilize sua existência e sustentabilidade financeira. Quando os anunciantes procuram um espaço na grade de programação de uma TV o fazem baseados nos níveis de audiência, qualidade e credibilidade que tem possibilidade de oferecer. A reportagem de capa da revista Caros Amigos número 74, de 2015, serve como exemplo: a jornalista Sandra Aguiar informa que o anunciante que quiser manter um comercial diário de trinta segundos no intervalo do Jornal Nacional, da Rede Globo, tem que investir R\$ 645.700 mensalmente, segundo tabela vigente até março de 2016. Claro que o valor é justificado pelo peso editorial do telejornal, sua tradição e seus níveis de audiência, que já foram maiores, mas continuam suficientes para que se cobre estas cifras (BECKER; ALVES, 2015).

O editor chefe do JN, já citamos, explica que a missão diária é apresentar o que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo nas últimas vinte e quatro horas. Obviamente esse critério obedece a parâmetros jornalísticos consolidados e um deles é, inevitavelmente, o interesse do público. Guerra, lembrando estudos de Jean Chalaby, diz que a constatação de que, através dos tempos, o interesse presumido das pessoas sobre determinados tipos de acontecimentos tem orientado a produção jornalística. Mas há um porém:

Portanto, a constatação de Chalaby de que o “interesse do leitor” passa a orientar a produção será considerado aqui não como a mera concessão dos editores ao “gosto do público”. O que se pretende afirmar é que essa adequação é uma condição necessária para que se estabeleça o vínculo entre produtores de informação jornalística e sua audiência, sem o qual nenhum outro tipo de relação poderia se estabelecer, seja lá de que tipo for. (GUERRA, 2014, p.42)

Há ainda um outro aspecto, este evidenciado por Traquina (2005): é preciso lembrar que o jornalismo tem custos, a começar pela contratação dos jornalistas e pelos salários pagos. Além disso, em Televisão é preciso atentar para os altos custos dos equipamentos. É facilmente possível concluir que eles interferem no produto final.

Assim, o espaço disponível para informação, ou seja, as notícias, é antes de mais nada determinado pela publicidade. Na televisão, a publicidade impõe, sobretudo, a lógica das audiências, seguindo a lógica “mais audiências, mais receitas publicitárias”. Assim sendo, sendo o conteúdo noticioso do jornal televisivo pode ser influenciado pela dimensão econômica. (TRAQUINA, 2005, p. 158)

Só que, além daquilo que se imagina ser o gosto do público e a consequente busca pela audiência e anunciantes, existe um outro fator que também pesa, inclusive para quem integra a

lista de clientes da empresa jornalística: a credibilidade. É fato que nenhuma empresa tem como preferência associar seus produtos conteúdo de baixa qualidade ou que não seja confiável. Por outro lado as empresas que pretendem conquistar, cultivar ou manter essa credibilidade também buscam mecanismos para que interesses externos não funcionem como critérios de noticiabilidade. No documento Princípios editoriais das Organizações Globo, publicado em 2011, está colocado, em tese, como a empresa e suas afiliadas devem se comportar com relação a clientes:

As Organizações Globo são independentes de grupos econômicos, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos. Por esse motivo, as decisões editoriais sobre reportagens envolvendo anunciantes serão tomadas a partir dos mesmos critérios usados em relação aos que não sejam anunciantes. (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011, n.p.)

Quando entrevistadas para esta pesquisa, as editoras de rede da TV Cabo Branco nos deram informações a respeito de outros fatores que são critérios de escolha ou de rejeição de uma reportagem. É simbólico do caso da chacina do Rangel, considerada por alguns produtores da rede como “mundo cão demais”. Evidentemente, dependendo do dia, do espelho dos telejornais, de como o editor de rede vendeu a reportagem, o resultado poderia ser outro.

5.1 COMO DIZER

Há, além da seleção do que dizer, a seleção de como dizer. A Rede Globo tem um canal de comunicação interna com suas emissoras chamado Portal afiliadas em rede. O site é fechado, o acesso só é possível para os funcionários através de uma senha, que é renovada periodicamente. É através deste site que os profissionais do jornalismo têm acesso a uma ferramenta de capacitação certamente útil: O Uniglobo. Essa iniciativa consiste em uma série de cursos que são oferecidos on-line para os profissionais da redação – repórteres, editores de texto, produtores; para os integrantes da UPJ - unidade portátil de jornalismo: cinegrafistas, assistentes de câmera; para o pessoal do estúdio, da edição de imagens, do áudio, da engenharia e todos os setores que compõem a complicada máquina de fazer televisão. Nos cursos do Uniglobo, que incluem vídeos, textos, exercícios e avaliações, os profissionais podem aprender ou reciclar conhecimentos específicos sobre as áreas em que atuam e adquirir novas competências. Há dezenas de cursos, que vão de língua portuguesa à iluminação, de jornalismo esportivo à edição de texto, de redação e estilo à visual masculino e feminino no telejornalismo, de jornalismo comunitário à direção de imagens. Todo ano a rede disponibiliza o cronograma dos cursos e os profissionais se inscrevem através da chefia de reportagem.

Toda essa estrutura evidencia mais um critério que pode ser determinante na hora de uma reportagem de uma afiliada ser veiculada na rede: a adequação ao padrão de qualidade. Se os profissionais em questão estão familiarizados com esse padrão, fica mais fácil conseguir que uma matéria seja bem avaliada pelos produtores e editores dos telejornais de rede. Imagens ruins, áudio mal captado ou edição de imagens mal feita, contribuem para que o material seja rejeitado. O formato também: A TV Cabo Branco só começou a operar em HD – alta definição, formato em que as imagens são compostas por 1080 linhas verticais e 720 horizontais - no final de 2013. Os produtores de rede também levavam isso em conta na hora de aproveitar material gravado em formato BETACAM, com qualidade de áudio e vídeo inferior ao que era veiculado normalmente na Globo. Mas acima desses critérios técnicos se impõem a urgência e a relevância. Se determinado material tem valor jornalístico inquestionável, como um vídeo de celular mostrando um flagrante de um acidente, um crime, uma negociação de propina, certamente será aproveitado. Ramos (2017), responsável pelo conteúdo Jornalístico da Rede Paraíba de Comunicação diz que essa regra também é aplicada para entradas ao vivo pela internet (Live U).

[...] só vai entrar com um vivo ruim se for um factual sério, mas não entra com um show lindo em Campina Grande. Antes tinha dificuldade, por exemplo, com Live U. Eles diziam, ah, Live U não entra. Hoje eles nem perguntam, não querem nem saber, fazem mais do que a gente. O fator técnico é muito pequeno. Agora, o conteúdo faz toda diferença (APÊNCICE C)

Por fim, o repórter também tem que se adequar a todos esses critérios e o Uniglobo existe para fazer com que se aproximem o mais rápido possível do ideal. Mesmo assim, é comum ver textos de repórteres de rede experientes voltarem para que alguma coisa seja corrigida ou algo seja dito de forma mais eficiente. Sobre o que seria o ideal de inteligibilidade do texto jornalístico na Rede Globo, Vizeu (2002) cita o caso do já falecido editor executivo do Jornal Nacional Odejaime de Hollanda: Quando perguntado se determinada reportagem em edição seria atraente e inteligível, respondia com uma pergunta: Minha mãe vai entender?

A pergunta do editor-executivo acabou virando uma espécie de “guia” dos editores da TV Globo na hora de apresentar uma informação de maneira compreensível para todos os telespectadores. A frase “Será que a mãe do Odejaime vai entender?” se tornou um jargão no jornalismo da Globo. (VIZEU, 2002, p.1)

Da mesma forma, Bonner (2009) reafirma essa busca pela clareza na hora de narrar os fatos, fala da flexão dos verbos no tempo real, como as pessoas falam nas ruas. Da troca de termos mais complicados por outros mais simples que dizem exatamente a mesma coisa, da ordem direta das frases e do tamanho delas. Em 2015, em uma reunião com editores de afiliadas realizada em Salvador, o editor-chefe do JN lembrou esses princípios e oficializou um

movimento mais rápido de mudanças. A tendência de informalidade e naturalidade no texto do telejornalismo da Globo deve seguir adiante. É claro que quem quer emplacar reportagens na rede também deve estar atento a esse critério.

6 DOS MÉTODOS E PROCEDIMENTOS

O objetivo deste trabalho é investigar quais os critérios, caminhos e processos do material produzido pelas TVs Cabo Branco e Paraíba, afiliadas da Rede Globo de Televisão na Paraíba, para que seja aproveitado pela cabeça de rede. Quais as estratégias e métodos utilizados pelas editoras de rede da afiliada para ter sucesso ao identificar uma boa história e também para “vender” uma reportagem para a Rede Globo. Por outro lado também é nossa intenção avaliar quais filtros, critérios de noticiabilidade norteiam a triagem feita pelos produtores de rede na hora de decidir qual reportagem, imagem, link ou nota coberta vai figurar em telejornais como o Bom dia Brasil, Jornal Hoje, Jornal Nacional, Hora 1, ou em outros jornalísticos como o Globo Rural e o Fantástico, além de programas de entretenimento como o Encontro ou Mais você. Também queremos identificar quais tipos de fatos e circunstâncias são mais aproveitados.

Para alcançar os resultados desejados usamos o método da análise de conteúdo. Na primeira etapa de nosso trabalho estabelecemos qual é o recorte que vamos analisar: relatórios da editoria de rede das TVs Cabo Branco e Paraíba dos anos de 2014, 2015 e 2016. Neles, individualmente, constam todos os itens que foram gerados para a Rede Globo no período de doze meses. Aqui faço um parêntese para explicar os termos que serão utilizados: preferimos tratar o material unitário gerado para a cabeça de rede como *Item* ou *Conteúdo*, já que dentro do conjunto de gerações, inevitavelmente teremos vários formatos. Portanto, quando falarmos em *Item* ou *Conteúdo*, estaremos nos referindo a qualquer material gerado para uso da cabeça de rede, independentemente do formato.

Sobre os formatos, explicamos: Imagens (IMG.): material captado por cinegrafistas e gerado bruto, sem edição, para a Globo sem o acompanhamento de texto em off, entrevistas, ou participação de repórter; Nota Coberta (NC): Imagens cobertas pela narração em off do âncora do programa no qual é veiculado. Depois da captação pelos profissionais da TV Cabo Branco pode ter sido editado em outro formato antes de ser gerado, sendo modificado pelos editores dos telejornais de rede; Link (LK): entrada de imagens ao vivo, geralmente com a participação do repórter, durante os telejornais. Nesse caso a entrada é coordenada por um profissional de rede que orienta o repórter por meio de um ponto eletrônico; Reportagem (REP): material feito pela equipe de externa da TV Cabo Branco, via de regra contém imagens, entrevistas, narração em off e passagem do Repórter.

Essa classificação já faz parte do segundo passo de nossa pesquisa que é a categorização do material coletado, que possibilita a posterior leitura correta dos dados coletados, já que diversas inferências mais analíticas e subjetivas podem ser feitas a partir do que foi coletado e

classificado nos escaninhos específicos. Bardin (2009) diz que o método das categorias coloca os elementos de significação em gavetas para permitir sua classificação.

A técnica consiste em classificar os diferentes elementos nas diversas gavetas segundo os critérios susceptíveis de fazer surgir um sentido capaz de introduzir alguma ordem na confusão inicial. É evidente que tudo depende, o momento das escolhas dos critérios de classificação, daquilo que se procura ou se espera encontrar (BARDIN, 2009, p.39)

Esse recurso utilizado inicialmente é meramente quantitativo, mas eficiente para alcançar o objetivo do ordenamento lógico do conteúdo coletado, sem o qual não seria possível identificar tendências e características que vão alimentar as inferências que devem ser feitas em uma etapa posterior.

Em ciências sociais, os procedimentos quantitativos às vezes são menos valorizados por seu caráter reducionista. Em verdade, todo procedimento, seja qualitativo, seja quantitativo, é em grau maior ou menor reducionista. Essa redução da complexidade real é realizada com certa diversidade em cada língua natural e, mais ainda, nas linguagens específicas de cada disciplina científica. Nenhum procedimento analítico deixa de ser reducionista. Há então a necessidade de fazer um exame cuidadoso dos procedimentos analíticos quantitativos e qualitativos mais adequados para cada caso particular (EPSTEIN, 2010, p.26)

Ainda na esfera da análise de conteúdo nos debruçamos sobre amostras de espelhos do Bom dia Brasil, Jornal Hoje e Jornal Nacional. Em tempo: espelho é o “cardápio” do telejornal, ou seja, nele estão listados todos os itens que irão ao ar. Eles são organizados de forma cronológica para que o andamento do telejornal possa ser acompanhado. No espelho estão contidas as informações sobre o formato de todos os itens incluídos naquela edição e também do tempo de exibição de cada um, propiciando assim um cálculo preciso do tempo já utilizado e o que ainda está disponível.

Nossas amostras são de quatro edições anuais de cada um desses telejornais, totalizando doze ao longo do triênio analisado. Os dias escolhidos vão de segunda a sexta-feira, já que o Bom dia Brasil não tem edições aos sábados, e coletados em sequência em meses alternados durante os três anos. “Para que serve esta estratégia? Para obter-se uma amostra variada, com distribuição equitativa e contendo o mínimo possível de distorções.” (HERZCOVITZ, 2008, p.131). O objetivo é verificar qual a participação das afiliadas nos telejornais da Rede Globo e se essa contribuição das TVs locais sofreu alguma mudança durante o período analisado.

Toda essa massa de informações, uma vez processada deve ser qualificada e analisada de acordo com os postulados da análise de conteúdo, na sua versão mais atual, que mescla o formalismo estatístico e a análise qualitativa. A análise de conteúdo amplamente empregada nas ciências sociais é útil na pesquisa jornalística para identificar tendências e modelos de critérios de noticiabilidade (HERZCOVITZ, 2008).

Na investigação sobre os critérios de noticiabilidade utilizados pelas equipes da afiliadas que tentam encaminhar itens para a rede, e os responsáveis pela triagem desse material que vem das emissoras espalhadas pelo país inteiro, utilizamos o método da entrevista. Submetemos as editoras de rede da TV Cabo Branco a uma série de questões que apontam os critérios e estratégias básicas, usadas na seleção de assuntos e itens que possam ser aproveitados pela rede. Essa primeira entrevista deve se desdobrar em outras derivadas das inferências feitas a partir da análise unitária dos itens enviados. A Editora regional das TVs Cabo Branco e Paraíba, Tatiana Ramos, também foi entrevistada para dar mais subsídios a pesquisa no tocante às mudanças de linguagens, concepções de TV local, relações institucionais e desempenho das afiliadas paraibanas nos telejornais de rede. O método utilizado foi o da entrevista semi-aberta, que é definida assim por Duarte (2010, p. 66).

A lista de questões desse modelo tem origem no problema da pesquisa e busca tratar da amplitude do tema, apresentando cada pergunta da forma mais aberta possível. Ela conjuga a flexibilidade da questão não estruturada com um roteiro de controle. As questões, sua ordem, profundidade, forma de apresentação, dependem do entrevistador, mas a partir do conhecimento e disposição do entrevistado, da qualidade das respostas, das circunstâncias da entrevista. Uma entrevista semi-aberta tem entre quatro e sete questões, tratadas individualmente como perguntas abertas.

Para basear nossa análise fizemos uma revisão bibliográfica no tocante aos valores-notícia, critérios de noticiabilidade, teorias do jornalismo, além de trabalhos mais específicos sobre as rotinas produtivas da Rede Globo e sua relação com as afiliadas, princípios editoriais e reportagens sobre a maior rede de TV do Brasil. Stumpf (2010) relembra a importância da revisão bibliográfica como uma base para que o pesquisador possa avançar. Na avaliação dela é preciso conhecer o que já existe sobre o assunto para evitar esforços desnecessários em busca de soluções que já foram encontradas. “[...] a consulta à bibliografia pertinente é uma atividade que acompanha o investigador, o docente e o aluno e, ao mesmo tempo, orienta os passos que devem seguir.” (STUMPF, 2010, p. 52).

Na análise dos critérios de noticiabilidade que norteiam a sugestão e o aproveitamento dos itens gerados da TV Cabo Branco, usamos como base o quadro de valores-notícia elaborado por Marcos Paulo da Silva segundo a perspectiva de Mauro Wolf e Nelson Traquina. (DA SILVA, 2014, p. 82)

Quadro 1 – Sistematização dos valores-notícia encontrados no jornalismo segundo a perspectiva de Mauro Wolf e Nelson Traquina

VALORES-NOTÍCIA DE SELEÇÃO: CRITÉRIOS SUBSTANTIVOS	VALORES-NOTÍCIA DE SELEÇÃO: CRITÉRIOS CONTEXTUAIS	VALORES-NOTÍCIA DE CONSTRUÇÃO
Notoriedade Morte Proximidade Relevância Novidade Tempo Notabilidade Inesperado Conflito (ou controvérsia) Infração Escândalo	Disponibilidade Equilíbrio Visualidade Concorrência Dia Noticioso	Simplificação Amplificação Relevância Personalização Dramatização Consonância

Fonte: Elaborado livremente por Marcos Paulo da Silva a partir de Traquina (2008) e Wolf (2003)

Entre os métodos e procedimentos utilizados para o andamento desta pesquisa também elegemos a observação participante na redação da TV Cabo Branco, verificando no cotidiano como se dá o processo que transforma um acontecimento em notícia local e como esse material é alçado à condição de pauta para a rede através da avaliação das editoras de rede e da sugestão de outros profissionais envolvidos no dia-a-dia da notícia. Ver as coisas de dentro, vivenciando o cotidiano junto com os atores do processo e o exercício da alteridade por parte do pesquisador são características da pesquisa participante que, ao nosso ver, esclarecem questões sobre as muitas variáveis do fazer jornalístico dentro da redação. Claro que mimetizar-se ao ambiente nem é possível nem necessário, como afirma Peruzzo:

(...) a visão, ao que parece até consensual, de que não há necessidade de o pesquisador “se confundir” com os pesquisados, ou camuflar sua real origem e situação no mundo, para poder captar as manifestações intrínsecas ao fenômeno e sentido das ações do outro. Aliás, não há dúvida de que, mesmo querendo fazer-se passar por outro, o pesquisador, sendo estranho ao ambiente pesquisado, nunca será idêntico aos observados, até porque sua própria história e o seu modo de ver o mundo serão diferentes. (PERUZZO, 2010, p.126)

No caso deste pesquisador, em especial, esse mimetismo acaba inevitavelmente acontecendo em alguns momentos, uma vez que o espaço onde desenvolvemos a observação é o mesmo de nossa atividade laborativa regular.

7 ANÁLISE

7.1 A PARTICIPAÇÃO DAS AFILIADAS NOS TRÊS PRINCIPAIS TELEJORNAIS DE REDE GLOBO

Antes de proceder a análise do material produzido pelas TVs Cabo Branco e Paraíba aproveitado no conteúdo dos telejornais da Rede Globo, é pertinente tentar dimensionar qual a participação das afiliadas em geral nesse conteúdo. Como já foi tratado neste trabalho, a estrutura da Rede Globo é composta por 5 emissoras próprias: Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Minas e Nordeste, sediada em Recife. Já as afiliadas são 119 espalhadas por todas as regiões do território nacional, não só em capitais, mas também em diversas cidades no interior dos estados.

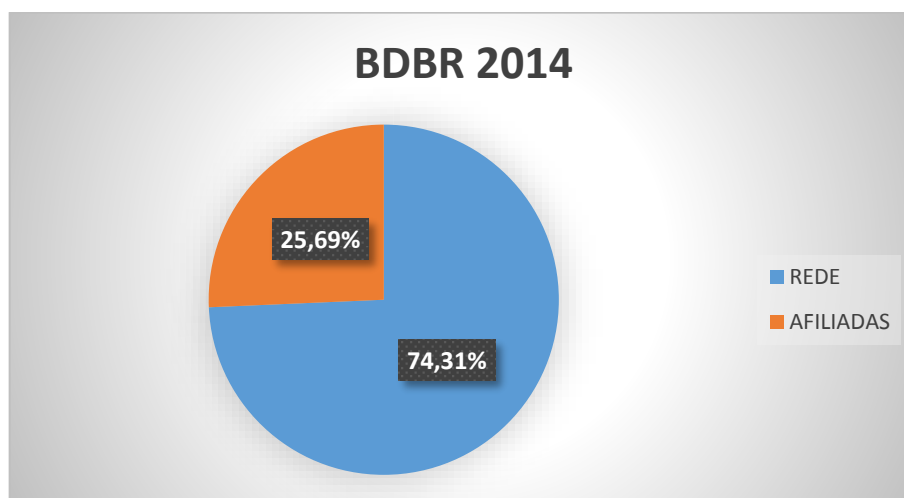
A partir desse universo de emissoras há, diariamente, dezenas de sugestões de reportagens que poderiam, segundo a concepção dos editores de rede locais, ser aproveitadas pela cabeça de rede. Evidentemente a oferta é muito maior do que a própria capacidade de aproveitamento e o tempo disponível para veiculação. Torna-se imprescindível, portanto, uma triagem que seleciona o que, na avaliação dos produtores de rede, é mais relevante e pertinente para entrar no ar.

O recorte utilizado aqui compreende os três principais telejornais diários da Rede Globo: Bom dia Brasil, Jornal Hoje e Jornal Nacional. Foram coletadas 12 edições de cada um entre os anos de 2014, 2015 e 2016. Cada ano contribuiu com quatro edições que foram coletadas em meses diferentes e diferentes dias da semana para que a amostra possa estar o mais próxima possível da realidade cotidiana. Feita esta coleta, foi quantificada a participação das afiliadas em cada telejornal, em recortes anuais e na média dos três anos.

7.1.1 Bom dia Brasil

As quatro edições de 2014 foram veiculadas na segunda-feira, 13 de janeiro; terça-feira 27 de maio; quarta-feira 20 de agosto e quinta-feira 20 de novembro. Nessas quatro datas o telejornal pôs no ar 109 conteúdos, sejam notas cobertas, entradas de repórteres ao vivo, stand-ups ou reportagens completas. Desse total, 81 conteúdos foram produzidos por emissoras próprias e 28 foram provenientes de afiliadas. No gráfico abaixo é possível verificar qual a participação das emissoras em termos percentuais.

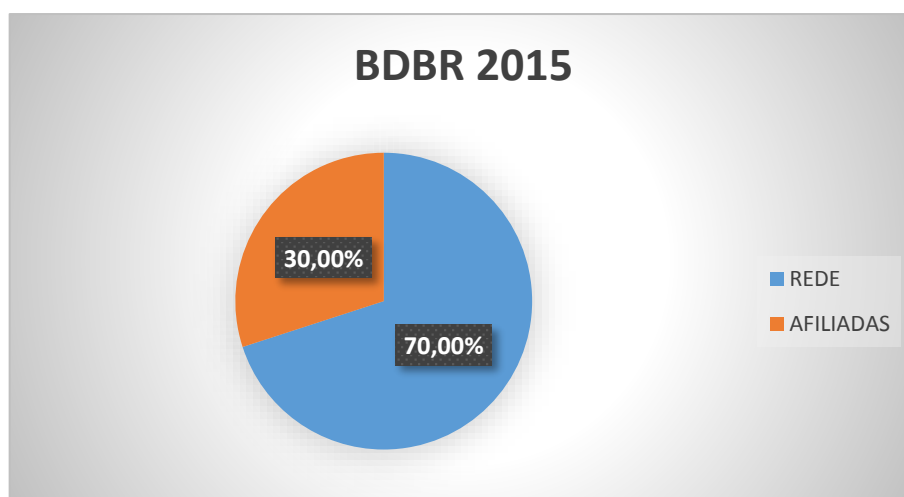
Gráfico 3 – Porcentagem da participação das afiliadas no Bom dia brasil em 2014



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

No ano de 2015 as edições analisadas foram as da sexta-feira 23 de janeiro; segunda-feira 16 de março; terça-feira 09 de junho e quarta-feira 16 de setembro. Nesse recorte, o número de conteúdos veiculados foi de 110, divididos entre 77 oriundos das emissoras próprias e 33 itens selecionados a partir do material das afiliadas. Quando realizado o cálculo percentual, verifica-se um crescimento da participação das emissoras locais.

Gráfico 4 – Porcentagem da participação das afiliadas no Bom dia Brasil em 2015

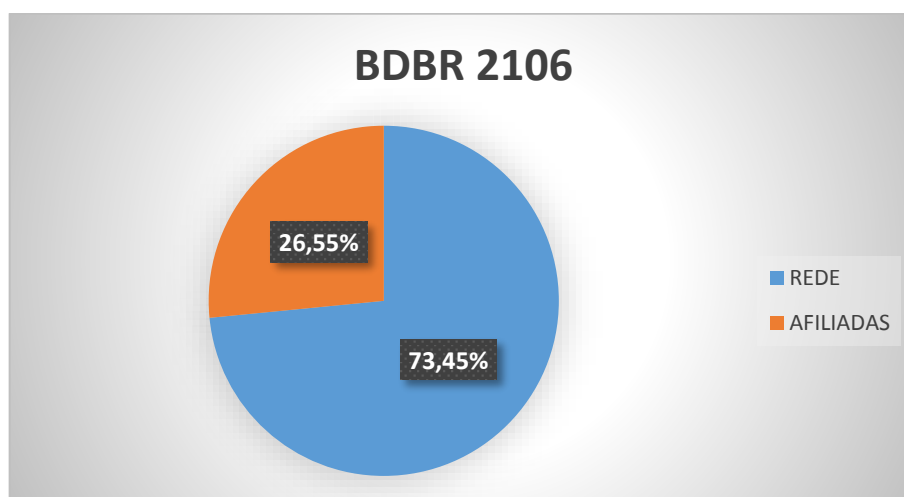


Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

As quatro edições de 2016 foram veiculadas na quinta-feira 31 de março; sexta-feira 29 de abril; terça-feira 23 de agosto e segunda-feira 17 de outubro. Nos telejornais em questão, foram ao ar 113 conteúdos de formatos diversos. Desses, 83 foram executados pelas emissoras

próprias. As afiliadas contribuíram com 30 itens. O gráfico abaixo mostra o percentual de participação.

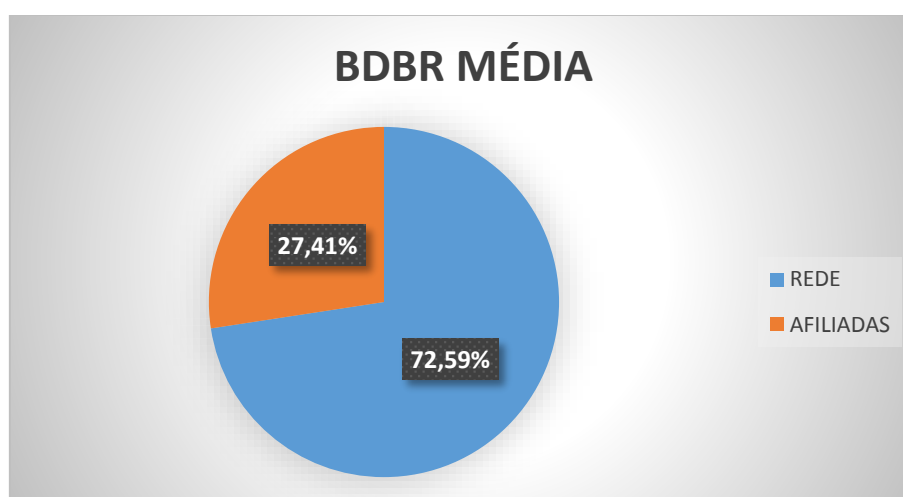
Gráfico 5 – Porcentagem da participação das afiliadas no Bom dia Brasil em 2016



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Quando analisado, o conjunto dos três anos totaliza 332 conteúdos veiculados no Bom dia Brasil, distribuídos entre 241 oriundos de emissoras próprias e 90 originários de emissoras afiliadas. Esses números fornecem uma média de aproveitamento percentual do material jornalístico produzido pelas equipes de reportagem vinculadas a empresas que não pertencem ao Grupo Globo.

Gráfico 6 – Média de participação das afiliadas no Bom dia Brasil



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

No que concerne ao Bom dia Brasil e ao período de tempo nesse recorte há uma particularidade. Durante onze meses de 2014 o telejornal teve uma hora e dez minutos de

duração, havendo uma alteração a partir de dezembro daquele ano. Desta data em diante as edições passaram a ter uma hora e meia.

A despeito dessa ampliação, não houve aumento significativo no número de conteúdos veiculados pelo telejornal. Verificamos que em 2014 o total foi de 109 itens contra 110 de 2015, ano em que o telejornal teve todas as edições com uma hora e meia de duração. Em 2016 o material veiculado alcançou 113 veiculações.

Entre 2014 e 2015 se observa o crescimento na participação percentual das afiliadas no conteúdo exibido pelo Bom dia Brasil. Observando apenas esse recorte é possível que se conclua que, com tempo do telejornal expandido, os editores optaram por aproveitar mais material jornalístico das emissoras presentes em praticamente todos os quadrantes do país. Esse aproveitamento poderia proporcionar o conteúdo necessário para um espelho que, a partir daquele momento, passava a ter muito mais lacunas a preencher. Como se sabe, a disponibilidade de espaço/tempo é um critério importante para selecionar notícias, como afirma Gieber, citado por Shoemaker (2011).

Assim, a tarefa diária de preencher buracos no noticiário, gera suas próprias rotinas. O estudo realizado por Gieber (1956) sobre editores telegráficos descobriu que estes eram comunicadores passivos, orientados para a execução de tarefas, que não avaliavam a notícia que chegava, apenas checavam se ela se adequava à metas da produção, às metas burocráticas e às relações com os outros na redação: “o fator mais poderoso não era a natureza avaliativa da notícia, mas as pressões para colocar a notícia no jornal” (SHOEMAKER, 2011, p.84).

Porém, esse não seria o caso de supor que tenha havido um afrouxamento dos critérios de noticiabilidade por parte dos editores do jornal, tampouco uma visão menos rígida sobre as qualidades necessárias para que uma reportagem fosse aceita como adequada para a veiculação em rede. A hipótese que pode ser mais lógica é a de que muito material de boa qualidade era descartado quando havia menor disponibilidade de tempo para veiculação. Assim como o número de acontecimentos é muito maior do que a possibilidade de que se tornem notícia, a produção jornalística diária de 119 afiliadas parece ter potencial mais do que suficiente para oferecer uma quantidade considerável de reportagens, bem acima da capacidade de veiculação. Se, por exemplo, uma em cada quatro emissoras pudesse ter uma única reportagem incluída por dia, o montante gerado para a rede seria suficiente para preencher uma edição inteira do Bom dia Brasil sem precisar contar com a produção da Globo.

Em tese, se pode dizer que esta fórmula atenderia melhor a audiência já que, ao acompanhar as edições diárias, o telespectador fora dos estados do sudeste se sentiria contemplado ao acompanhar fatos geograficamente mais próximos de si e de sua realidade cotidiana. Essa aproximação seria salutar e potencialmente vantajosa para o telejornal. A

participação maior das afiliadas pode ser interpretada como mais democrática, se tomarmos como referência a percepção de Camponez (2012, p.1), para quem a proximidade tem valor estratégico:

A proximidade é entendida com frequência, no jornalismo, numa dimensão essencialmente estratégica, quer seja como valor-notícia orientador dos critérios noticiosos do jornalista, quer ainda como um produto comercial. Como elemento caracterizante do que é notícia, a proximidade é vista como um dos valores centrais do jornalismo, determinante do interesse do público pelas notícias. (CAMPONEZ, 2012, p.1)

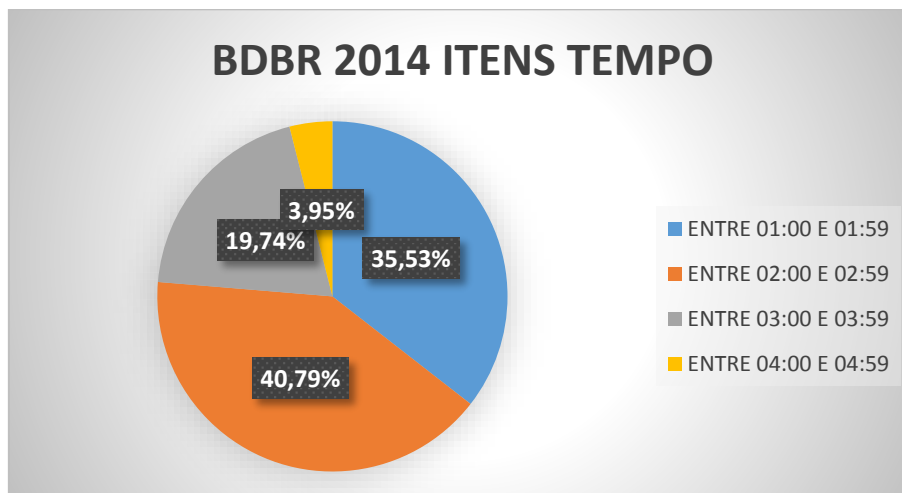
Se as afirmações são verdadeiras quando se põe em análise o biênio 2014/2015, não se pode fazer as mesmas inferências quando é o ano de 2016 que é submetido a um olhar mais aproximado. Como já explicitado pelos números, houve um leve incremento do total de itens veiculados pelo telejornal em relação aos dois anos anteriores. Já os conteúdos gerados pelas afiliadas regrediram, em números absolutos, pelo menos quando comparados a 2015. A participação percentual das afiliadas também apresentou uma curva descendente em relação ao ano anterior. Essa participação, porém, continuou acima dos patamares de 2014, embora a diferença entre os dois anos tenha sido de apenas um ponto percentual. Porém, outra análise traz respostas capazes de explicar essa queda, a partir da observação de outra tendência.

Analisando o triênio 2014/2015/2016 é possível perceber que quando duração do jornal sofreu ampliação de 20 minutos, se verificou uma mudança na duração das reportagens veiculadas. Na amostra foram desprezados todos os itens abaixo de um minuto - segundo a observação realizada, notas (cobertas ou não), que pela duração têm influência pequena sobre o tempo total do telejornal. Portanto, os conteúdos levados em consideração compreendem reportagens, entradas ao vivo, colunas e stand-ups de repórteres.

Para consolidar percepção desta mudança basta observar os gráficos que mostram o percentual das reportagens veiculadas de acordo com o tempo de duração. A primeira categoria vai de 1 minuto até 01:59 e assim sucessivamente de acordo com os tempos verificados no conjunto anual das edições.

Em dois mil e catorze o material compilado pode ser dividido em quatro categorias, o que resulta na conclusão de que todos os itens veiculados estão abaixo de cinco minutos. Também se verifica que o número de reportagens, links, stand-ups e colunas veiculados é inversamente proporcional ao tempo, ou seja, quanto maior a duração, menor a incidência.

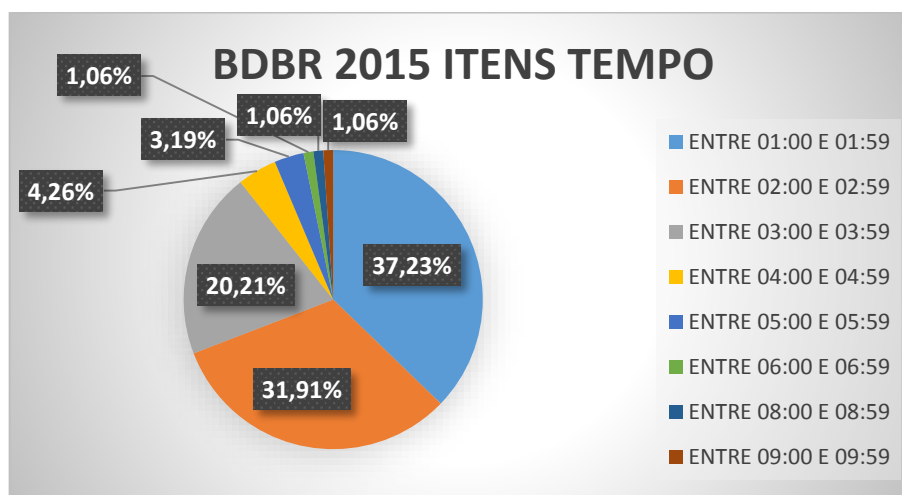
Gráfico 7 – Percentual de itens veiculados em 2014 de acordo com o tempo de duração



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Com as modificações postas em prática no Bom dia Brasil e o consequente aumento de vinte minutos no tempo total do telejornal o que se verifica em um primeiro momento é o surgimento de novas categorias, totalizando oito. Desta forma, é possível encontrar itens com mais de nove minutos de duração.

Gráfico 8 – Percentual de itens veiculados em 2015 de acordo com o tempo de duração



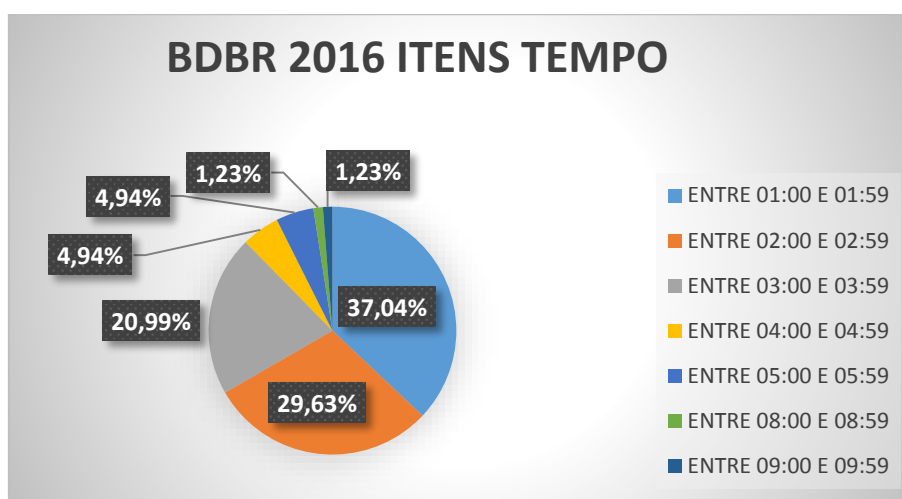
Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

A observação dos gráficos mostra que a inclusão de itens que ultrapassam os 5 minutos, assim como os maiores que 6, 8 e 9 minutos, se deu em substituição aos itens outrora mais comuns, entre 02:00 e 02:59. No primeiro ano analisado itens com esse tempo representavam mais de quarenta por cento do total veiculado, ao passo que, em 2015, caíram para pouco mais de trinta por cento. Além dos itens entre cinco e nove minutos, categorias inexistentes em 2014,

os conteúdos com duração entre 04:00 e 04:59, também tomaram espaço dentro do telejornal, aumentando sua participação.

No que se refere ao biênio 2014/2015 e o aumento no tempo de produção do telejornal, pode-se concluir que a opção foi uma estratégia dupla: aumentar a participação das afiliadas e expandir o tempo dos itens veiculados, notadamente as reportagens. Mas quando as atenções são canalizadas para o ano de 2016, a percepção muda. Aparentemente, uma dessas estratégias perdeu importância, enquanto a outra se manteve. Como já revelado pelo levantamento relativo à participação das afiliadas em 2016 no conteúdo do Bom dia Brasil, houve diminuição nos índices para valores anteriores a 2015. Já como se pode verificar no gráfico a seguir, os itens com maior duração continuaram fazendo parte do espelho do telejornal, se consolidando enquanto estratégia.

Gráfico 9 – Percentual de itens veiculados em 2016 de acordo com o tempo de duração



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Como se pode constatar, a participação dos itens entre 02:00 e 02:59, outrora majoritários, seguiu uma tendência de queda, enquanto aqueles que oscilaram entre 04:00 e 04:59 e entre 05:00 e 05:59 ascenderam nos números percentuais. As duas categorias, que compreendem conteúdos entre 08:00 e 09:59, continuaram presentes.

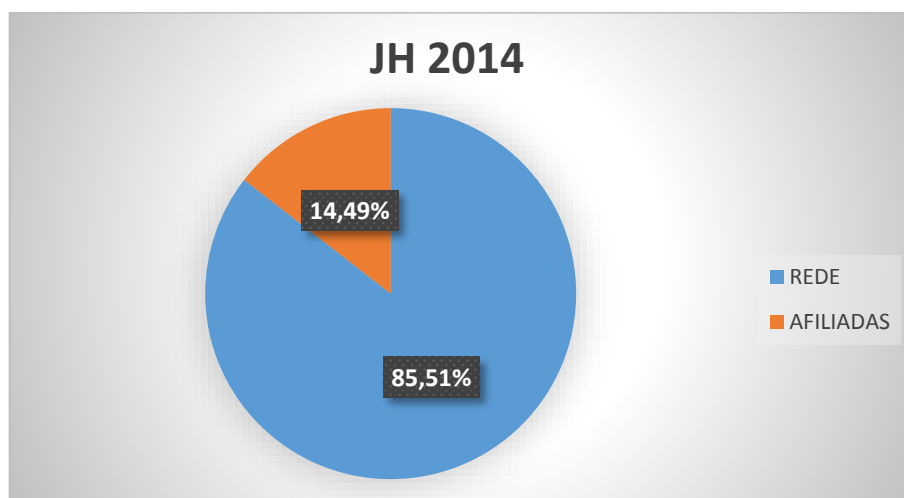
Mas há ainda mais um aspecto que pode explicar a diminuição do número de itens gerados por afiliadas e aproveitados pelo telejornal. Como podemos verificar, conteúdos mais extensos passaram a fazer parte do espelho do Bom dia Brasil com frequência regular. Ao analisar estes itens, o que se percebe é que rotineiramente alguns deles são reportagens longas que consolidam a cobertura de fatos semelhantes que aconteceram em vários pontos do território nacional. Citamos um exemplo: as coberturas das manifestações a favor e contra o

processo de impeachment de Dilma Rousseff. Nesses casos, o material gravado por várias afiliadas em diversos pontos do país, foi compilado em um único VT longo, assinado por um repórter da Rede Globo, que centralizou as informações. No caso das edições avaliadas, foram encontradas reportagens que tratavam de temas comuns em vários lugares e que foram reunidos desta forma, como a dificuldade para emissão de carteiras de trabalho, cobranças indevidas de empréstimos consignados e postos de saúde que não conseguiam implantar o prontuário eletrônico. Dessa forma, não houve, segundo os critérios utilizados aqui, como contabilizar esse material como das afiliadas pelo fato de que não tem a assinatura delas, mas é correto afirmar que o declínio da participação é menor que o verificado na análise estatística.

No que tange a interpretação dessa opção pelas grandes reportagens condensando o que foi captado pelas afiliadas, o que se percebe é, pelo menos quando se trata do caso dos protestos, a busca da garantia de que os fatos em questão, alvo de controvérsias em várias esferas da sociedade, fossem contados segundo o padrão definido pela rede para a cobertura dessas manifestações: textos descritivos, não adjetivados, mas que explicassem o motivo de cada manifestação e que dimensionassem o número de pessoas divulgando tanto a estimativa dos organizadores quanto da polícia militar. Dito de outra forma: do ponto de vista editorial seria muito mais fácil compilar as imagens e informações e contar a história através de um repórter mais próximo do núcleo editorial, do que tentar homogeneizar um grupo considerável de reportagens enviadas pelas afiliadas. Há ainda outros fatores a se considerar: Se tivessem que ser veiculadas em separado as reportagens avulsas provavelmente seriam bastante semelhantes, o que poderia gerar monotonia, além disso, elas ocupariam muito mais espaço no espelho do telejornal do que o material condensado pelo repórter da rede. No caso das reportagens que abordam dificuldades cotidianas na saúde, nos bancos, na burocracia dos órgãos públicos federais, essa unificação colabora com a dinâmica do material que vai ao ar evitando que o conteúdo se torne repetitivo.

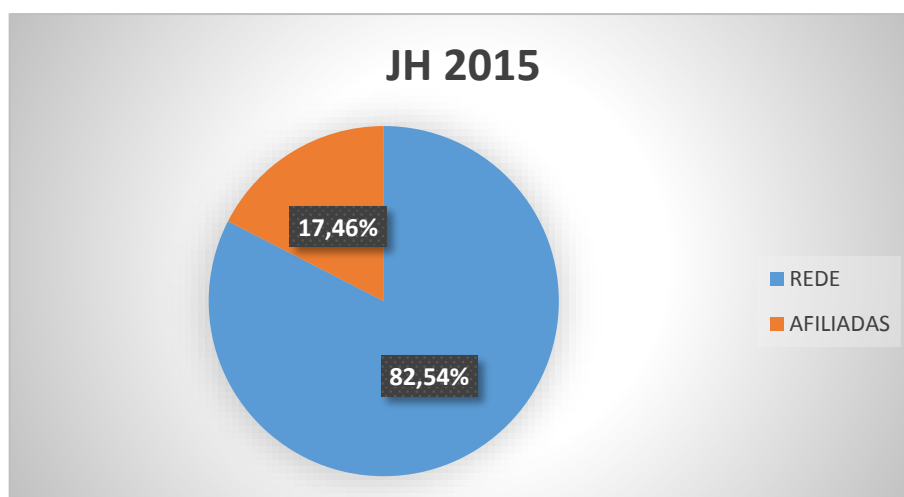
7.1.2 Jornal Hoje

Em 2014 as quatro edições analisadas foram ao ar na segunda-feira, 20 de janeiro; terça-feira 15 de abril; quarta-feira 06 de agosto e quinta-feira 11 de dezembro. Nessas quatro datas o telejornal pôs no ar 69 conteúdos, sejam notas cobertas, entradas de repórteres ao vivo, stand-ups ou reportagens completas. As afiliadas contribuíram com 10 itens, os 59 restantes foram produzidos por emissoras próprias. O gráfico a seguir dimensiona a participação das afiliadas percentualmente.

Gráfico 10 – Porcentagem da participação das afiliadas no Jornal Hoje em 2014

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

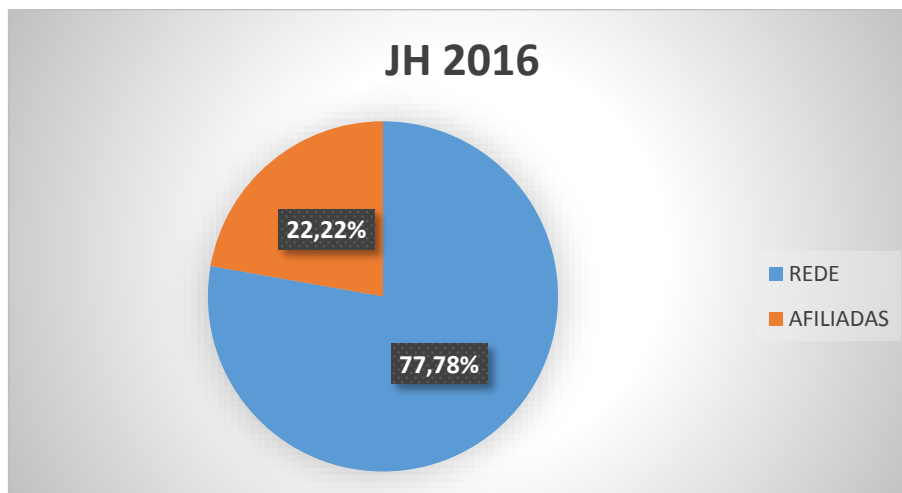
Em 2015 foram compiladas as edições da sexta-feira, 30 de janeiro; segunda-feira 23 de março; segunda-feira 06 de julho e terça-feira 03 de novembro. Nessas quatro datas o Jornal Hoje veiculou 63 conteúdos, dos quais, 11 foram originados a partir das afiliadas e 52 das emissoras próprias. No gráfico que evidencia a participação é possível verificar um avanço das emissoras espalhadas pelos estados em três pontos percentuais.

Gráfico 11 – Porcentagem da participação das afiliadas no Jornal Hoje em 2015

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Em 2016, as quatro edições do Jornal Hoje foram ao ar na quarta-feira 03 de fevereiro; quinta-feira 26 de junho; sexta-feira 09 de setembro e segunda-feira 05 de dezembro. Foram veiculados 63 conteúdos, 49 elaborados por emissoras próprias da Rede Globo e 14 gerados por afiliadas. Segue o gráfico com o percentual de participação:

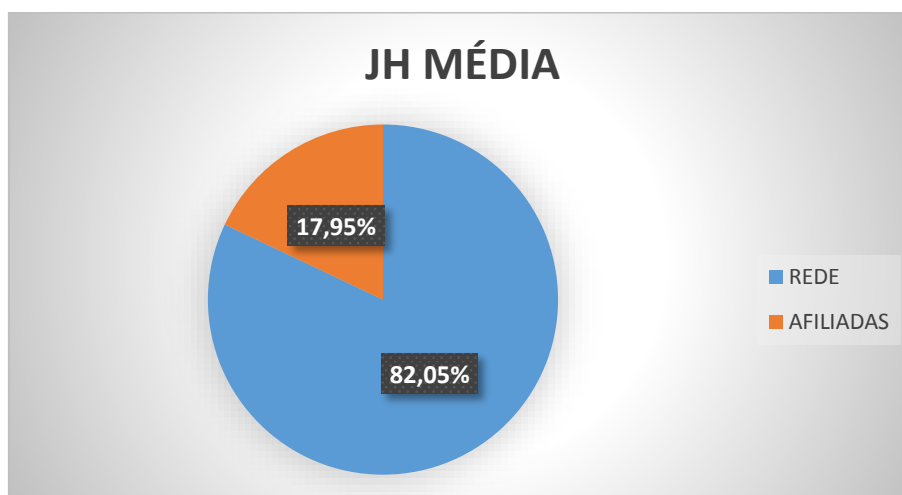
Gráfico 12 – Porcentagem da participação das afiliadas no Jornal Hoje em 2016



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Analisado o conjunto dos três anos, foram 195 conteúdos veiculados no Jornal Hoje. Desse total, 160 elaborados por emissoras próprias e 35 originários de emissoras afiliadas. Esses números fornecem uma média de aproveitamento percentual do material jornalístico produzido pelas equipes de reportagem vinculadas a empresas que não pertencem ao Grupo Globo.

Gráfico 13 – Média de participação das afiliadas no Jornal Hoje



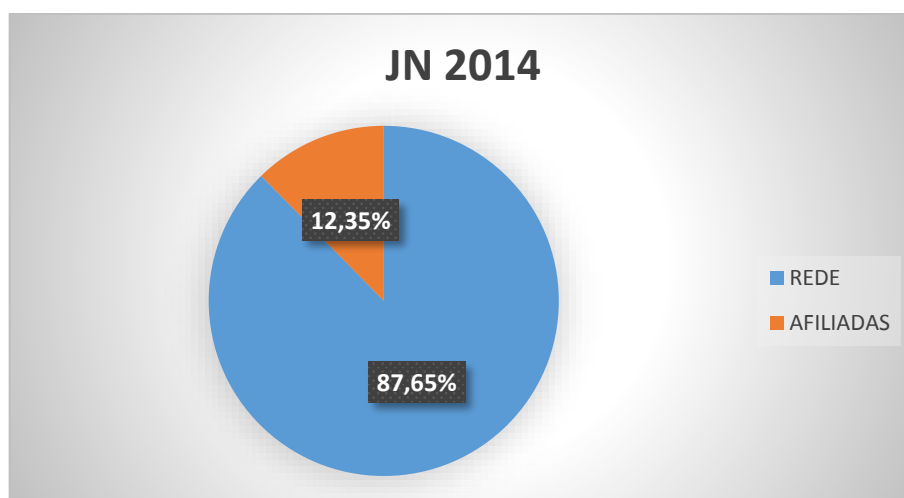
Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

A partir da comparação entre os gráficos que mensuram a participação das afiliadas no conteúdo do Jornal Hoje uma tendência ganha indubitável destaque: o crescimento gradual e contínuo dessa participação. De 2014 para 2015 o crescimento foi de 3 pontos percentuais e de 2015 para 2016, mais cinco pontos.

7.1.3 Jornal Nacional

No principal telejornal da Rede Globo as quatro edições analisadas em 2014 foram ao ar na terça-feira 11 de março; quarta-feira 14 de maio; quinta-feira 07 de agosto e sexta-feira 10 de outubro. Nessas quatro datas foram veiculados 81 itens. Desses, 71 foram produzidos por emissoras próprias e 10 por afiliadas. O gráfico a seguir dimensiona a participação de cada segmento em termos percentuais.

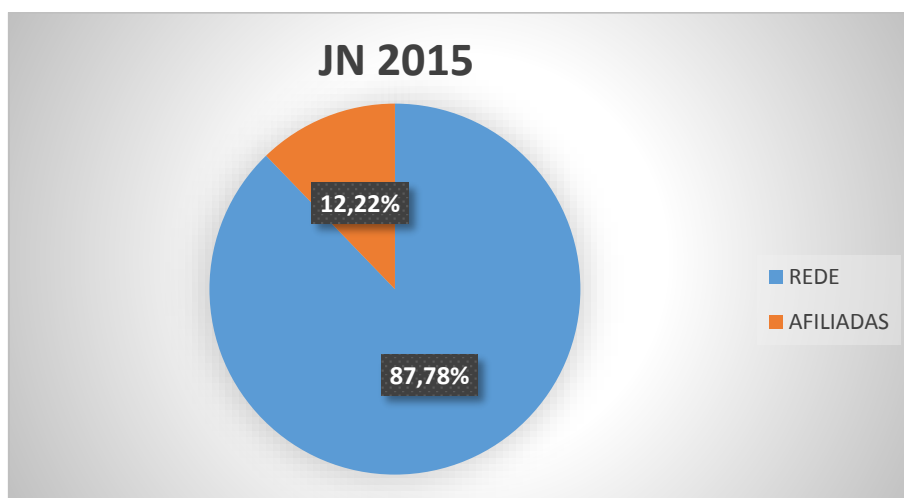
Gráfico 14 – Porcentagem da participação das afiliadas no Jornal Nacional em 2014



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

As reportagens, entradas ao vivo, stand-ups e notas cobertas levadas ao ar em 2015 pelo Jornal Nacional totalizam 90 itens. As emissoras próprias contribuíram com 79 conteúdos, enquanto as afiliadas geraram 11. As edições analisadas foram as da segunda-feira 05 de janeiro; terça-feira 02 de junho; quarta-feira 22 de julho e quinta-feira 15 de outubro. Segue o gráfico que mostra a participação:

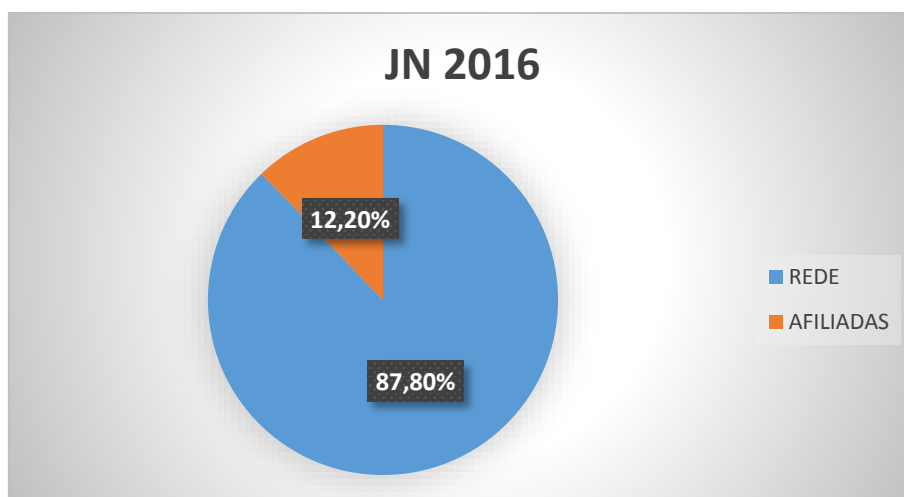
Gráfico 15 – Porcentagem da participação das afiliadas no Jornal Nacional em 2015



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

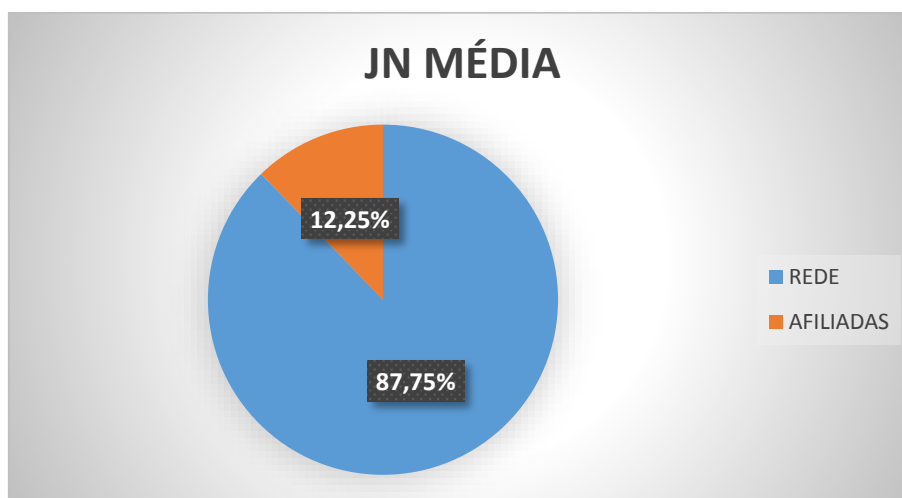
Quando analisamos o ano de 2016 nas edições que foram veiculadas na segunda-feira 01 de fevereiro; terça-feira 26 de abril; quarta-feira 21 de setembro e quinta-feira 24 de novembro, verificamos que 82 itens foram ao ar, 72 de emissoras próprias e 10 de afiliadas. A participação percentual segue o padrão dos anos anteriores.

Gráfico 16 – Porcentagem da participação das afiliadas no Jornal Nacional em 2016



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Analisados os três anos, o Jornal Nacional veiculou 253 conteúdos. Desse total, 222 foram elaborados por emissoras próprias e 31 foram produzidos por emissoras afiliadas. Esses números fornecem uma média de aproveitamento percentual do material jornalístico produzido pelas equipes de reportagem vinculadas a empresas que não pertencem à Globo.

Gráfico 17 – Média de participação das afiliadas no Jornal Nacional

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Como pode ser confirmado estatisticamente, o Jornal Nacional não apresentou, ao contrário dos outros telejornais, crescimento na participação das afiliadas. Um fator que pode explicar essa imobilidade é o fato de que o JN ainda exige que um repórter de rede pré-aprovado assine a reportagem. Diante de situações em que a notícia em questão não esteja próxima da sede da emissora, haja qualquer obstáculo logístico envolvendo distância, tempo ou necessidades técnicas, a afiliada pode perder a corrida para outras emissoras, inclusive da própria Globo, que estejam com material mais garantido para ofertar.

No geral, o que se percebe na análise dos telejornais de rede é que as afiliadas avançam na participação de forma consistente em dois dos três principais telejornais da Rede Globo. Na avaliação de Ramos (2017), essa é uma tendência que vem se fortalecendo a partir do momento em que o próprio conteúdo jornalístico da Globo foi ampliado.

[...] a Rede Globo entende que o jornalismo é relevante. E entende cada vez mais a partir do fato de que ela vem ampliando essa programação nos últimos anos. Isso se reflete tanto na criação de novos programas, como o hora 1, ou no aumento (no tempo) dos programas como o Bom dia Brasil e o JN, que antes tinha trinta minutos e hoje fecha todo dia com 50 e até a inserção de boletins como o G1 em 1 minuto, tanto na programação jornalística como nos programas de entretenimento como o Encontro. São exemplos de como o nosso ofício é reconhecido como de muita relevância dentro do negócio TV Globo. (APÊNDICE C)

Ela considera ainda que esse aumento na programação jornalística na rede Globo, fruto de pesquisas que apontaram a demanda dos telespectadores por informação, proporcionaram espaços locais maiores, como o aumento de meia hora no Bom dia das afiliadas e aumentaram o fluxo de informações com a cabeça de rede, o que resulta, na prática, em um aproveitamento maior do que é produzido nos estados.

[...] hoje a rede está muito mais aberta, por N motivos, não tá fácil pra ninguém, então, guardadas as devidas proporções, do mesmo jeito que a gente tem dificuldade, do mesmo jeito que foi aumentada meia hora no nosso Bom dia, também aumentou meia hora no Bom dia Brasil. O hora um foi criado com a mesma equipe do Globo Rural diário, que nunca teve nenhuma equipe (externa), ele sempre viveu das afiliadas. O Hora 1 continua vivendo de afiliadas. Então essa relação hoje é mais estreita porque há uma demanda muito maior também de lá pra cá e a própria programação com essas mudanças...vou citar um exemplo: Fátima (Bernardes), antes passava desenho, desenho não tem contribuição. Fátima é entretenimento, mas com duas horas de programa, ele tem umas pegadas de jornalismo, então a própria grade colabora para que esse fluxo seja maior. Isso tudo leva a uma coisa óbvia: “precisamos mais de todo mundo”. Então hoje a rede é muito mais aberta e muito mais consciente dessa relação (APÊNDICE C)

Essa tendência de maior aproveitamento do conteúdo produzido pelas afiliadas, já demonstrada neste capítulo, se reflete certamente nas TVs Cabo Branco e Paraíba, como se pode constatar a seguir na análise dos relatórios de rede dos anos de 2014, 2015 e 2016.

8 AS TVs CABO BRANCO E PARAÍBA NA REDE NACIONAL

8.1 2014

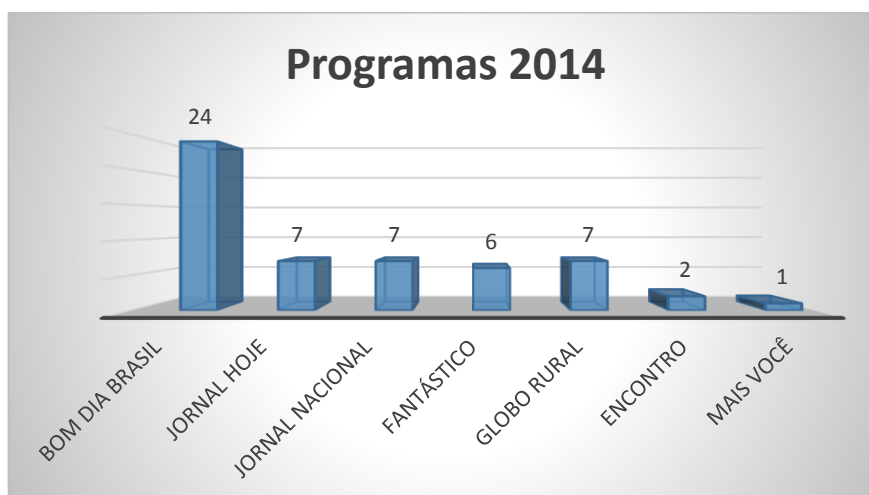
Nosso primeiro objeto de análise são os itens gerados pelas afiliadas paraibanas, TVs Cabo Branco e Paraíba, para a rede Globo durante todo o ano de 2014. As informações foram adquiridas por meio do relatório elaborado pela editora de rede Jô Vital.

No documento ela lista todos os itens que foram gerados especificando as datas, as retrancas – duas palavras combinadas para uniformizar a identificação de qualquer material jornalístico desde a pauta até a exibição e posterior arquivamento – e também o repórter e o programa para o qual aquele item foi enviado. Em 2014 foram 54 itens gerados para telejornais e programas de entretenimento da Rede Globo.

8.1.1 Programas

Optamos por fazer primeiramente uma classificação pelo destino dado a cada item gerado pelas TVs locais para a Rede Globo. Verificamos que o Bom dia Brasil tem uma larga margem de vantagem nesse trânsito de material jornalístico, sendo sozinho responsável por quase metade dos itens veiculados. Os telejornais que seguem são o Jornal Hoje, Jornal Nacional e o Globo Rural, depois Fantástico, Encontro e Mais Você, como mostra o gráfico abaixo.

Gráfico 18 – Programas que veicularam material jornalístico das afiliadas paraibanas em 2015



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Apesar de o Bom Dia Brasil ser o jornalístico que mais utilizou material enviado pela TV Cabo Branco em números absolutos, nossa observação não pode deixar de considerar o critério da proporcionalidade. Os telejornais e programas listados pela nossa pesquisa tem números diferentes de edições anuais, evidentemente. O Jornal Hoje e o Jornal nacional, por exemplo, são veiculados de segunda a sábado, totalizando assim, dentro de condições normais, trezentas e treze edições em dois mil e catorze. O Bom dia brasil, o Encontro e o Mais Você são exibidos de segunda a sexta, o que totaliza duzentas e sessenta e uma edições. Fantástico e Globo Rural, por sua vez, vão ao ar nos domingos, portanto, tiveram cinquenta e duas edições em dois mil e catorze. Desta forma, observando a proporcionalidade entre o número de edições e a quantidade de itens veiculados, o Bom dia Brasil, com seus vinte e quatro itens no período, perde a liderança. Para chegar a esse resultado dividimos o número de edições pelo número de itens exibidos, o que resulta em uma média de veiculação, ou seja, qual o intervalo médio para a veiculação de um item enviado pelas TVs Cabo Branco e Paraíba.

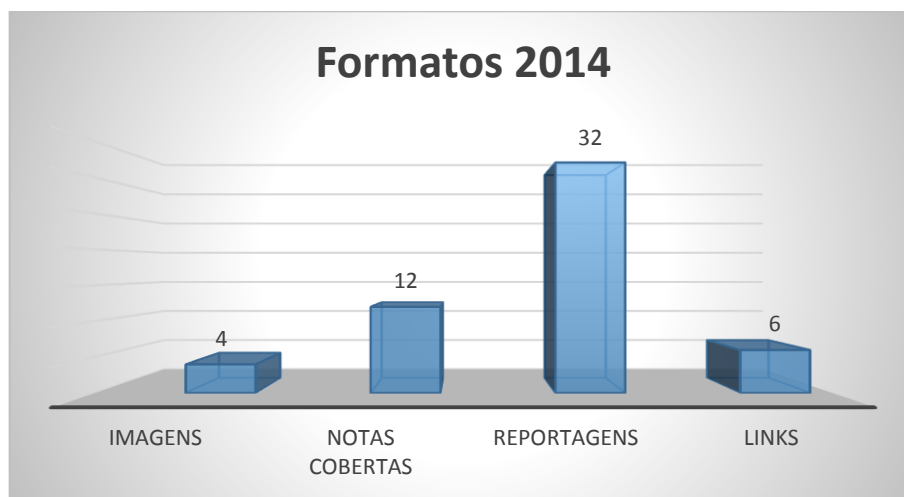
Utilizando o cálculo constatamos que o Fantástico, com um item a cada 8,66 edições, foi o que aproveitou mais material da TV Cabo Branco. O líder isolado em números absolutos, Bom dia Brasil, ocupou a segunda colocação neste ranking proporcional, com uma exibição a cada 10,87 programas. Em seguida veio o Globo Rural. Empatados na última colocação ficaram Jornal Nacional e Jornal hoje, que exibiram um item enviado pela TV Cabo Branco a cada 44,71 edições.

8.1.2 Formatos

Optamos por fazer primeiramente uma classificação pelo tipo de item gerado de acordo com o formato: Imagens, notas cobertas, links, stand-ups e reportagens. Verificamos que entre as gerações, a maioria é de reportagens, ou seja, o material jornalístico pré-gravado, com texto lido pelo repórter entremeado por entrevistas e passagem. Essa, na nossa avaliação, é a forma mais bem acabada e completa de transmissão da notícia para o público dos telejornais diários. Ao todo foram trinta e duas reportagens. As notas cobertas, ou seja, material gravado pelas equipes da afiliada com apuração da produção local, mas com edição e imagens e texto feito pelos profissionais da rede pra ser exibido com leitura do âncora do telejornal, foram os segundos colocados em frequência de gerações. Já os links, entradas ao vivo de repórteres da Paraíba em programas jornalísticos ou de entretenimento da Globo vem em seguida no ranking de gerações do relatório de dois mil e catorze. Por último estão as imagens, captadas por

profissionais da TV cabo Branco e geradas sem edição para compor alguma reportagem de rede. Os dados coletados foram sistematizados no gráfico a seguir.

Gráfico 19 – Formatos gerados para a Rede Globo pelas afiliadas paraibanas em 2014



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Verificamos na nossa observação que o no item imagens foi utilizado três vezes pelo Bom dia Brasil e uma vez pelo Jornal Nacional. Na categoria nota coberta o Bom dia também foi o que mais exibiu, em seis oportunidades, seguido pelo Jornal Hoje, com três, e Fantástico, Globo Rural e Jornal Nacional, com uma nota coberta cada um. Nas entradas ao vivo há um empate entre o Bom dia Brasil e o Encontro com Fátima Bernardes, cada um teve dois links com repórteres da afiliada paraibana. O jornal Nacional e o Jornal hoje completam o conjunto com uma entrada cada um. O Bom dia Brasil também é o programa que mais exibiu reportagens das TVs Cabo Branco e Paraíba, doze das trinta e duas veiculadas pela Globo em dois mil e catorze. O Globo Rural aparece na sequência. O jornalístico contou com as reportagens da Paraíba em seis oportunidades. O Fantástico, exibiu cinco vezes material produzido por profissionais da Paraíba. O Jornal nacional, principal produto jornalístico da Rede Globo, também lançou mão de cinco reportagens, seguido pelo Jornal Hoje, com três e o programa Mais Você, comandado por Ana Maria Braga, com uma reportagem.

8.1.3 Mês

A quantidade de itens gerados para a rede por vez variou bastante em dois mil e catorze. Há, por exemplo, outubro, com nenhuma geração e setembro com catorze. No geral, a média é de 4,5 itens enviados por mês. Ao verificarmos a tabela e o gráfico abaixo, podemos perceber a oscilação.

Gráfico 20 – Quantidade de itens gerados mensalmente pelas TVs Cabo Branco e Paraíba em 2014

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Os números podem desfazer algumas impressões aparentes. Por exemplo, setembro teve o maior montante de gerações. Como 2014 foi um ano eleitoral, poderíamos crer que o mês anterior ao pleito teve esse destaque por conta de itens que versavam sobre política, mas não é o que se verifica na prática. Em apenas três ocasiões as gerações pertenciam a editoria política. Nenhuma reportagem, apenas duas imagens e uma nota coberta. A editoria mais presente no mês é justiça. A reportagem FILHA DENUNCIA PAI e a cobertura do julgamento do estupro coletivo de Queimadas foram as responsáveis por cinco gerações, o que elevou os números da editoria e, por consequência, do mês.

Há uma situação semelhante em junho. É evidente que no Nordeste a visibilidade das festas juninas é muito grande. Na Paraíba mais ainda por causa do São João de Campina Grande, conhecido como o maior do mundo. Mas isso não refletiu no relatório. Uma única reportagem sobre festejos juninos foi gerada. Das seis gerações, metade pertence a editoria cidades e foi feita em Campina Grande, mas o tema é a agressão sofrida por pacientes em um hospital da cidade. Janeiro, com apenas um item falando sobre turismo, pode ser considerado fora do padrão de sazonalidade. Já o mês de julho, recebeu um impulso considerável da editoria tecnologia por causa da realização da Robocup em João Pessoa, responsável por três das cinco gerações registradas.

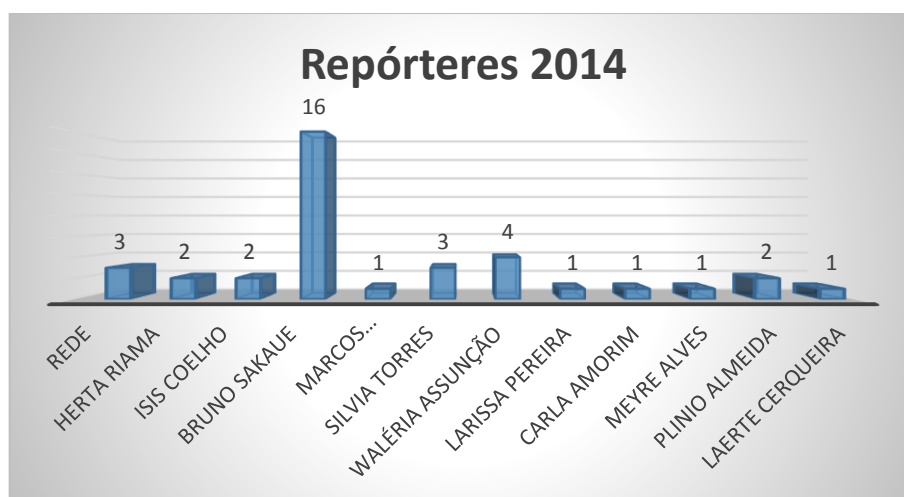
8.1.4 Repórteres

Em dois mil e catorze, onze repórteres das TVs Cabo Branco e Paraíba elaboraram reportagens ou fizeram entradas ao vivo para telejornais da Rede Globo. As colaborações mais frequentes foram de Bruno Sakaue, repórter de rede. Essa denominação sempre foi bastante utilizada nas afiliadas paraibanas, assim como nas outras espalhadas pelo país. Sempre existiu

um repórter pré-aprovado por editores da Globo para ser a cara da Paraíba nos telejornais nacionais. Esse repórter sempre foi preparado participando de estágios, treinamentos e mesmo tirando férias de profissionais do Rio ou de São Paulo. No últimos anos, a exclusividade do repórter de rede caiu em desuso na maioria dos casos, como explica Vital (APÊNDICE A): “Hoje essa questão do repórter está mais flexível. O único jornal que ainda mantém essa exigência é o Jornal Nacional, que só trabalha com repórter aprovado por eles. Mas em casos de factuais, entra o repórter que estiver na cobertura.”

Houve três oportunidades em que repórteres da Rede Globo vieram à Paraíba e mandaram itens daqui para a Globo. No gráfico abaixo eles não estão identificados por nome e sim na rubrica Rede, para que não haja possibilidade de confusão com os repórteres da afiliada.

Gráfico 21 – Repórteres das afiliadas paraibanas que assinaram reportagens para a rede em 2014



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

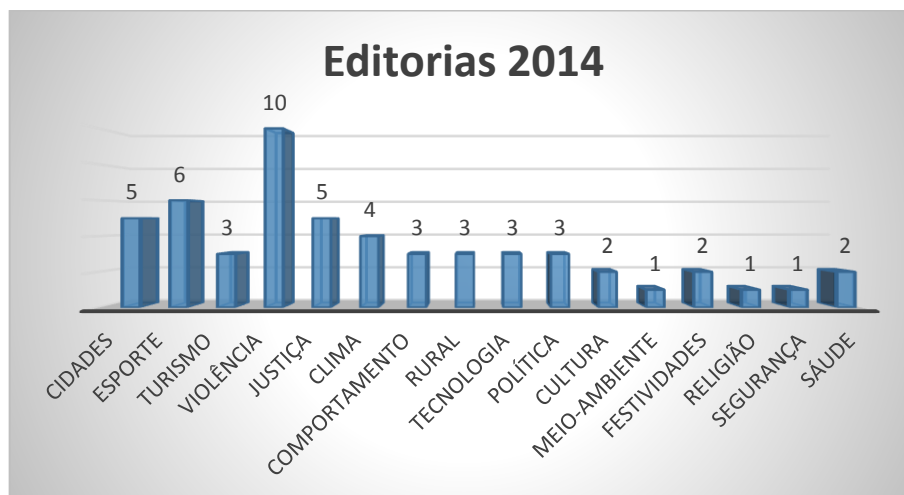
Waléria Assunção, de Campina Grande foi a segunda repórter mais utilizada, mas no geral, existe uma pulverização. Vários profissionais deram uma, duas ou três contribuições de acordo com a circunstância da cobertura dos fatos, o que confirma a fala da editora.

8.1.5 Editorias

Entre os cinquenta e quatro itens gerados pelas TVs da Rede Paraíba de Comunicação para telejornais da Rede Globo em dois mil e catorze, pudemos classificar o material jornalístico em dezesseis editorias: Cidades, esporte, turismo, violência, justiça, clima, comportamento, rural, tecnologia, política, cultura, meio-ambiente, festividades, religião, saúde e segurança. Como podemos verificar na tabela e no gráfico a seguir, a editoria que mais aparece nos espelhos dos telejornais de rede é a Violência. Na sequência aparecem as rubricas esportes,

cidades e justiça empatadas, seguidas por clima e depois turismo, comportamento, rural, tecnologia e política. Cultura e festividades e saúde tem números equivalentes e, um degrau abaixo, meio-ambiente, religião e segurança também aparecem iguais.

Gráfico 22 – Itens gerados pelas afiliadas paraibanas em 2014 classificados por editorias



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

8.1.5.1 Violência

Como o gráfico mostra a parcela de itens que tem a violência como tema é a mais significativa, mantendo uma dianteira considerável sobre a editoria que vem em segundo lugar. O primeiro item é INVASÃO/LOJA uma nota coberta veiculada pelo Bom dia Brasil e pelo Jornal Hoje. As câmeras de segurança mostram a invasão de um criminoso armado a uma loja em João Pessoa. Ele é surpreendido pelo dono que chega armado. Há troca de tiros, ele ainda tenta levar uma funcionária como refém, mas a moto demora para dar partida. Ele foge sozinho, mesmo sendo baleado durante a fuga. Aqui o fato se encaixa nos critérios de Morte, pelo perigo iminente, Conflito e Inesperado, pela reação desesperada do proprietário.

A reportagem CRIME/CASAMENTO mostra o assassinato de um homem durante a festa de casamento dele em Campina Grande. As investigações indicaram que o mandante do crime foi um amigo dele, que foi padrinho do matrimônio. Aqui aparece, além de Morte, Inesperado e Conflito, o critério de Dramaticidade, pelas circunstâncias do fato.

Também em Campina Grande a reportagem ASSALTOS/POSTOS mostrou a quantidade e frequência com que esses estabelecimentos estavam sendo atacados por bandidos na cidade. Há aqui, fatores como Proximidade, pois postos de combustíveis estão espalhados por todas as cidades brasileiras, são elementos próximos e reconhecíveis, o que coloca a

audiência em identificação com o fato, considerando que seja relevante, apesar de distante geograficamente para quem não mora em Campina grande ou cidades vizinhas.

ROUBO/GADO é uma reportagem que mostra a frequência com que bovinos são furtados em pequenas propriedades no entorno de João Pessoa. Nesse caso incide a Novidade e o Inesperado, já que o que chamou mais a atenção foi o modo como a polícia encontrou um boi depois de uma perseguição. Os ladrões abandonaram o carro, um Fiat Uno, e o animal estava comprimido no banco de trás do veículo.

A reportagem MORTE/ADOLESCENTE, mostrou o caso de uma jovem assassinada dentro de uma escola de João Pessoa por outro aluno, ex-namorado dela, descontente com o fim do relacionamento. Imagens de câmera de segurança mostraram o momento em que ele cometeu o crime. A Disponibilidade é um dos critérios para que essa reportagem tenha sido levada à rede, já que as imagens das câmeras de segurança e o flagrante do momento em que o autor foi conduzido pela polícia, aumentam a força do material. Além disso, podemos elencar os critérios Morte, Inesperado e Drama.

Bandidos que tomaram um carro forte e levaram um funcionário de uma transportadora de valores como refém, com uma suporta bomba amarrada ao corpo foi o fato que motivou a reportagem ASSALTO/CARRO FORTE. A demora para liberação do funcionário e a expectativa até que a polícia descobrisse que a bomba era falsa movimentou a cidade. Avaliamos que o fato obedece os critérios de Proximidade, diante da grande circulação de carros-fortes nas grandes cidades e também infração e inesperado, já que a ação foi ousada à ponto de chamar a atenção dos produtores de rede.

INVASÃO/POSTOS DE SAÚDE é uma reportagem que foi motivada pela onda de depredações e furtos ocorridos em João Pessoa. Em uma semana, quatro PSFs sofreram ações de bandidos. Os serviços foram suspensos e os profissionais de saúde que denunciaram foram ameaçados. Identificamos os critérios de Relevância, pela importância do serviço de saúde para a população, Infração e Inesperado.

8.1.5.2 Cidades

AVIÃO/SOBREVÔO é uma nota coberta sobre o rasante de uma aeronave na praia. A imprudência que assustou banhistas pode ser classificado como inesperado e, como contraria as leis de aviação civil, infração. A nota coberta MST/INTERDITA/BR mostrou a longa fila de veículos provocadas pelo bloqueio de quatro rodovias federais na Paraíba pelo Movimentos dos Trabalhadores Sem Terra. A Proximidade é o primeiro critério identificado, já que o MST tem

núcleos em todos os estados brasileiros. Também por causa disso, aparece o critério Notoriedade. Por fim identificamos também a ocorrência de Conflito.

8.1.5.3 Esporte

Foram seis os itens incluídos na editoria de esporte. A princípio se imaginaria que fatos importantes, conquistas e competições relevantes realizadas aqui no estado teriam contribuído para isso mas, na prática, não é o que se verifica. Três dos itens gerados abordam fatos paralelos ao esporte em si. O item ESTÁDIO/GRAÇA/BURACOS foi uma nota coberta veiculada no Fantástico que mostrava as condições deploráveis em que ocorreu um jogo no Estádio da Graça, em João Pessoa. O gramado, que deveria ter sido cuidado pela prefeitura, estava repleto de buracos, colocando em risco a integridade física dos atletas. Já o item COPA/NORDESTE/BRIGA, nota coberta exibida no Bom dia Brasil, já deixa claro na retransmissão que não tem como assunto principal o jogo de futebol ou o campeonato disputado. O terceiro item que pode ser enquadrado nesse perfil é MORTE/MÉDICO/JOGO, veiculado como nota coberta no Bom dia Brasil. Novamente o fato se desenrolou no Estádio da Graça. O médico de uma das equipes chegou atrasado e, durante a partida, teve um ataque cardíaco que o levaria a morte no hospital momentos depois. O fato pode ser facilmente associado à valores-notícia como Morte e Inesperado.

8.1.5.4 Justiça

A editoria justiça ganhou relevância neste levantamento por causa de um único e chocante fato que repercutiu no ano anterior nos telejornais da Rede Globo. O caso do estupro coletivo aconteceu em uma festa de aniversário, na cidade de Queimadas, na região metropolitana de Campina Grande. Um grupo de rapazes simulou um assalto em uma festa da qual participavam. O objetivo na verdade era promover um estupro coletivo. Mesmo encapuzados, os criminosos foram identificados por duas das vítimas, das quais eram conhecidos. Por causa disso as duas foram mortas. Além delas, outras cinco vítimas foram estupradas. O assunto foi retomado em dois mil e catorze por causa do julgamento dos acusados e rendeu duas reportagens para o Jornal Nacional e duas entradas ao vivo para o Bom dia Brasil e o Jornal Hoje. O fato em si evoca valores como morte, inesperado, conflito e infração. Já esse desdobramento legal ainda incorpora valores-notícia como amplificação e dramatização.

O item restante na rubrica de Justiça foi uma reportagem feita para o Fantástico sobre uma jovem de Campina Grande que procurava o próprio pai. Nos anos noventa ele tinha assassinado a esposa, mãe da jovem, e ela desencadeou praticamente sozinha uma investigação em que usou as redes sociais como recurso e levou ao paradeiro e a prisão dele. Nesse caso ficam, evidentes os critérios morte, infração e inesperado.

8.1.5.5 Clima

O clima também teve espaço nos telejornais de rede quando aconteceram eventos meteorológicos intensos. O Globo Rural veiculou CHUVA/COREMAS, reportagem sobre a chegada da estação chuvosa no sertão, que proporcionou o aumento no nível de um dos principais reservatórios da Paraíba. No mês seguinte a previsão do tempo do Bom dia Brasil exibiu imagens dos estragos feitos por chuvas e ventanias que ocorreram em setenta cidades do estado por causa da ocorrência de um vórtice ciclônico. A reportagem CHUVA/CABACEIRAS foi levada ao ar no Globo Rural no dia vinte e um de março. O motivo foi a chuva torrencial que trouxe água para o rio e os córregos secos no entorno da cidade do cariri paraibano, conhecida por ter um dos mais baixos índices pluviométricos do Brasil. Uma última participação da Paraíba na editoria clima se deu, não por uma tragédia ou desastre natural, mas por uma comemoração. No dia cinco de agosto, imagens de João Pessoa ilustraram a previsão do tempo do Bom dia Brasil. O motivo foi que esse é a data de aniversário da cidade.

8.1.5.6 Turismo

Na editoria turismo, dois itens foram veiculados pelo Fantástico com o mesmo objetivo: no verão de dois mil e catorze, a revista dominical de Rede Globo propôs que o público ajudasse a eleger o pôr-do-sol mais bonito do Brasil. Os internautas mandaram milhares de fotos e a produção do Fantástico escolheu os lugares que seriam mostrados em reportagens. Na Paraíba, a Praia do Jacaré e o Açude de Coremas foram os escolhidos. A TV Cabo Branco ainda colaborou com o quadro Tô de folga, do Jornal Hoje, com uma reportagem sobre Lucena, no litoral norte. Nesse caso, se trata de um quadro fixo do telejornal, não podemos ignorar que a necessidade de ter material para a veiculação dentro da periodicidade estabelecida é um critério importante.

8.1.5.7 Comportamento

Um fato ao mesmo tempo inusitado e comovente provocou duas novas inserções de material jornalístico da TV Cabo Branco na rede nacional. Um adolescente de classe média foi apreendido por roubo em João Pessoa. Na delegacia, o cinegrafista Walter Paparazzo registrou o momento em que o pai do garoto chegou ao local. O que se seguiu foi uma declaração comovente do homem ao jovem, que reafirmava que sempre foi honesto e trabalhou para dar o sustento da família, que sempre proporcionou o que o filho precisava, que sempre ensinou os melhores valores para ele. A todas estas afirmações se seguiu a pergunta: por que? Dois programas utilizaram o item BRONCA/PAI em formatos diferentes. No Jornal Hoje foi veiculada uma nota coberta e no Encontro, uma entrada ao vivo. Nesse item avaliamos uma série de valores, como infração – apesar de que o mero cometimento do crime não seria suficiente para tornar a situação relevante para a rede – proximidade – já que o material veiculado fomenta a alteridade, fazendo com que qualquer pai se coloque no lugar daquele trabalhador e compartilhe da sua angústia – e dramatização.

8.1.5.8 Rural

Na editoria rural, temos dois tipos de itens. Os que estão ligados às pesquisas, métodos e tecnologias do campo e a abordagem factual. Assim, se enquadra no factual a reportagem INVASÃO/FAZENDA/CASSERENGUE, que trata da invasão de uma propriedade rural no município da microrregião do Curimataú paraibano, pelo Movimento dos trabalhadores sem-terra. Aqui novamente enxergamos os valores proximidade e notoriedade. No outro perfil estão GENÉTICA/GADO E FARELO/NUTRICIONAL, respectivamente uma reportagem e uma nota coberta exibidas no Globo Rural. Nesse caso, os itens estão ligados à Novidade e Relevância.

8.1.5.9 Saúde

A editoria saúde contribuiu com dois itens veiculados. Aqui vale ressaltar que a repercussão de um fato foi fundamental para esse número. O caso de pacientes que foram agredidos pelos seguranças em um hospital de Campina Grande rendeu três reportagens para telejornais diferentes. O fato relatado na reportagem AGRESSÃO/PACIENTES, em tese, impensável, se enquadra no critério do Inesperado e Conflito, além de Relevância e

Dramatização. O que também chama a atenção é que dos seis itens incluídos nesta editoria, cinco vieram de Campina Grande. Foi o caso da reportagem MORTES/ISEA, que mostrou que quarenta e cinco bebês morreram na maternidade em três meses, quase o dobro da média nacional. Os critérios Morte, Relevância e Dramatização são os que, na nossa avaliação, nortearam a opção da rede pela reportagem.

8.1.5.10 Tecnologia

Em julho de dois mil e catorze a Paraíba recebeu a maior competição de robótica do Mundo a Robocup. Centenas de participantes de diversos países que apresentaram projetos desenvolvidos em várias categorias, desde estudantes até profissionais vinculados a grandes empresas do setor. O evento atraiu a atenção de toda a mídia local e também de outros estados. Foi a primeira vez em que uma Robocup ocorreu em um país latino-americano. Claro que isso justifica o fato de que os três itens da editoria tecnologia gerados pela TV Cabo Branco em dois mil e catorze sejam sobre a competição. O Bom dia Brasil exibiu uma reportagem e um link. O Jornal Nacional também veiculou uma reportagem. Nessas escolhas não é difícil identificar que a Novidade e Relevância do evento foram os critérios utilizados.

8.1.5.11 Política

Sob a rubrica da política três itens chegaram aos telejornais da Rede Globo. Vale ressaltar que nenhum deles foge do tema eleições. O bom dia Brasil aproveitou imagens de propaganda eleitoral irregular e o Jornal Nacional veiculou uma nota coberta sobre a passagem do candidato à presidência Pastor Everaldo pela Paraíba e também imagens da candidata Marina Silva. Nesse caso o material coletado é uma necessidade da rede. Ele preenche lacunas, devido a obrigatoriedade auto imposta pela Globo de, em períodos eleitorais, de veicular a agenda de todos os candidatos à presidência.

8.1.5.12 Cultura

O Globo Rural recebeu um e-mail de um telespectador de Natal, Rio Grande do Norte, que perguntou por onde andava Zabé da Loca, tocadora de pífano que ficou conhecida em todo o Brasil no começo dos anos 2000. Já em dois mil e dez o programa tinha visitado a artista na cidade de Monteiro, no Cariri paraibano. Em dois mil e catorze uma equipe local foi enviada

para conversar com Zabé sob encomenda do Globo Rural. A reportagem foi exibida na edição do dia nove de julho. No dia 24 de julho o repórter Bruno Sakaue fez uma entrada ao vivo no Bom dia Brasil para falar sobre a vida de Ariano Suassuna. O escritor paraibano estava sendo velado em Recife, de onde Bianca Carvalho, da Globo Nordeste, participou da cobertura e Sakaue falou direto do Palácio da Redenção, sede do Governo da Paraíba, onde Ariano nasceu quando o pai era governador. Nos casos em tela há um valor-notícia de seleção que se destaca logo no primeiro momento: a Notoriedade. Para além disso, o velório de Ariano Suassuna traz em si outros fatores agregados, como Morte e Notabilidade. Há ainda o fator Proximidade, que nesse caso se aplica a todos os admiradores da obra do escritor, e ainda Relevância, uma vez que, os escritos do paraibano, da Academia Brasileira de Letras, foram traduzidos para diversas línguas, adaptados para a TV e o Cinema.

8.1.5.13 Festividades

Nessa editoria o destaque foi negativo. Um conflito entre a polícia e um grupo de rapazes durante o show de abertura do carnaval em João Pessoa resultou em uma briga generalizada. A polícia militar teve que lançar mão de spray de pimenta e alguns jovens foram conduzidos para a delegacia. Evidentemente Conflito é o principal valor associado a este item.

Dois mil e catorze foi o ano em que a TV Cabo Branco disponibilizou o sinal em HD na cidade de Guarabira. Na ocasião também foi instalada uma sucursal com equipe de reportagem. Por ocasião das festas juninas a equipe da TV Cabo Branco esteve na comunidade quilombola de Caiana dos Crioulos, que fica na cidade de Alagoa Grande. Na reportagem a equipe pode registrar as comemorações, cerimônias religiosas e festivas diferentes das que são encontradas em outras localidades historicamente mais integradas. O item chama atenção pela Novidade e pela Relevância cultural. Vale abrir parênteses para lembrar que em muitas ocasiões a cobertura da cultura popular na televisão mostra essas manifestações de forma superficial e descontextualizada. Na reportagem de Silvia Torres o que se vê é uma comunidade que ocupa as montanhas de Alagoa Grande há muito tempo. A narrativa histórica não é pacífica, se fala em um período entre os séculos XVII e XIX, convenhamos, um espaço temporal demasiado. Sobre a origem existem pelo menos três versões. Mas o fato é que os mais de quinhentos habitantes que ali estão são efetivamente descendentes de escravos. Pelos muitos anos de isolamento preservaram uma série de costumes. São esses costumes que são mostrados pela repórter durante o período de São João, o que oferece ao público em geral um parâmetro de comparação muito eficiente. As crenças antigas, relatadas pela anciã Edite da Silva, falam

que é preciso acender a fogueira no terreiro da casa na noite do Santo para afastar o demônio que anda solto nesta data – como se pode constatar, o símbolo tem na comunidade mitologia e significado diferente dos conhecidos em outros meios sociais. Em Caiana dos Crioulos não existe a quadrilha - herança europeia apropriada pela tradição junina do Brasil - as danças são as mesmas que eles aprenderam com os ancestrais. Em volta do fogo todos se unem nas cirandas e cocos-de-roda que duram até o amanhecer. Todos esses aspectos, além do artesanato e das comidas preparadas para a festa – essas mais próximas dos costumes mais comuns do São João - são abordados dentro dessa peça jornalística. Dentro das limitações impostas pelo tempo, são dois minutos e dezesseis segundos de duração, a jornalista consegue levar para a audiência nacional, se não um mergulho profundo na cultura local, mas informações importantes e depoimentos reveladores que permitem que o telespectador vá além do olhar meramente curioso.

8.1.5.14 Meio ambiente

Em novembro de dois mil e catorze o Jornal Nacional exibiu uma reportagem sobre a degradação progressiva da falésia do Cabo Branco e das promessas e projetos não executados para conter o processo. Como o local é Relevante do ponto de vista ambiental e notório turisticamente, uma vez que é o ponto mais oriental das Américas, concluímos que esses valores nortearam a escolha.

8.1.5.15 Religião

Não há dúvidas de que a Romaria da Penha, que vai do centro de João Pessoa até o santuário da Virgem, na praia de mesmo nome, é uma das maiores manifestações do catolicismo no Brasil. De acordo com os organizadores o percurso de catorze quilômetros teve a participação de quatrocentas mil pessoas em 2014. Pela primeira vez a procissão foi mostrada em uma reportagem em rede nacional, no Bom dia Brasil. As editoras de rede foram unânimes em afirmar que o critério técnico foi muito relevante para essa veiculação, já que pela primeira vez a cobertura contou com um drone que proporcionou imagens que dimensionaram a imensidão do evento. Evidentemente que valores como proximidade – dada a grande quantidade de católicos no Brasil – e Relevância também estão presentes nessa seleção.

8.2 2015

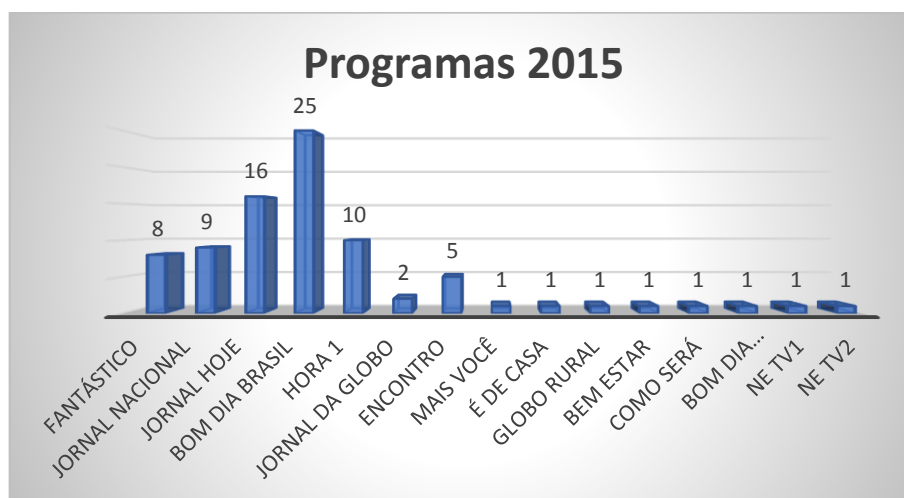
Como já tratado neste trabalho, entre 2014 houve mudanças significativas no jornalismo da Rede Globo. A primeira foi na grade de programação: um novo telejornal foi criado. O Hora 1 da Notícia, começou a ir ao ar em novembro de dois mil e catorze. O jornalístico apresentado por Monalisa Perrone começando às cinco da manhã e indo até as seis entregando para o Bom dia local. Depois da programação de cada estado, passou a entrar no ar um Bom dia Brasil, mas robusto, com uma hora e meia de duração. Com isso, a Globo incorporou à grade diária mais duas horas e meia de jornalismo, o que, certamente refletiu em um intercâmbio mais intenso com as afiliadas. A outra mudança foi formal. Ainda que de forma segura e gradual, ideias que estavam sendo gestadas já há alguns anos começaram a ser postas em prática. Formatos mais descontraídos nos telejornais, inclusive o mais formal e sisudo deles, o Jornal Nacional. Além disso, a linguagem dos âncoras e repórteres começou a se aproximar ainda mais da coloquial, embora, é necessário ressaltar, essa mudança não quisesse dizer empobrecimento da linguagem. A intenção é narrar com naturalidade, sem perder qualidade. Repórteres como Felipe Siani, de São Paulo, com reportagens de economia, tema sempre um tanto árido, cheias de analogias e exemplos criativos, e Pedro Vêdova, de Londres, com um texto enxuto, inventivo e elegante, assim como Felipe Santana, de Nova York, fazem parte dessa nova tendência. Certamente, as afiliadas passaram a perseguir esse padrão atualizado.

O relatório de rede de dois mil e quinze também foi elaborado pela editora Jô Vital. Nele as informações sobre programas, datas, formato, editorias e repórteres estão organizadas como no anterior.

8.2.1 Programas

A primeira mudança evidente entre os relatórios de dois mil e catorze e dois mil e quinze é a quantidade de itens e de programas que aproveitaram material da TV Cabo Branco. São setenta e nove gerações e quinze programas. Esse aumento se deve as mudanças na grade de programação da Globo, com novas atrações e espaços, e também ao fato de a Globo Nordeste ter aproveitado itens da afiliada paraibana.

Em números absolutos, o Bom dia Brasil se reafirma como o jornalístico que mais utiliza itens gerados da Paraíba, como podemos verificar no gráfico abaixo.

Gráfico 23 – Programas que veicularam material jornalístico das afiliadas paraibanas em 2015

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

No relatório anterior, depois do Bom dia Brasil, apareciam empatados o Jornal Hoje, o Jornal Nacional e o Globo Rural. Desta vez o Jornal Hoje está isolado na segunda colocação. O terceiro que mais utilizou itens gerados pela TV Cabo Branco foi o Hora 1, o Jornal Nacional aparece apenas em quarto lugar, seguido do Fantástico. O Encontro saiu de dois para cinco itens aproveitados e o mais você manteve o mesmo número do relatório antecedente. A mudança mais brusca foi a do Globo Rural, que despencou de sete para apenas um item. Isso é explicado pela alteração no número de edições. Entre janeiro e outubro de dois mil e catorze, o jornalístico segmentado tinha seis edições semanais, cinco de segunda a sexta e uma no domingo. Em novembro, com a entrada do Hora 1 no ar, o Globo Rural passou a ser veiculado apenas no domingo. O Jornal da Globo, que não aproveitou gerações da afiliada em dois mil e catorze, utilizou uma reportagem e uma entrada ao vivo em dois mil e quinze. O Bem Estar e o Como será, também só aparecem no relatório mais recente, com o É de casa, que entrou no ar em dois mil e quinze, não poderia ser diferente. Por fim, o Bom dia Pernambuco, o NETV 1 e o NETV 2, também usaram material produzido pelos profissionais paraibanos.

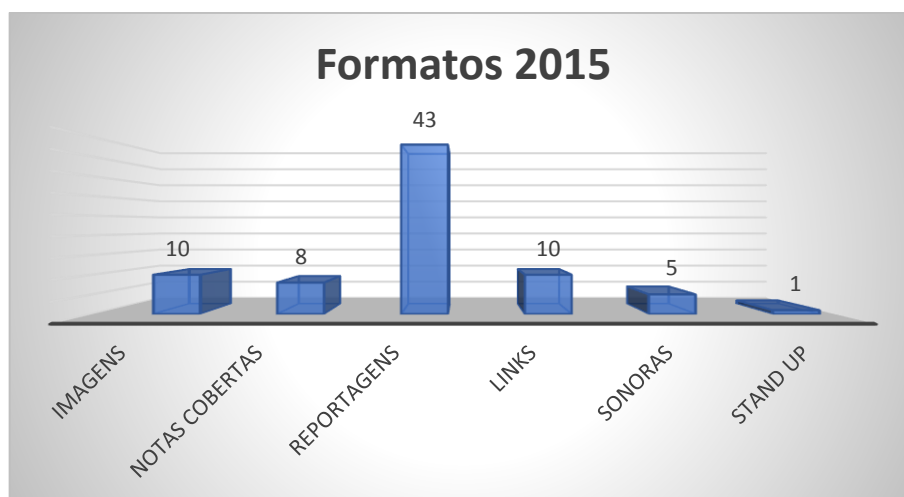
Quando fazemos a avaliação levando em conta a proporcionalidade, o Fantástico é o programa da Rede Globo que mais exibe material da TV Cabo branco. Em média, um item é levado ao ar a cada 6,5 edições. O Bom dia Brasil, líder em números absolutos, fica no segundo lugar, com uma exibição a cada 10,44 edições. Em seguida vem o Jornal Hoje, com 19,56, o Hora Um, com 26,1 e o Jornal Nacional que registra a média de um item exibido a cada 34,77 programas. O Encontro, com Fátima Bernardes, registrou 52,1. Com apenas duas gerações utilizadas, o Jornal da Globo, tem um intervalo médio de 130,5, o que ainda é melhor do que no relatório anterior, onde sequer aparecia. Os demais programas exibiram apenas um item,

então a média corresponde ao número de edições apresentadas no ano. 261 para o Mais Você e o Bem Estar e 52 para o Globo Rural, Como Será e É de Casa.

8.2.2 Formatos

Quando comparado com o relatório do ano anterior, o de 2015 logo revela uma mudança: a maior variedades de formatos utilizados. Além das imagens, notas cobertas, vivos e reportagens, a rede também utilizou sonoras, ou seja, uma entrevista feita por uma equipe de externa sem necessariamente o acompanhamento de imagens. Esse tipo de material pode ser usado isoladamente ou incorporado a uma reportagem de rede. Por fim, também foi gerado um stand-up. Esse tipo de material é gravado com o repórter no vídeo repassando todas as informações, semelhante a uma entrada ao vivo. As informações detalhadas estão no gráfico abaixo.

Gráfico 24 – Formatos gerados para a Rede Globo pelas afiliadas paraibanas em 2015



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Quando comparamos os dois relatórios percebemos que à exceção das notas cobertas, que recuaram de doze para oito, todas as outras categorias que constam nos dois levantamentos apresentaram crescimento. As imagens mais do que dobraram, de quatro para dez o número de entradas ao vivo subiu de seis para dez e o de reportagens passou de trinta e dois para quarenta e três.

8.2.3 Mês

A maior visibilidade das TV Cabo Branco e Paraíba na programação da Rede Globo no ano de 2015 fica evidente quando fazemos a análise dos dados por mês. Com 79 gerações, 2015

apresenta uma média de 6,58 itens por mês. 2014 teve uma média de 4,5. No gráfico a seguir é possível verificar a dinâmica na quantidade das gerações nos doze meses.

Gráfico 25 – Quantidade de itens gerados mensalmente pelas TVs Cabo Branco e Paraíba em 2015



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

O maior número de gerações aconteceu no mês de junho e, ao contrário de 2014, a sazonalidade foi responsável por boa parte dos itens aproveitados. Ao todo foram dezessete, sete só sobre São João. A festa em Campina Grande apareceu em três reportagens de quatro entradas ao vivo. O bom dia Brasil e o Jornal Hoje levaram ao ar dois itens cada um, os demais foram veiculados no Jornal da Globo, Mais Você e Encontro.

No mês de novembro a TV Cabo Branco apareceu onze vezes na programação da rede. Essa frequência tem relação com um fato de relevância mundial. Em novembro a médica Adriana Melo, do ISEA de Campina Grande, foi a primeira pesquisadora a associar a grande quantidade de casos de microcefalia em meados de 2015 à infecção das mães pelo vírus Zika durante a gestação.

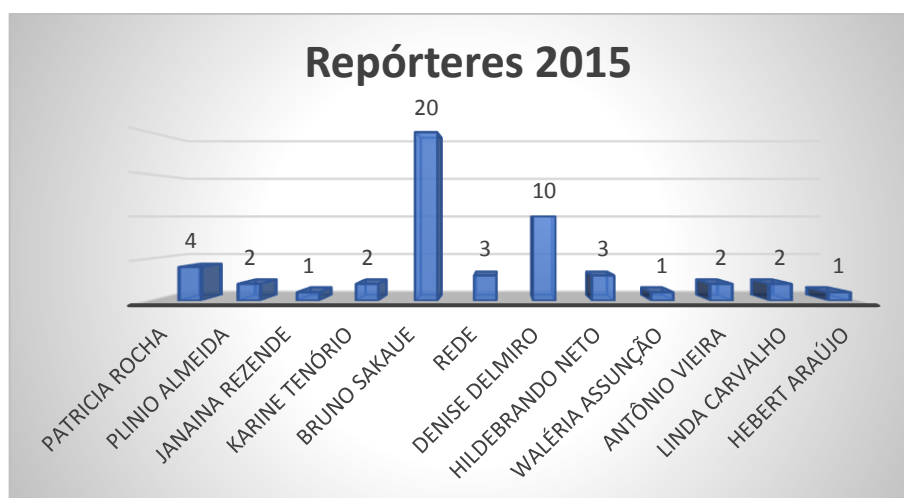
A visibilidade causada pela relevância da descoberta se estendeu até o mês de dezembro, quando também foram gerados onze itens. Dois deles giravam em torno das consequências da Zika e o tratamento da microcefalia. Mas foi um outro fato, também em campina grande, que ele vou o número de gerações. Um acidente de carro onde um homem saiu ileso de forma incrível se transformou em notas cobertas para o bom dia Brasil e o Jornal Hoje e também em uma reportagem para o Fantástico.

O mês de outubro, com oito gerações apresentou uma temática bastante pulverizada sem destaque para nenhum fato em particular. Essa tendência também pode ser observada nos demais meses.

8.2.4 Repórteres

Em dois mil e quinze o número de itens gerados pela TV Cabo Branco foi bem superior ao ano anterior. Já no que diz respeito aos repórteres que colaboraram com entradas ao vivo, reportagens ou stand-ups, o número foi o mesmo, embora, evidentemente, alguns nomes não coincidam. Além disso, também foram registrados itens produzidos por repórteres de fora que fizeram seu trabalho aqui no estado com apoio da afiliada.

Gráfico 26 – Repórteres das afiliadas paraibanas que assinaram reportagens para a rede em 2015



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

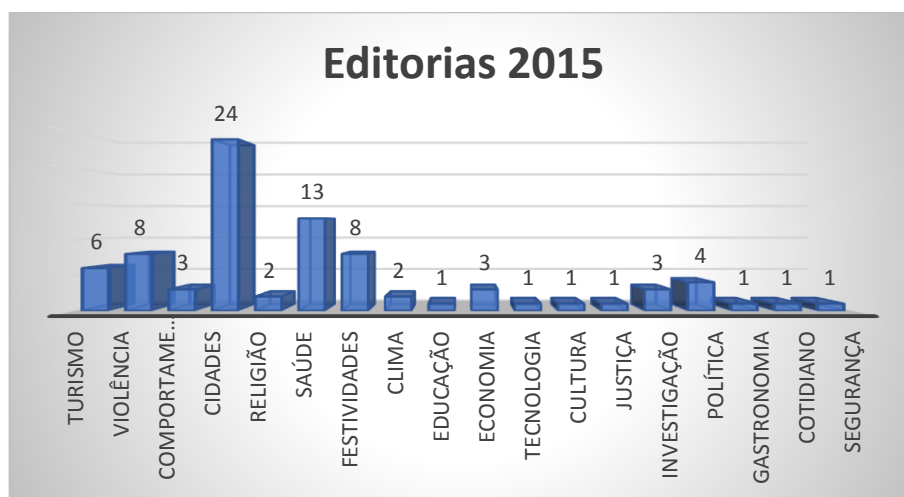
Bruno Sakaue, como já destacamos, é o repórter padrão para o Jornal Nacional e o único que colaborou com o Fantástico. Foram vinte participações, 20% a mais do que em 2014, quando enviou 16 reportagens. A segunda no ranking das participações na rede foi de Campina Grande, assim como no ano anterior, só que com duas diferenças: ao invés de Waléria Assunção, foi Denise Delmiro a responsável pelo material e o número de gerações foi bem maior, 4 em 2014 e 10 em 2015. Waléria continuou presente, mas com apenas uma participação, uma entrada ao vivo sobre o São João de Campina Grande. Vale destacar que Denise não aparecia no relatório do ano anterior.

Além de Sakaue e Assunção, apenas Plínio Almeida, com duas reportagens, aparece nos dois relatórios. Patrícia Rocha tem quatro participações e Hildebrando Neto, três. Karine Tenório, Antônio Vieira e Linda Carvalho colaboraram duas vezes e os demais, apenas uma.

8.2.5 Editorias

No relatório de rede de 2015 identificamos dezoito editorias: Turismo, Violência, Comportamento, Cidades, Religião, Saúde, Festividades, Clima, Educação, Economia, Tecnologia, Cultura, Política, Justiça, Investigação, Cotidiano, Segurança e Gastronomia. A variedade aumentou, em 2014 foram quinze editorias. Há outras mudanças significativas, a editoria Violência, que foi a mais corriqueira em 2014, passou para a quarta colocação. Desta vez a editoria que mais apareceu foi a de Cidades, a rubrica Saúde veio em seguida e só depois de Festividades os fatos relacionados a violência aparecem. Na sequência das editorias mais presentes está Turismo. Política contribui com quatro e Economia, Investigação e Comportamento estão empatadas, mas com um item a menos. Reportagens de clima vem um degrau abaixo, junto com Religião. Tecnologia, Cultura, Educação, Gastronomia e segurança também integram o relatório, como podemos ver detalhadamente no gráfico abaixo.

Gráfico 27 – Itens gerados pelas afiliadas paraibanas em 2015 classificados por editorias



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

8.2.5.1 Cidades

Conforme nossa análise do material coletado não há um fato determinante para essa liderança. O que temos é um conjunto bastante diversificado e heterogêneo. Há as coberturas sobre protestos que se tornaram constantes em todo o país, o que evidencia Relevância, Disponibilidade e Conflito como valores-notícia principais. Um dos registros que se repetem no relatório fala sobre um acidente. Em Campina Grande um homem escapou da morte quando caminhava na calçada e dois carros colidiram em um cruzamento. Com impacto, os veículos foram lançados na direção da esquina em que ele estava. As imagens impressionantes mostram que o único espaço entre os dois carros em velocidade, foi justamente o que o cidadão ocupava.

Os critérios de noticiabilidade aqui estão ligados ao inesperado e a visualidade, já que se não fossem as câmeras de segurança da rua, o fato poderia ter passado despercebido à mídia. As imagens e a reportagem estiveram no Hora 1, Jornal Hoje e até no Fantástico.

Outro material utilizado em vários telejornais foi o registro de imagens do eclipse da super lua, em setembro. O evento astronômico foi veiculado em seis telejornais da Rede Globo e da Globo Nordeste. A combinação da super lua – quando o astro está mais próximo da terra – com o eclipse, que deixa o satélite natural com uma cor avermelhada, não ocorria desde 1982. O evento era esperado, mas para toda uma geração, era novidade. A disponibilidade e notabilidade do acontecimento mais do que justificam o interesse dos telejornais.

Ainda na editoria cidades, o Jornal Nacional veiculou uma reportagem sobre o uso dos Tuk-tuks – veículos meio moto, meio carros, comuns na Ásia – como taxis, na cidade de Monteiro, região do Cariri paraibano. A noticiabilidade do fato está certamente baseada no inusitado e na novidade.

8.2.5.2 Saúde

A segunda editoria mais presente é a de saúde. Essa constância se deve aos problemas causados pelo mosquito *Aedes Aegypti*. As palavras dengue, zika, microcefalia se repetem com constância no noticiário por conta da força com que as doenças atingiram o estado. Como a Paraíba foi pioneira na identificação da relação entre o vírus zika a microcefalia, acabou também se tornando referência e fonte valiosa de notícias. Foram várias imagens, sonoras, entradas ao vivo e reportagens geradas para vários telejornais. Nesse caso não é difícil identificar valores-notícia como Proximidade e Relevância, uma vez que os problemas causados pelo *Aedes Aegypti* são um problema presente em todo o país.

Na mesma editoria também houve um segundo fato que provocou a geração de quatro itens: o caos na saúde pública de Santa Rita, na região metropolitana de João Pessoa, onde dezenas de PSFs foram fechados pelo Conselho Regional de Medicina por falta de condições de higiene e equipamentos. Como o Sistema Único de Saúde tem abrangência nacional, a identificação dos telespectadores com o fato tende a ser imediata, mesmo porque muitos deles enfrentam dificuldades quando precisam dos serviços da saúde pública. A situação de Santa Rita é o local que tem reflexo universal por sua relevância.

Também foi uma situação de caos que provocou uma outra pauta que ganhou destaque na rede nacional: DENÚNCIAS/TRAUMINHA tratou da grande quantidade de pacientes do Hospital Ortotrauma do Bairro de Mangabeira, que esperavam há meses por cirurgias que

deveriam ter sido feitas logo depois que ele chegaram acidentados. Quando a equipe de reportagem chegou perto de um dos portões do hospital, vários doentes em cadeiras de rodas e amparados por muletas saíram para falar sobre o tratamento recebido ou sonogado. Mais uma vez o local é a representação de um problema endêmico do sistema de saúde pública do Brasil.

As greves nos Hospitais Universitários foram assunto no Bom dia Brasil. A reportagem fez um giro por São Paulo, Alagoas e Paraíba. Em João Pessoa o serviço ficou reduzido, o que aumentou as filas e o tempo de espera. As marcações de consultas e cirurgias ficaram suspensas. Aqui pode-se elencar uma série de fatores que contribuem para a noticiabilidade: por motivos óbvios a saúde pública é um tema do maior interesse da população; os HUs representam um serviço de alta relevância não só para as cidades onde estão instalados, mas para a população de outras tantas que recorre a eles para ter acesso gratuito a determinadas especialidades não disponíveis em seus municípios de origem; esses hospitais são referência em procedimentos e tratamento de muitas doenças para as quais não há possibilidade de solução na rede pública.

8.2.5.3 Festividades

As festividades estiveram mais presentes em 2015, mas excetuada a reportagem sobre o desfile das Muriçocas do Miramar, maior bloco pré-carnavalesco do Brasil, todos os outros itens se concentraram em um único evento: o São João de Campina grande. Aqui vale lembrar que, no ano anterior, o mês de junho teve uma única reportagem de rede e sobre as festas juninas e não foi uma festa convencional, nem o cenário foi Campina Grande.

O desfile das Muriçocas já entrou no que poderíamos chamar de calendário de eventos da rede. Todo ano um repórter fica encarregado de produzir o material que vai ser enviado para a Globo. Contribui para esse trânsito fácil a dimensão do bloco com dez trios-elétricos e uma multidão difícil de calcular. Tido como o maior bloco pré-carnavalesco do Brasil, acabou inserido na mítica da folia, como uma espécie de Galo da Madrugada paraibano.

À despeito da ausência em 2014 – que pode ser considerada bastante atípica – o São João de Campina Grande, conhecido como o maior do mundo, justifica o interesse da rede. Esse olhar é magnetizado pela dimensão e significação que o evento tem para o Nordeste e para o país, uma vez que, junto com a festa de Caruaru, Campina ocupa o lugar de maior destaque entre todas as festividades do gênero. É certo que, para atingir essa dimensão a festa ganhou um caráter industrial e se afastou das raízes mais profundas da região, mas a estrutura e a duração são fatores que contribuem para atrair os turistas e a mídia. Os trinta dias de festa também são um desafio para as afiliadas que precisam produzir várias reportagens mostrando

aspectos diferente para não mergulhar num ciclo repetitivo que certamente provocaria o desinteresse dos produtores de rede. Por isso no relatório de 2015 temos, além das reportagens tradicionais sobre a abertura e os dias dos Santos Juninos, também material sobre como a economia de Campina Grande se movimenta por causa da festa.

8.2.5.4 Violência

Primeira colocada em 2014, a editoria Violência perdeu relevância no relatório de 2015. Há itens que tratam de temas um tanto corriqueiros como a modalidade de crime conhecida como saidinha de banco ou a prisão de um assaltante que abordava pessoas na orla de João Pessoa. Há, no entanto, histórias que se destacam: *ARRASTÃO/ESCOLA* mostra como bandidos invadiram uma escola estadual em João Pessoa. Eles estavam armados, ameaçaram e machucaram professores e alunos antes de saírem levando pertences de todos eles. Ainda que os noticiários estejam cheios de notícias sobre violência, a ação desses bandidos ainda surpreende. O inesperado é um dos valores-notícia presentes, assim como a proximidade, pois quase toda família brasileira tem crianças em idade escolar. Não é difícil para pais e avós se colocarem no lugar dos parentes dos alunos que foram vítimas da covardia dos assaltantes.

Outro caso que chamou a atenção foi quando suspeitos do assassinato de um policial de Patos, no sertão do estado, foram presos e colocados em cima de caminhonetes que desfilaram em praça pública. A controvérsia gerada pela atitude da polícia foi o fator que atraiu a atenção da rede. No nosso ordenamento jurídico o ato constitui uma clara violação de direitos humanos perpetrada por aqueles que, em tese, deveriam garantir o cumprimento da lei. Mas na cidade o que se viu foi uma euforia de quem acompanhava o desfile. O tom dado ao material veiculado na rede foi de reprovação tácita ao acontecimento.

Um outro item nessa editoria chama bastante atenção *BEBÊ/ABANDONADO* trata do abandono de um recém-nascido em cabedelo, região metropolitana de João Pessoa. O fato em si já tem elementos suficientes para atrair atenção, mas os detalhes e coincidências do caso potencializam sua noticiabilidade. Câmeras de segurança gravaram no começo da manhã o momento em que uma mulher deixou o menino em uma calçada ao lado de uma lixeira. As câmeras também mostraram um homem que encontrou o menino algum tempo depois. Ele pegou a criança nos braços e ligou para a emergência. O fato atraiu a atenção dos vizinhos, quando a polícia e o SAMU chegaram ao local, um pastor que estava por perto sugeriu que o menino fosse chamado de Moisés, já que o personagem bíblico também foi encontrado ainda bebê. O menino seria entregue para adoção, mas a veiculação das imagens na TV atraiu a

atenção de um rapaz que reconheceu a mulher nas imagens. Era uma ex-namorada dele. Meses antes, ela mentiu dizendo que tinha abortado espontaneamente. O rapaz procurou o ministério público para reivindicar a paternidade, confirmada depois de um teste de DNA. A primeira coincidência se revelou: o nome de pai era Moisés. Depois disso, foi possível identificar a mãe. Em casa, ninguém percebeu a gravidez e ela contou que fez o parto sozinha durante a madrugada no banheiro. A jovem alegou que abandonou o bebê em um momento de desespero. Mas ainda havia uma outra revelação surpreendente: com o desenrolar do caso se soube que o homem que resgatou a criança da rua era o pai da jovem, ou seja, sem saber o cidadão salvou a vida do próprio neto. Em um primeiro momento foi levada ao ar uma nota coberta no Jornal Hoje, depois, uma reportagem completa no Fantástico. Com tantos acasos e reviravoltas surpreendentes, uma história como essa transborda de elementos que justificam sua veiculação em rede. Em qualquer dia noticioso de qualquer emissora o caso de Moisés teria destaque, seja pelo drama vivido por ele desde as primeiras horas de vida, pelo inesperado da situação – que apesar de não ser nova, sempre contraria todos os conceitos sociais que estabelecem o modelo protetor de maternidade – e pela surpresa provocada pelas reviravoltas e coincidências já enumeradas, além da identificação imediata com o sofrimento de qualquer criança.

8.2.5.5 Turismo

Em turismo, o quadro Tô de folga, do Jornal Hoje, foi o destaque. Kiria Meurer, repórter de rede da RBSTV, afiliada da rede Globo em Santa Catarina, fez duas reportagens na Paraíba. Uma geral sobre o turismo e outra sobre o litoral sul do estado. Isso porque a ideia dos editores do telejornal era fazer com que os repórteres de estados diferentes fizessem o quadro em lugares que não conheciam. Da mesma forma, Bruno Sakaue, repórter de Rede da TV Cabo Branco, fez duas reportagens para o quadro em Jericoacoara e Canoa Quebrada, no Ceará. Ainda houve mais dois itens, uma entrada ao vivo da praia do Cabo branco, para o Hora 1 e uma reportagem sobre o trecho do litoral pessoense recentemente batizado de Caribessa.

8.2.5.6 Política

Na editoria política ganhou destaque o anúncio de Romero Rodrigues, prefeito de Campina Grande: por causa da crise financeira em todo o país e da necessidade de ajustes nas contas do município, ele decidiu cortar 40% do próprio salário. A reportagem também cita outros prefeitos que tomaram medidas semelhantes em outras cidades brasileiras. Certamente,

apesar de necessário e justificado, o ato dos prefeitos não é comum dentro da cultura de nossa classe política. Dessa forma, a seleção da reportagem nos parece ter o viés do inesperado, mas também uma função de prestação de serviço, já que sua veiculação teve o potencial de influenciar eleitores a também exigirem austeridade de seus respectivos representantes.

Os demais itens da editoria estão ligados a uma figura controversa da política brasileira: o ex-deputado e presidente da Câmara, Eduardo Cunha. No auge do processo de impeachment de Dilma Rousseff ele esteve na Assembleia legislativa da Paraíba para uma audiência pública, onde seriam discutidos temas como a reforma política e o pacto federativo. Mas ele não conseguiu falar. O evento acabou sendo cancelado por causa de protestos de movimentos sociais que começaram assim que o ex-deputado entrou na Assembleia.

Os dois itens que integram a editoria são sonoras do senador Cássio Cunha Lima, mas o assunto é Eduardo Cunha ou atos dele, como a Medida Provisória que poderia ajudar bancos em liquidação ou a iniciativa dos partidos para pedir o afastamento do Presidente da Câmara. O fato é que durante o mandato, o político em questão esteve cercado de controvérsia, por suas posturas pouco republicanas e seu envolvimento em escândalos. Na passagem pela Paraíba não foi diferente. Presidente da Câmara dos Deputados incumbido constitucionalmente a levar à frente o processo de impeachment, a cobertura de sua agenda oficial sempre foi uma obrigação naquele momento nevrálgico da política brasileira. Há nesse tipo de cobertura uma previsibilidade e um grande potencial de relevância, por isso, as organizações não querem correr o risco de perder uma declaração ou um ato importante e acabar cedendo espaço para a concorrência.

8.2.5.7 Comportamento

Dois dos três itens dessa editoria estão ligados à paternidade. Em junho o Encontro com Fátima Bernardes veiculou a reportagem de Hildebrando Neto sobre um homem que trabalha como catador de lixo reciclável em João Pessoa. Quando as filhas dele eram bem pequenas ficaram muito curiosas e interessadas quando viram pela primeira vez um tabuleiro de xadrez. Por causa disso Erivaldo decidiu aprender a jogar pra poder ensinar as filhas. Hoje elas são adolescentes e já foram campeãs paraibanas. A história se destaca pelo aspecto humano. Certamente muitos pais se identificaram com Erivaldo, que mesmo com pouca instrução e recursos financeiros enxergou na prática do xadrez uma maneira de elevar as filhas. A proximidade se materializa nessa alteridade do telespectador com o personagem. Sua atitude lhe concede notabilidade.

Uma série de reportagens sobre paternidade foi ao ar no Hora 1 na semana do dia dos pais. A TV Cabo Branco participou com o material assinado por Linda Carvalho sobre a paternidade depois dos cinquenta anos. O personagem em questão teve dois casamentos, quatro filhos, o mais velho tem trinta e seis anos, a caçula do segundo matrimônio tem quatro. Nesses casos, em que uma série de reportagens é preparada para um telejornal de rede, tudo é produzido com certa antecedência. As reportagens poderiam ter sido centralizadas pela cabeça de rede, mas a opção dos editores do Hora 1 foi trazer casos espalhados pelo país. É uma estratégia evidente de busca da proximidade. Nesses casos o que geralmente acontece é que os editores acionam as afiliadas para procurar histórias que possam integrar as reportagens que vão compor a série. É importante saber que essa solicitação não é impositiva, depende da capacidade e disponibilidade das afiliadas. Diante das sugestões os editores escolhem aquelas que acham mais adequadas de acordo com o perfil do material que estão produzindo. O fato é que essa etapa é extremamente importante quando falamos de reportagens de comportamento, em que a história dos personagens é o centro de tudo.

É também notável a história da reportagem exibida no Encontro no dia do idoso sobre uma professora aposentada de oitenta e cinco anos. Em um grupo de atividades para idosos ela conheceu uma senhora de setenta e sete anos, que sempre quis, mas nunca aprendeu a ler por causa da infância difícil na zona rural. A professora então decidiu que iria ensinar a amiga. O ato de aprender a ler e escrever, corriqueiro no começo da vida da maioria das pessoas, significava para a idosa a realização de um sonho. No centro da história está a noção de que a idade não deve ser uma barreira para a realização pessoal e que é sempre possível continuar aprendendo durante toda a vida. Em um país com uma população crescente de idosos esse tipo de pauta encontra cada vez mais espaço. A proximidade se dá pela identificação direta entre as pessoas com mais de sessenta anos e os personagens e também pelas famílias que tem pessoas idosas em casa. A história em si é notável e já atrairia a atenção normalmente, mas também é possível inferir que as reportagens com essa temática são respaldadas pela situação demográfica. Na prática, a população que já ultrapassou seis décadas de vida responde por uma parcela importante da audiência. No caso do encontro, 42% do público, segundo o Ibope.

8.2.5.8 Economia

O Jornal da Globo fez um giro por vários estados mostrando pessoas que usaram a criatividade para diminuir os efeitos da crise e do desemprego. No caso da Paraíba, o modelo de economia criativa foi o Cuscuz Delivery. O prato típico nordestino em versão mais elaborada

e entregue na casa do cliente. Em um período em que o noticiário econômico mostrava muitas incertezas ou certezas negativas, a pauta focada no empreendedorismo é uma espécie de válvula de escape que mostra uma possibilidade de saída pra uma situação ruim. As duas reportagens restantes não trouxeram boas notícias: os aumentos bruscos nos preços da gasolina e dos botijões de gás.

8.2.5.9 Investigação

Nessa editoria temos reportagens de Maurício Ferraz, do Fantástico, sobre a operação 299 que prendeu integrantes de um grupo de motociclistas que utilizavam rodovias federais para fazer rachas. O nome da operação vem da velocidade que eles faziam questão de registrar em vídeos. O material também foi exibido no Hora 1. O terceiro item é uma entrevista feita para compor o quadro *Cadê o dinheiro que estava aqui*, do repórter secreto do Fantástico, Eduardo Faustini. Em todos os casos o trabalho das afiliadas não foi de elaboração, mas de apoio aos repórteres da rede, cedendo profissionais como cinegrafistas e assistentes de câmera.

8.2.5.10 Clima

Os dois itens gerados na editoria clima mostram o paradoxo vivido pelos paraibanos do litoral e do sertão. Enquanto em João Pessoa o registro é de alagamentos causados pela chuva, em Sousa, no interior do estado, a repórter Denise Delmiro mostrou como a estiagem prolongada fez com que muitos agricultores fossem obrigados a buscar outras alternativas de trabalho para garantir a sobrevivência. O Drama é um valor notícia que certamente está associado à escolha desse material. A situação não é inesperada, na verdade existe sazonalidade nesse tipo de cobertura, só que o período de estiagem, que na época chegava a quatro anos, levou a uma situação de maior sofrimento para população sertaneja. É importante que além da dimensão humana, o fato tem outras implicações: os moradores das cidades maiores da Paraíba ou mesmo do Sudeste podem observar a situação como um indicativo de um êxodo que pode impactar no seu cotidiano.

8.2.5.11 Educação

O único item da editoria fala sobre o calendário de aulas da rede pública de educação modificado nas cidades sertanejas por causa da estiagem prolongada e do racionamento de água.

Com 170 cidades em estado de emergência, a Paraíba teve que antecipar as férias em 20 municípios, prejudicando cerca de 40 mil alunos que deixaram de ver conteúdos. Até mesmo a merenda sofreu alteração. Os produtos regionais, que precisam de cozimento em água foram substituídos por produtos industrializados.

8.2.5.12 Religião

A editoria religião contou com dois itens, um deles foram imagens para uma reportagem do Jornal nacional sobre tolerância religiosa. O segundo item foi uma reportagem mostrando o dia de São Francisco, na paróquia do santo no Bairro de Mangabeira, em João Pessoa. Tradicionalmente o padre abençoa os animais dos fiéis, por causa da relação do santo com a natureza, segundo a tradição católica. O pátio da igreja repleto de animais de todos os tipos e tamanhos, como pássaros, cães, gatos, tartarugas e cavalos, foi visto no Hora 1.

8.2.5.13 Justiça

A proibição da presença de adolescentes desacompanhados dos pais em locais públicos durante a noite foi o assunto de uma reportagem veiculada no Hora 1. O ministério público fez a recomendação em pleno verão, quando grandes shows e eventos atraem multidões de jovens que acabam expostos as bebidas e drogas ilícitas.

8.2.5.14 Tecnologia

Em 2014 João Pessoa sediou a Robocup, competição internacional de robótica. Em 2015 o evento voltou a ser notícia, apesar de ter acontecido na China. Uma equipe composta por alunos de duas escola públicas de João Pessoa foi campeã do outro lado do globo. Depois do retorno dos estudantes para casa o repórter Plínio Almeida esteve na escola para conversar com os campeões e com os professores. O fato reúne pelo menos três valores-notícia: novidade, proximidade e relevância. O fato novo, protagonizado por alunos da rede pública municipal é extremamente relevante, uma vez que outros catorze países competiram com os paraibanos. A proeza também é demolidora de estigmas e preconceitos, uma vez que a imagem do Nordeste nas regiões mais desenvolvidas do país está longe de ser corriqueiramente associada a progressos na área tecnológica.

8.2.5.15 Cultura

Em novembro de 2015 o programa *Como Será*, exibido nas manhãs de sábado entrevistou Luis Lomenha, criador do projeto Cinema Nosso. A iniciativa começou depois do filme *Cidade de Deus*, que recrutou mão de obra nas comunidades do Rio de Janeiro. Muitos dos que estiveram envolvidos na produção passaram a replicar os conhecimentos técnicos do cinema. Hoje o projeto leva a produção audiovisual para populações que normalmente não teriam acesso fácil a esse universo. Profissionais realizam cursos e produzem curtas-metragens com os participantes. No final eles recebem certificados e equipamentos para continuar as atividades. Na Paraíba o projeto está nos municípios de Juazeirinho e Pedra lavrada. Nesse caso a pauta não foi oferecida pela TV local e sim solicitada pela rede para compor o conteúdo que ajudou a mostrar na prática, o que estava sendo conversado na entrevista em estúdio. De toda forma, a reportagem de Denise Delmiro se encaixa perfeitamente no perfil do programa, que tem um olhar direcionado para pautas cidadãs.

8.2.5.16 Gastronomia

A reportagem que compõe essa editoria também é uma das que foram veiculadas no Encontro sobre o feijão. No estúdio havia vários tipos de grãos e um especialista falava sobre a origem e qualidades do produto. No decorrer da conversa foram exibidos VTs das afiliadas, falando sobre o tipo mais consumido na região, a forma de cozinhar e quais os acompanhamentos mais apreciados. De João Pessoa, Hildebrando neto falou sobre o feijão verde.

8.2.5.17 Cotidiano

Em João Pessoa, um acontecimento singelo chamou a atenção das pessoas, que sugeriram a pauta. Um beija-flor que construiu um ninho no fio de um orelhão na frente do Tribunal de Contas do estado. A partir dessa constatação houve uma mobilização geral, todos os que trabalhavam por perto passaram a ter todos os cuidados com os passarinhos. A situação curiosa e inusitada se transformou em uma reportagem do Jornal Nacional. Novidade e inesperado são os valores-notícia que associamos a esse item, além do dia noticioso, tendo em vista que um conteúdo leve é sempre desejado para encerrar os telejornais, para relaxar o

telespectador depois de tantas notícias pesadas. Só que esse encerramento só é possível se os fatos do dia não se sobrepuserem a quaisquer outros assuntos.

8.2.5.18 Segurança

Uma investigação da Polícia Federal identificou um túnel que estava sendo escavado a partir de uma casa até uma penitenciária de segurança máxima em João Pessoa. A escavação já durava dois meses, sem que os vizinhos percebessem nada, além de o barulho excessivo de um aparelho de som, usado para encobrir o barulho das ferramentas. Na ocasião foi presa a irmã de um traficante, que declarou que o único objetivo dela seria libertar o irmão, mesmo que a consequência fosse uma fuga em massa. No que tange aos valores-notícia, podemos elencar a novidade, o inesperado e a infração como alicerces da noticiabilidade do fato. A proximidade também pode ser um fator importante, já que os presídios encravados em áreas urbanas densamente povoadas são uma realidade em todo o país.

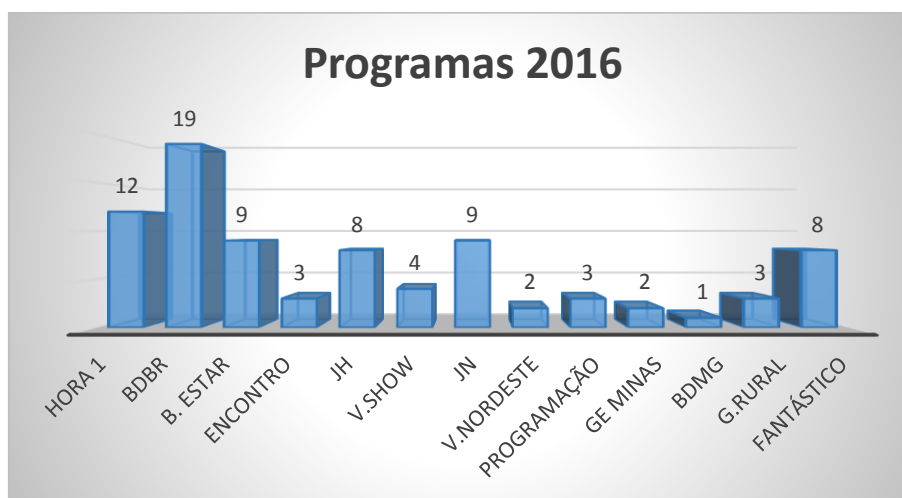
8.3 2016

Também elaborado pela editora Jô Vital, o Relatório de Rede de 2016 fornece informações sobre programas, datas, formato, editorias e repórteres. As informações foram organizadas da mesma forma dos anos anteriores.

8.3.1 Programas

Do ponto de vista da variedade de programas que utilizaram material jornalístico das TVs Cabo Branco e Paraíba, o relatório de 2016 aponta que a diversidade caiu em relação a 2015 – 13 contra 15, respectivamente – mas continua bem acima de 2014, que teve apenas 7.

Em números absolutos o Bom dia Brasil continua sendo o que mais utiliza material das afiliadas paraibanas, na segunda colocação vem o Hora 1, seguido pelo Jornal Nacional e pelo Bem Estar. Só depois vem o Jornal Hoje empatado com o Fantástico. O JH estava na segunda colocação no relatório anterior. A sequência da lista apresenta Vídeo Show, Globo Rural, Encontro e Flashes pra a programação nacional, além do Verão Nordeste – programa em que a cabeça de rede é a Globo Nordeste e conta com afiliadas de toda a região – e itens enviados para o Globo Esporte de Minas Gerais e para o Bom dia Minas, por ocasião da presença do time do Cruzeiro em João Pessoa.

Gráfico 28 – Programas que veicularam material jornalístico das afiliadas paraibanas em 2016

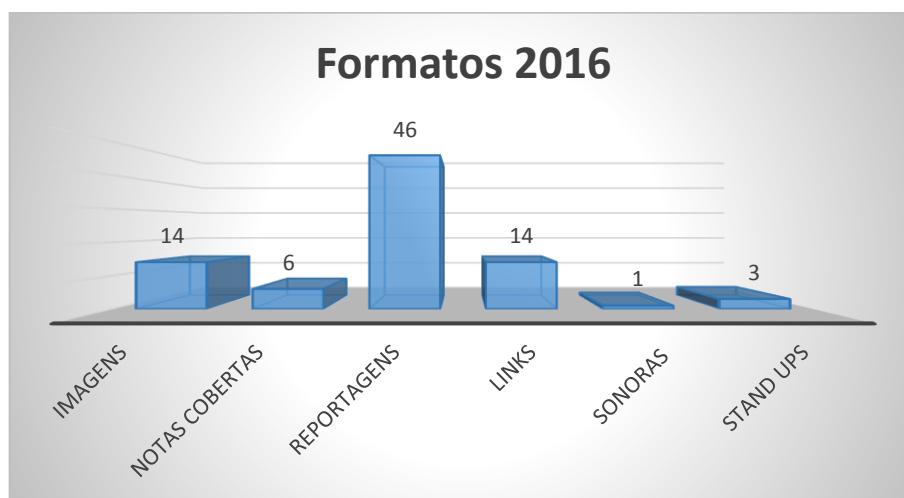
Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Em 2016, se excluirmos os domingos, que foram 52, teremos 313 dias. Excetuados os sábados, chegamos a 261. Desta forma podemos calcular o número de edições veiculadas de cada programa. Globo Rural e Fantástico se enquadram no primeiro número, Jornal Nacional e Jornal Hoje no segundo, já Bom dia Brasil, Hora 1, Bem Estar, Vídeo Show e Encontro se encaixam no terceiro. Com essas informações podemos também calcular proporcionalmente quem mais aproveita itens das TVs Cabo Branco e Paraíba.

Como nos anos anteriores, o Fantástico é o jornalístico que mais utiliza material das afiliadas da paraíba, com uma exibição a cada 6,5 edições. Na sequência vem o líder em números absolutos, Bom dia Paraíba, com um item aproveitado a cada 13,6 telejornais veiculados, seguido pelo Globo Rural com 17,3. Seguem nessa classificação: Hora 1 (21,6), Bem Estar (28,8), Jornal Nacional (34,7), Jornal Hoje (39,1), Vídeo Show (65) e Encontro (86,6).

8.3.2 Formatos

Da mesma forma que no ano anterior o relatório de rede de 2016 apresenta seis formatos de itens gerados para a Rede Globo: Imagens, Notas Cobertas, Stand-ups, Links ao vivo e Reportagens. O gráfico mostra qual a participação de cada uma dessas categorias:

Gráfico 29 – Formatos gerados para a Rede Globo pelas afiliadas paraibanas em 2016

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Quando comparamos o gráfico de formatos com o ano anterior verificamos que as reportagens permanecem em primeiro lugar, mas em 2016 o número cresceu, assim como cresceram o número de imagens, links e stand-ups. As notas cobertas e as sonoras perderam espaço. A partir desta comparação é possível perceber que todos os formatos em que há participação direta do repórter apresentaram crescimento, ao passo que, entre aquelas em que essa participação não acontece, como notas cobertas e sonoras, houve queda. A exceção ficou restrita ao item imagem.

Essa participação mais constante dos repórteres nos itens enviados pode ser uma consequência da já conhecida flexibilização do conceito de repórter de rede. Um outro aspecto é que essa presença pode indicar uma aproximação maior, uma vez que o repórter local é a identificação inequívoca de sua afiliada na tela da Rede Globo.

8.3.3 Mês

As TVs Cabo Branco e Paraíba enviaram para a programação da Rede Globo no ano de 2016 mais itens do que nos dois anos anteriores individualmente. Isso é evidente em números absolutos e, consequentemente, quando fazemos a análise dos dados por mês. Com 83 conteúdos, 2016 apresenta uma média mensal de 6,91 contra 6,58 do ano anterior e 4,5 de 2014. No gráfico a seguir é possível verificar a dinâmica na quantidade das gerações nos doze meses.

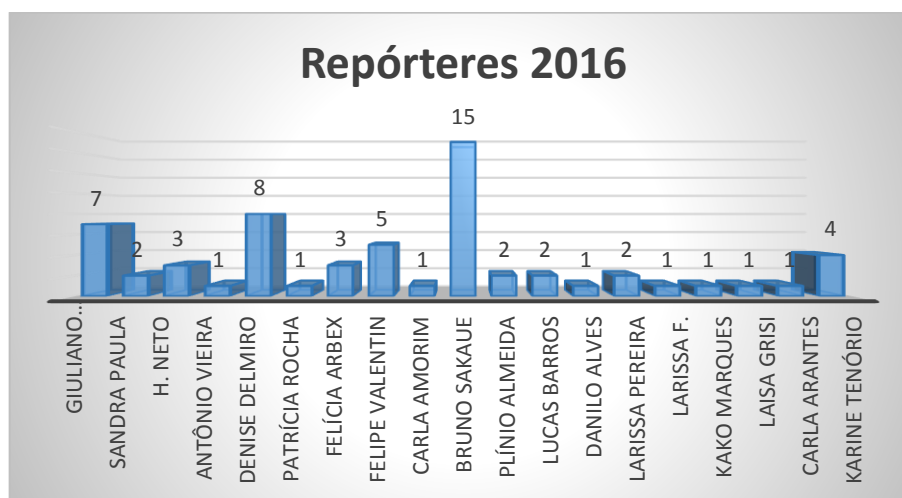
Gráfico 30 – Quantidade de itens gerados mensalmente pelas TVs Cabo Branco e Paraíba em 2016

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

A primeira conclusão que se pode tirar comparando o gráfico de itens enviados por mês em 2016 é que o fator sazonalidade teve pouca influência em alguns meses em que se esperaria uma influência maior. Em janeiro, apenas dois conteúdos estavam relacionados às férias ou ao turismo, diferente do que se poderia supor levando em conta as possibilidades de construção desse tipo de pauta no estado. No mês, a morte do humorista Shaolin foi a responsável pelo maior número de envios. Fevereiro, com 17 itens enviados, está no topo em 2016. No período a prévia carnavalesca, Folia de Rua, tradicional na capital paraibana, foi tema de três conteúdos, mas o assunto majoritário no período foi o surto de microcefalia na Paraíba e suas consequências, com 5 envios. Mas nem todos fogem à regra. Em outubro os itens de política relacionados às eleições são majoritários no mês. Em junho o São João de Campina Grande foi responsável por metade das gerações. Analisando esses períodos ficou evidente que, quando presentes, os assuntos factuais e coberturas repercutindo tais fatos tiveram prioridade, mesmo nos meses em que o calendário de festas e férias teriam possibilidades de oferecer uma quantidade maior de conteúdo. Evidentemente houve sugestões, mas os fatos se sobrepuseram às pautas mais amenas ou corriqueiras.

8.3.4 Repórteres

Em 2014 e 2015 o número de repórteres que assinaram matérias para telejornais da Rede Globo se manteve inalterado, com 12 profissionais. Em 2016 há uma mudança bastante significativa, com a ampliação para 19 repórteres diferentes das TVs Cabo Branco e Paraíba.

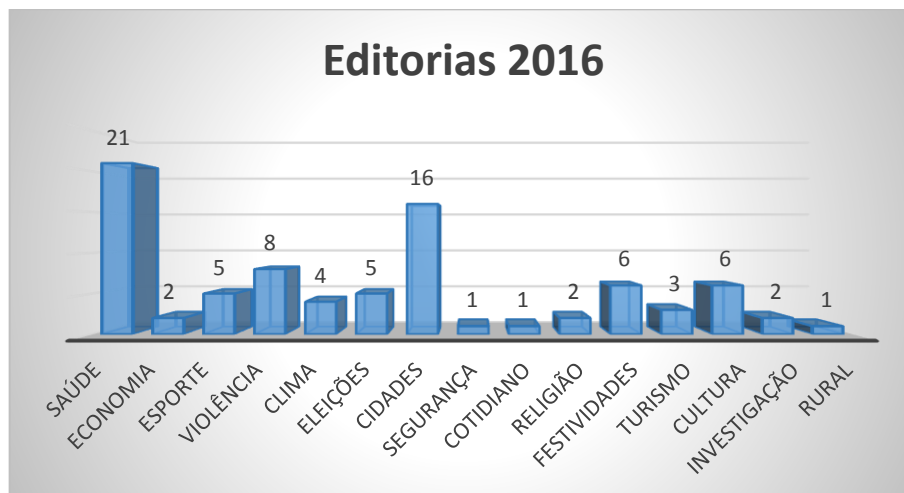
Gráfico 31 – Repórteres das afiliadas paraibanas que assinaram reportagens para a rede em 2016

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Como em todos os outros relatórios, Bruno Sakaue, repórter responsável pelas reportagens veiculadas pelo Jornal Nacional e pelo Fantástico foi quem mais assinou conteúdos veiculados na Rede Globo. Por outro lado, é visível a grande pulverização entre os profissionais da Rede Paraíba de comunicação. Denise Delmiro, como no ano anterior, foi a segunda colocada com 8 reportagens, seguida por Giuliano Roque, Felipe Valentin – à época responsável pela sucursal de Sousa, no sertão – Karine Tenório, Hildebrando Neto e Felícia Arbex. Os demais profissionais entraram duas ou apenas uma vez na programação da rede. Os dados confirmam a tendência apontada pelas editoras de rede e da Editora Regional das TVs Cabo Branco e Paraíba, segundo as quais o aproveitamento mais variado dos repórteres vem crescendo, devido à queda da exigência de repórter específico, que ficou restrita a apenas Fantástico e Jornal Nacional.

8.3.5 Editorias

O relatório de rede de 2016 registra 14 editorias: saúde, economia, esporte, violência, clima, política, cidades, segurança, cotidiano, religião, festividades, turismo, cultura e investigação. O número é inferior a 2014, com 16 áreas abordadas, e superior a 2015, que registrou apenas 12.

Gráfico 32 – Itens gerados pelas afiliadas paraibanas em 2016 classificados por editorias

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

8.3.5.1 Saúde

Como se pode constatar temas relacionados à saúde foram os mais tratados nos conteúdos enviados para a Rede Globo pelas afiliadas da Paraíba. São pautas variadas que abordam problemas epidemiológicos, como dengue e chikungunya, o aumento de casos de sífilis, transplantes de órgãos. Mas há um tema extremamente recorrente: O Zika vírus e o consequente surto de microcefalia. Em 2015 a médica Adriana Melo do ISEA – Instituto de Saúde Elpídio de Almeida, de Campina Grande, descobriu a relação entre o vírus da Zika em gestantes e a incidência de microcefalia em bebês. O material jornalístico das TVs Cabo Branco e Paraíba em 2016 cobre os desdobramentos dessa descoberta. Dezenas de bebês nascidos com a má formação e o acompanhamento deles no ISEA e em outros centros de saúde, as providências do INSS para conceder benefícios para as crianças e até um passeio das mães com os filhos, moradores de cidades do interior, que foram pela primeira vez à praia em João Pessoa. O assunto Zika/microcefalia correspondeu a um terço dos itens da editoria saúde em 2016. Essa incidência é plenamente justificada pela importância mundial da pesquisa da médica campinense e pelas consequências do surto de Zika em todo o Brasil. Desta forma, toda a cobertura sobre o assunto está associada a valores-notícia como; proximidade, uma vez que toda a população estava exposta ao agente transmissor; relevância, pelo destaque mundial que o trabalho da pesquisadora alcançou e dramatização, por causa das reportagens que acompanharam o cotidiano sofrido de mães que tiveram filhos com microcefalia.

8.3.5.2 Cidades

Em cidades, segunda editoria mais presente, houve bastante variedade de assuntos tratados, desde casos inusitados como uma corrida de jumentos ou a câmara municipal que exigiu que os vereadores fizessem testes de bafômetro antes das sessões, em Piancó, no sertão do estado. A situação inusitada atraiu a atenção dos produtores de rede do Bom dia Brasil. Estão presentes a novidade, o inesperado e o escândalo. A medida do presidente para evitar que os vereadores comparecessem às sessões embriagados se tornou um folclore local, que seria engraçado se não fosse deprimente. No telejornal o tom foi de seriedade, como o assunto exigia.

As passeatas também ganharam algum destaque nessa editoria, sejam as que tomaram conta da capital no primeiro de maio ou manifestações para protestar contra a corrupção no país. Com a frequência das manifestações em todo o país, a orientação da Rede Globo para as filiadas foi de não deixar de registrar, dando o destaque e importância proporcional ao tamanho dos eventos. A cobertura deveria ser descritiva e a participação das pessoas deveria ser divulgada segundo as estimativas dos organizadores e também da polícia militar.

Fraudes no programa Minha Casa Minha Vida também foram transformadas em reportagem. Ela integrou um giro entre várias capitais brasileiras mostrando que o material utilizado na construção era de péssima qualidade. Na paraíba o problema era outro: pessoas começaram a alugar e vender imóveis do programa, desrespeitando as regras do contrato. A investigação constatou que cerca de 60% dos imóveis não estavam ocupados pelas pessoas que se inscreveram e foram contempladas. Os valores infração e escândalo norteiam a seleção desse material pela rede.

Na editoria se destaca ainda material elaborado por Larissa Pereira sobre o condomínio Cidade Madura, que integrou uma série de reportagens do Jornal Hoje sobre a qualidade de vida dos idosos. Os condomínios adaptados para pessoas acima de sessenta anos se tornaram uma tendência e o giro mostrou tipos diferentes pelo país. Com o aumento da expectativa de vida dos brasileiros a demanda por empreendimentos desse tipo se tornou mais frequente. No que tange ao jornalismo, se percebe que também se tornou mais frequente a cobertura de temas relativos à terceira idade. A série de reportagens trata de tema importante para a sociedade e para a própria audiência do telejornal que tem uma fatia de 47% dos telespectadores acima dos cinquenta anos de idade, segundo informações do Ibope.

8.3.5.3 Violência

A editoria violência vem em terceiro lugar, com oito itens. Destacam-se alguns casos: a reportagem IRMÃ/MATA/IRMÃO, que narra como a comerciante Maria Celeste Medeiros do Nascimento contratou bandidos para simular um assalto na padaria da família e matar o único irmão dela, Marcos Antônio do Nascimento, de 28 anos. A matéria assinada por Bruno Sakaue foi veiculada no Fantástico e revelou as descobertas da polícia, que chegou à conclusão de que o crime tinha motivos patrimoniais. A jovem estava dilapidando o patrimônio da família à revelia do irmão e foi questionada sobre a atitude. A reação dela foi contratar bandidos para praticar o assassinato de forma disfarçada. As imagens dela no momento do crime e nas homenagens prestadas a Marcos, chocaram pela frieza. Uma rotina de normalidade interrompida por atitudes gananciosas, um conflito que encaminha uma trama ardilosa contra alguém da própria família por motivos vis, a reviravolta da descoberta e da punição. O roteiro da história real obedece uma lógica que remonta mitos e fábulas onde a indignidade acaba sempre por levar a um fim amargo. Morte, drama, inesperado e conflito se avolumam para justificar a presença da reportagem na rede nacional.

Nas vésperas dos Jogos Olímpicos a Polícia Federal descobriu que um suposto grupo de simpatizantes do Estado Islâmico trocava mensagens pela internet sobre a possibilidade de um atentado durante a Olimpíada do Rio. A reportagem PRISÃO/TERRORISTA foi veiculada no Jornal Nacional porque um dos integrantes desse grupo morava em João Pessoa e foi preso na capital paraibana. O assunto ainda rendeu uma entrada ao vivo no Bom dia Brasil e uma nota coberta no Jornal Hoje. Nesse caso uma cobertura de alcance nacional teve um episódio importante na Paraíba e foi naturalmente coberto pelas equipes locais. O terrorismo, assunto que atrai a atenção do mundo inteiro e que parece algo tão distante da realidade brasileira e mais ainda paraibana, bateu à porta. A sensação de proximidade desconfortável se soma ao inesperado e à morte, evidentemente associada aos atos terroristas.

Ainda na esfera da violência, a TV Cabo Branco fez a produção, gravou imagens e sonoras para a confecção da reportagem CRIME/ESPANHA, assinada por Rodrigo Alvarez, correspondente na Europa. O casal de paraibanos, Marcos Nogueira, Janaína Américo e os filhos de 5 e 1 ano de idade foram mortos e esquartejados dentro da casa deles, no povoado de Pioz, na província de Guadalajara. O acusado pelo crime, François Patrick Gouvêia, de 19 anos, era sobrinho de Marcos. Um desdobramento deste caso ainda gerou um outro item: IMAGENS/PRISÃO/MARVIN. O material compôs a reportagem de Maurício Ferraz sobre um

outro aspecto chocante do crime: François trocou mensagens com um amigo de João Pessoa em tempo real durante a prática dos crimes. Nessas mensagens Marvin Correia, de 18 anos, não se mostrou chocado com os acontecimentos e até aconselhou o amigo sobre a melhor forma de sair da casa dos parentes sem despertar suspeitas. O caso parece saído de um romance policial devido ao elenco de detalhes cruéis apurados pela polícia e divulgados pela reportagem. E como um desses romances, tinha todo o potencial para atrair a atenção das pessoas. Estão presentes aqui os motivos torpes e a morte dentro de um núcleo familiar, com o lamentável agravante das crianças entre as vítimas.

8.3.5.4 Festividades

O calendário de festividades da paraíba esteve presente na programação nacional por causa do dois eventos específicos: o bloco pré-carnavalesco Muriçocas do Miramar, um dos maiores do Brasil, e o São João de Campina Grande. As festas juninas perderam fôlego na rede em relação ao ano anterior. Enquanto em 2016 foram 3 itens, de um total de 6 da editoria festividades, em 2015 só o evento campinense foi responsável por seis inserções nos telejornais da Rede Globo. De toda forma permanecem presentes os critérios de noticiabilidade que motivaram a seleção desses itens no relatório passado.

8.3.5.5 Cultura

O Vídeo Show aproveitou imagens do artista paraibano Luan Estilizado e do Grupo Os Gonzagas, mas o assunto de maior destaque foi, sem dúvida a morte do humorista Shaolin, presente no Encontro, no Vídeo Show e no Jornal Nacional do dia 14 de janeiro. O artista, que já tinha sido contratado da Rede Globo no passado sofria há anos com a perda de movimentos sequela de um acidente de Carro em Campina Grande. Os valores notícia aqui elencados são a morte, notoriedade e notabilidade.

8.3.5.6 Esporte

Uma observação atenta da editoria esporte vai mostrar que a variação de temas foi pequena, há uma reportagem sobre delegações estrangeiras que utilizaram a estrutura da Vila Olímpica Paraíba para treinos preparatórios visando as Olimpíadas e uma matéria sobre os Jogos Escolares. Os três itens restantes estão ligados a um só evento: o jogo entre Campinense

e Cruzeiro de Belo Horizonte pela Copa do Brasil. Não surpreende que os itens em questão tenham sido gerados para a Globo Minas e exibidos do Bom dia e no Globo Esporte de lá. Nesse caso, além do interesse mineiro no confronto contribui como critério de noticiabilidade o aspecto organizacional, uma vez que como detentora dos direitos de transmissão da Copa do Brasil, a Rede Globo se obriga a cobrir os preparativos para os confrontos.

8.3.5.7 Política

Dos itens incluídos na editoria, três são registros dos resultados das eleições de 2016 em João Pessoa, mas a reportagem COMEMORAÇÃO/SECA, se afasta da observação e revela uma situação de descaso da classe política com a população. O material assinado por Felipe Valentim mostra que a prefeita eleita de Santa Terezinha, no sertão do estado, comemorou a vitória nas urnas gastando 16 mil litros de água potável, transformando um carro pipa em uma espécie de chafariz gigante, onde ela e os correligionários dançavam e se banhavam durante a festa. Situações em que agentes públicos se comportam de forma completamente alheia às necessidades do povo são conhecidos de todos os brasileiros, o que evoca uma situação de proximidade e escândalo.

Uma outra reportagem também revela uma situação estarrecedora: VEREADORES/BANDIDOS mostra como pessoas que respondiam a processos, já foram condenadas e até estavam presas conseguiram ser eleitas em várias cidades do Brasil, inclusive em Catolé do Rocha, sertão da Paraíba, onde Bira Rocha, presidiário acusado de cinco homicídios, formação de quadrilha e violência doméstica coordenou a campanha da cadeia e conquistou o mandato. As possibilidades que a frouxa legislação brasileira oferece aos criminosos que querem entrar na política estão associadas aos valores escândalo, inesperado e infração.

8.3.5.8 Clima

A seca, como se poderia esperar, foi tema central da editoria clima. No dia 13 de outubro o Jornal nacional exibiu SE VIRA NA SECA, matéria que mostrou como os paraibanos que moram em cidades com racionamento de água estavam conseguindo seguir com a rotina diária. O Globo Rural também exibiu duas reportagens sobre a seca na Paraíba e a expectativa de chuvas. Por outro lado, as chuvas de verão em João Pessoa também foram notícia no Bom dia Brasil. A editoria clima está evidentemente ligada à sazonalidade, mas para além disso, uma

situação como a seca prolongada que ultrapassou os períodos historicamente determinados, resultou em uma série de situações mais graves, o que atrai o valor-notícia Drama.

8.3.5.9 Turismo

O espaço para o turismo entre os itens gerados para a rede Globo se resumiu a três itens. Dois deles entraram apenas no programa Verão Nordeste, coordenado pela Globo de Recife e veiculado nos nove estados da região: uma reportagem sobre a praia do Bessa e uma entrada ao vivo no Salão de Artesanato da Paraíba. O outro conteúdo foi uma reportagem para o quadro Tô de folga, do Jornal Hoje, em Campina Grande. Nas duas situações os critérios organizacionais tem influência fundamental já que o quadro do jornal Hoje tem periodicidade definida e a rede se organiza junto às afiliadas para conseguir totalizar o número de reportagens que precisa. Da mesma forma o Verão Nordeste é um programa produzido todo ano pela Globo Nordeste e precisa da colaboração de todos os estados da região, sem a qual o próprio nome não faria sentido.

8.3.5.10 Investigação

O jornalismo investigativo teve participação no relatório de 2016, mas os profissionais da Paraíba contribuíram apenas com as imagens para reportagens de Eduardo Faustini, o repórter secreto do Fantástico. Em um dos casos um esquema que desviou mais de 200 milhões de reais em 80 cidades da Paraíba, fraudava licitações, que eram vencidas por empresas fantasmas. Na edição seguinte da revista semanal da Globo, foi mostrada ação da operação Andaime, que prendeu sete pessoas envolvidas nas fraudes, inclusive a prefeita Cláudia Dias, da cidade de Monte Horebe. Nesses casos, a apuração das reportagens é executada geralmente pelas equipes da Globo. As editoras de rede e a direção das TVs locais são informadas de que os profissionais estão a caminho mas, por questões éticas, sequer procuram saber qual é a pauta.

8.3.5.11 Religião

O assunto religião apareceu em dois itens: a crença popular de conseguir casamento ao passar por baixo da Pedra da Santo Antônio, no distrito campinense de Galante, foi destaque no dia do santo na reportagem exibida no Hora 1. A curiosidade do costume e a sazonalidade – tendo em vista que a reportagem foi exibida no dia em que se homenageia o Santo –

colaboraram para a seleção, que acabou dando visibilidade a uma tradição do catolicismo popular, com seus atavismos encrustados em nossa cultura.

O outro item rendeu uma nota coberta no Jornal Nacional. RENÚNCIA/DOM ALDO, registrou o pedido de afastamento do Arcebispo da Paraíba, envolto em denúncias de acobertamento de casos de pedofilia. A notícia é a um só tempo local e universal por causa das diversas denúncias de casos semelhantes em todo o mundo, tendo como exemplo maior os escândalos relatados pela equipe Spotlight, do jornal americano The Boston Globe. Por conta disso atrai valores-notícia como proximidade e escândalo.

8.3.5.12 Rural

O Globo Rural exibiu reportagem falando sobre a proibição da captação de água para irrigação e criação de peixes no açude de Coremas, o maior da Paraíba, por causa da queda no nível do reservatório. Não é sem enfrentar um conflito eu uma autoridade toma uma decisão como essa. Na escassez, se opta por suprimir o meio de vida e sustento de alguns agricultores e piscicultores para evitar o desabastecimento da água para o consumo humano. A despeito da lógica incontestável da medida, ela não se dá sem drama. Esse conflito de interesses, todos eles legítimos, é um dos critérios que chamam a atenção para a reportagem, à qual aderem também os valores-notícia Novidade e Relevância – tendo em vista que existe toda uma população atingida pelo problema.

8.3.5.13 Segurança

Em segurança a notícia foi a terceira rebelião dentro de uma semana em centros socioeducativos da Paraíba. A reportagem de Felícia Arbex mostrou que um dos adolescentes internos teve que ser levado para o hospital. As rebeliões em presídios e assemelhados sempre atraem os olhos eletrônicos da TV pela potencialidade de fatos que estão repletos de valores-notícia. Morte, da parte dos internos; Drama, das famílias desesperadas por informações; Relevância, quando consideramos que a presença daquelas pessoas, principalmente adolescentes, dentro da unidade revela uma falha da sociedade. A mesma que, por outro lado, teme que uma fuga de grandes proporções comprometa sua segurança. A situação é de conflito dentro do cárcere e também na opinião pública, quando se rediscutem leis e estatutos, detrata-se ou invoca-se a necessidade de respeito aos direitos humanos.

8.3.5.14 Cotidiano

Na editoria cotidiano a TV Cabo branco colaborou com uma reportagem do fantástico sobre a guarda compartilhada de animais de estimação. As disputas judiciais entre casais separados têm se tornado cada vez mais frequentes. Nesse caso, repete-se o procedimento: a rede quer tratar de determinado assunto e solicita às afiliadas que procurem personagens que se encaixem no tema. Os que são considerados mais adequados acabam compondo a reportagem. O método ajuda a ter sempre as melhores histórias através de uma espécie de seleção natural e também aproxima o telejornal de rede do público dos estados.

9 CONCLUSÕES

O objetivo desta pesquisa é analisar de que forma os conteúdos produzidos pelas TVs Cabo Branco e Paraíba conseguem ultrapassar os canais de seleção que separam as afiliadas dos telejornais de rede. Quais são os critérios utilizados pelos jornalistas das TVs locais para identificar o potencial de uma reportagem para a exibição nacional e, por outro lado, como os produtores de rede da Globo selecionam entre o volume de conteúdos oferecidos diariamente os conteúdos que vão ser aproveitados.

Para entender esse processo foi necessário também lançar um olhar sobre a importância do conteúdo das afiliadas na composição dos principais telejornais. De que forma a rede se alimenta dos itens enviados de todas as partes do país, qual a relevância deles dentro dos espelhos desses telejornais e qual a dinâmica desta participação no período em que a pesquisa foi realizada.

No que se refere a afiliadas paraibanas, o primeiro aspecto que chama a atenção é a evolução dos números de itens gerados para a Rede Globo no recorte temporal que compreende os anos de 2014, 2015 e 2016. No primeiro ano, conforme o relatório de rede elaborado pela editora Jô Vital, as TVs Cabo Branco e Paraíba geraram 54 conteúdos. Nos anos seguintes os itens enviados foram, respectivamente, 79 e 83. O crescimento de quase 50% é muito significativo e há fatores que contribuíram para esse incremento.

Em novembro de 2014 a Rede Globo, baseada em pesquisas que apontaram que os telespectadores desejavam mais conteúdo informativo, promoveu uma ampliação no número de horas dedicadas diariamente ao jornalismo. O Hora 1 da notícia foi criado e passou a ocupar a grade de 05:00 às 06:00 da manhã e o Bom dia Brasil ganhou mais vinte minutos de duração. Além disso, desse período para cá o Jornal Nacional aumentou paulatinamente seu tempo, partindo de 38 para cerca de 50 minutos. Programas de entretenimento como o Encontro com Fátima Bernardes também utilizam conteúdo jornalístico. Todos esses fatores aumentaram a demanda por conteúdo. A Editora Regional da rede Paraíba de Comunicação confirma que a necessidade da rede de material das afiliadas cresceu e que esse processo não tem retorno.

Não tem volta, porque hoje a gente tem que fazer mais com menos, e não somos só nós, a TV Globo também. Na última palestra do Bom dia Brasil em agosto, a editora disse que só tem equipe exclusiva do Bom dia pra 40 minutos de jornal. Quando você soma as equipes, com três minutos de VT, em média, dá 40 minutos. O resto vem de outras equipes, inclusive de afiliadas. (APÊNDICE C)

A afirmação é ainda comprovada por outra tendência verificada nos levantamentos realizados sobre a participação da afiliadas nos telejornais de rede. De 2014 para 2015 o Bom

dia Brasil verificou um aumento de 20% na participação das emissoras parceiras. No ano seguinte houve queda, mas os índices continuaram acima de 2014. Para além disso também se verificou que houve um aumento na duração das reportagens e muitas delas foram compilações de material de várias afiliadas, centralizados por um repórter da Globo, o que indica que a regressão na participação das afiliadas é menor do que a estatística indica.

O Jornal Hoje também apresentou um crescimento na participação das emissoras afiliadas no triênio 2014/2015/2016. O avanço se deu de forma contínua à taxa de três pontos percentuais por ano, mostrando a consolidação de uma tendência de maior participação do jornalismo regional na Globo

Principal produto jornalístico da TV Globo, o jornal Nacional, à despeito do aumento na duração, não seguiu a linha ascendente da participação das afiliadas verificada nos demais telejornais, mantendo uma taxa de 12% durante os três anos. Com o compromisso de resumir o que de mais importante aconteceu durante o dia no Brasil e no mundo, o JN tem um perfil eminentemente factual, o que pode explicar essa estabilidade nos números. Para chegar a esta conclusão temos que ter em mente que nos últimos anos, assuntos como a Operação Lava-jato e seus desdobramentos ocupam uma fatia importante do espelho do telejornal. Ao contrário do Bom dia Brasil, que noticia e repercute geralmente o que aconteceu na tarde/noite do dia anterior e do Jornal Hoje que foca principalmente no que aconteceu no fim da noite anterior e durante a manhã, o Jornal Nacional faz um apanhado de todos os fatos importantes desde que sua última edição foi ao ar. Se, como de costume, a Polícia Federal cumpre mandados nas primeiras horas da manhã e prende alguém importante, o Bom dia Brasil vai fazer entradas ao vivo para trazer as primeiras informações sobre os fatos. Nesse caso, o Jornal Hoje deve trazer reportagem completa sobre a atuação da PF e explorar as primeiras reações. Já o Jornal Nacional, vai trazer a cobertura mais abrangente, partindo do factual da operação, mostrando as consequências mais imediatas, repercutindo e analisando os ecos da operação nos setores afetados e fora deles. Dessa forma, devido à grande quantidade de fatos e material jornalístico gerado pelas investigações dos escândalos de corrupção, o espaço do telejornal fica mais limitado para outras editoriais e, consequentemente, para o conteúdo das afiliadas.

Além da questão do espaço/tempo como critério de noticiabilidade que define a participação das emissoras parceiras e da cabeça de rede, verifica-se, no caso do JN que a importância dos fatos da Lava-jato criou rotinas organizacionais para proporcionar uma cobertura que precisa de atualização constante. Todos os dias há repórteres designados para coberturas de fatos novos, desdobramentos e consequências da operação. Não é possível negar a relevância de tais fatos mas, na prática, a profusão de conteúdo em torno de um só núcleo,

acaba empobrecendo o telejornal, pelo menos do ponto de vista da diversidade. Como afirma Guerra (2014), há um preço a ser pago pela implantação de tais rotinas.

A eficiência desse processo não pode ser ignorada na garantia do fluxo de informações que circulam interna e externamente nas sociedades complexas de hoje. Mas, ao mesmo tempo em que essas rotinas potencializam o trabalho, causam limitações também. Aliás, é justamente esse o aspecto mais destacado nas inúmeras pesquisas do newsmaking. O exemplo clássico dessas limitações são as coberturas de fontes e instituições oficiais do governo, que oferecem informação em grande quantidade e acessibilidade para os jornais, com regularidade, mas que comprometem a pluralidade e a diversidade do conteúdo. (GUERRA, 2014, p. 44)

Se o Jornal Nacional manteve os índices de aproveitamento de conteúdo das afiliadas e os outros telejornais analisados, Bom dia Brasil e Jornal Hoje, apresentaram um crescimento desse aproveitamento, a média geral reflete o aumento desse percentual.

Voltando aos relatórios de rede das TVs Cabo Branco e Paraíba e sua curva ascendente de gerações para a rede podemos verificar ainda outros fatores que contribuíram para esse avanço. Um deles é a flexibilização da regra do repórter de rede. Antes existiam os profissionais aprovados para a entrada nos telejornais da Globo. Barbosa (2015) explica que, para ser alçado a esta função o profissional precisava passar por algumas etapas:

(...)os repórteres de Rede acabam sendo mais exigidos, com offs mais apropriados para tal função. Alguns deles fazem intercâmbios (passam um tempo no Rio de Janeiro ou em São Paulo), passando uma temporada nessas redações, trabalhando e vivendo o dia a dia local. (APÊNDICE B)

Atualmente os únicos programas que exigem um repórter pré-aprovado são o Jornal Nacional e o Fantástico. Isso abriu uma série de possibilidades para outros profissionais das afiliadas e para elas próprias, uma vez que a logística da produção das reportagens ficou menos trabalhosa. Se determinado jornalista está envolvido na cobertura de um fato e esse material interessa à rede, ele próprio vai se encarregar de produzir uma versão para a veiculação nacional, dispensando a necessidade de mobilização de uma equipe com outro colega que teria que ser inteirado dos acontecimentos por quem já estava acompanhando. Desta forma se evita mais tempo, deslocamentos e despesas.

Nesse caso, tempo também quer dizer possibilidades de veicular o material no telejornal de rede, como explica Vital (APÊNDICE A): “(...)como são muitas afiliadas tentando emplacar suas matérias, quem é mais ágil leva. Ou seja, a praça que oferta primeiro tem mais chances de emplacar.”

Não parece ser acaso o fato de que os relatórios de rede mostram que a diversidade de profissionais que assinaram reportagens para a rede aumentou. Bruno Sakaue, encarregado do material do Jornal Nacional e do Fantástico continua sendo o líder em veiculações, mas o

número de repórteres que colaboraram para os demais telejornais se expandiu: em 2014 e 2015 foram doze, já em 2016 o número saltou para dezenove. Diante dessa realidade não há como negar que a flexibilização da regra do repórter de rede, ainda que não seja o motivo principal, é um elemento importante no elenco de fatores que contribuíram para que o número de gerações das afiliadas paraibanas esteja em curva ascendente. Com uma equipe de repórteres qualificada é possível, por exemplo, ter mais de uma reportagem em um único dia, o que seria praticamente inviável se as reportagens em questão estivessem obrigatoriamente vinculadas a um profissional específico.

Não é difícil de concluir que a participação dos repórteres no debate sobre quais matérias podem ou não ser sugeridas à rede se enriqueceu. É evidente que diante da possibilidade de ver seu trabalho veiculado nacionalmente os profissionais se motivam a chamar a atenção para as histórias que estão contando, evidenciando as possibilidades delas, defendendo seu potencial. Desta forma o processo acaba se tornando mais colaborativo e integrado, uma vez que repórteres e editores de rede trocam mais ideias sobre o que está sendo produzido e que pode figurar nos espelhos nacionais.

Além do aumento da demanda da rede por causa do incremento no número de horas diárias de jornalismo e pelo crescimento da participação das afiliadas nos telejornais de rede, há ainda um outro fator que também deve ser considerado: em julho de 2014 a editora de rede Jô Vital, que também acumulava a edição do Paraíba Comunidade, veiculado nas manhãs de domingo, teve suas funções redirecionadas pela editora regional.

Acho que a gente tem muito potencial, nossa equipe é muito qualificada em relação a outras afiliadas. Quando entramos tiramos Jô Vital de uma dupla função e colocamos exclusivamente pra edição de rede, não sei se teve relação real, sei que houve um incremento. (APÊNDICE C)

Desta forma, a edição de rede das TVs cabo Branco e Paraíba passou a contar com Jô Vital em dedicação exclusiva e Débora Cristina Barbosa, se dividindo entre o Bom dia Paraíba e as pautas nacionais.

Levando em consideração que em 2014 Vital ocupou a função com exclusividade por cinco meses e em 2015 e 2016 se dedicou à edição de rede durante todo o tempo, podemos concluir que esse foi um fator que contribuiu para a evolução dos números. Não deve ser desprezado o fato de que mais horas para exercer uma tarefa como esta se refletem em um olhar mais aguçado. A consequência disso é uma prospecção mais eficiente de material jornalístico e o aumento no número de ofertas para a rede. E ofertar mais quando se tem um trabalho de bom nível, na maioria das vezes quer dizer emplacar mais matérias.

Em resumo: o avanço no número de reportagens, entradas ao vivo, stand-ups, notas cobertas e imagens geradas para a Rede Globo verificado de forma extremamente acentuada entre 2014 e 2015, saltando de 54 para 79 itens, e seguindo em ascensão mais suave em 2016, com 83 itens, é a prova de que o jornalismo das TVs Cabo Branco e Paraíba tem se tornado cada vez mais relevante dentro do complexo tecido que une afiliadas e a cabeça de rede. Na nossa avaliação contribuíram para isso a disponibilidade de espaço/tempo na programação jornalística da Globo, a restrição da exigência de repórteres de rede e a dedicação exclusiva de uma editora de rede na TV local.

9.1 DOS PARADIGMAS

Em uma redação de TV está em funcionamento contínuo um processo de gatekeeping, uma seleção constante do que pode ou não se tornar notícia. Nessa engrenagem a atuação individual dos jornalistas é só uma etapa do processo. Há diversos aspectos além da análise do fato em si com base em valores-notícia. Há critérios de noticiabilidade que podem influenciar tomadas de decisões mesmo sendo alheios ao aspecto puramente jornalístico da análise. Problemas estruturais ou orçamentários podem afastar uma reportagem que envolva uma logística mais elaborada, por exemplo. Aspectos comerciais podem influenciar a cobertura de determinado acontecimento. O perfil editorial do meio de comunicação também vai influenciar diretamente se uma determinada notícia vai ser dada e como vai ser elaborada. Dependendo da empresa, esses fatores podem ter maior ou menor influência. Para Silva (2014) não há como se debruçar sobre o tema da noticiabilidade sem levar em conta os vários aspectos envolvidos.

É no percurso dessa longa cadeia produtiva da notícia que devemos investigar a rede de critérios de noticiabilidade, compreendendo noticiabilidade (newsworthiness) como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo de produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relações com as fontes e o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais. (SILVA, 2014, p. 52)

Dentro desse conjunto de possibilidades, as regras de seleção acabam se consolidando em uma socialização organizacional, que pode ser traduzida como um pensamento de grupo. A redação funciona como um organismo onde todos internalizam o *modus operandi* do meio de comunicação, suas orientações formais, estruturais e éticas, como afirma Shoemaker (2011, p. 105).

Conforme as decisões sobre o gatekeeping são feitas, esse contexto de valores compartilhados entra em ação. Consequentemente não apenas os gatekeepers tomam

decisões com base em critérios pessoais (nível individual da análise) e nas rotinas de comunicação que dominam a profissão (nível das rotinas), como também tomam decisões com base em um aparelho organizacional que é resultado da socialização organizacional.

Todos os aspectos aqui abordados dizem respeito ao conteúdo da notícia, mas para que ela chegue com a frequência necessária é preciso padronizar procedimentos. A mecânica dessa máquina é criada para que toda informação processada pelo sistema possa ser transformada em notícias dentro do tempo necessário. Uma das engrenagens desse mecanismo são fontes perenes de conteúdo que são extremamente valiosas quando pensamos que os acontecimentos imprevisíveis, o nome já diz isso, não estão disponíveis com a quantidade e frequência que as redações necessitariam para preencher seu noticiário. Essa fontes perenes geralmente estão ligadas às instituições oficiais, mas também há fontes previsíveis de informações que disponibilizam conteúdo em períodos específicos. As eleições, por exemplo, incrementam o conteúdo das páginas de política de dois em dois anos. É, portanto, previsível que determinados tipos de conteúdo estejam disponíveis com maior facilidade, ou mesmo com exclusividade, em determinadas épocas.

9.2 DA SAZONALIDADE

Na nossa pesquisa analisamos de que maneira e com que frequência determinados assuntos estiveram presentes nos relatórios de rede de 2014, 2015 e 2016. Consideramos que algumas temáticas, em tese, poderiam ser mais atrativas para a veiculação em rede nacional em determinadas épocas do ano. Encontramos três delas: Turismo, festividades e eleições. No que tange ao turismo consideramos que na Paraíba os meses mais propícios são os da alta temporada, entre dezembro e janeiro. Na editoria festividades o mês de junho seria o principal por causa das festas juninas, notadamente o São João de Campina Grande. A política, voltada para a temática das eleições tende a ser mais relevante em setembro e nos primeiros dias de outubro.

Quando se analisa os relatórios cruzando as editorias com os meses em que os itens foram veiculados é possível identificar se essas probabilidades teóricas se refletem na realidade prática. Quando a editoria em questão é a de festividades temos um ano de 2014 que contraria a crença na força da sazonalidade. Em junho apenas um item relacionado às festas juninas foi gerado para a rede e ele esteve longe de ser predominante no mês esperado. Já quando avançamos para o relatório seguinte o quadro se transforma de maneira acentuada. No período das festas juninas foram gerados 7 itens da editoria festividades, de um total de oito enviados

no ano inteiro e quase metade dos itens do mês versam sobre o São João. No relatório de 2016 não houve tantas gerações quanto no ano anterior, mas os três itens enviados foram suficientes para colocar a editoria na frente das outras no período relacionado.

A editoria política foi responsável por três gerações em 2014. Todo o material estava voltado para a cobertura das eleições. Mas mesmo dentro do período esperado os itens com essa temática não predominaram sobre outras editorias, ficando equiparada à de comportamento e sendo superada pela de justiça. Em 2016, também ano eleitoral, a situação mudou. Houve cinco gerações de política/eleições. Todas elas se concentraram nos primeiros dez dias de outubro e foram o assunto mais presente no mês. Comparando os dois anos com 2015, quando não houve eleições, percebemos que o número de itens que tratam de política não teve uma oscilação significativa, mas o período em que o material foi gerado sim. Nos anos pares todo o noticiário político está concentrado em setembro e outubro enquanto que no ímpar os itens estão pulverizados entre quatro meses.

A concentração de itens nos períodos esperados aponta para a predominância da sazonalidade, porém essa supremacia não é total, uma vez que nem sempre o assunto política foi majoritário entre as editorias no período verificado. Em 2016 a política predominou, mas duas das reportagens que tratavam do tema estão sob o domínio do valor-notícia Inesperado: a constatação de que pessoas presas e processadas foram eleitas para cargos parlamentares e a prefeita do sertão que comemorou a vitória desperdiçando milhares de litros de água em uma festa. Desta forma é pertinente pensar que o peso da sazonalidade nesses casos não é o único que faz a balança pender a favor da editoria.

Quando nos debruçamos sobre a editoria Turismo verificamos que a concentração de itens enviados e veiculados nos telejornais da rede não acontece nos períodos em que se poderia esperar. Em 2014 há três conteúdos que tratam das belezas naturais da Paraíba e seus atrativos, mas só um deles – as imagens do pôr-do-sol do Jacaré, em Cabedelo - foi gerado em janeiro, os demais foram enviados em fevereiro e agosto. Em 2015, dos seis itens presentes na editoria, somente dois se colocam na faixa de tempo considerada como alta temporada: a reportagem sobre a Praia do Bessa e uma outra sobre Jericoacoara. Esta última dentro do quadro Tô de Folga do Jornal Hoje, realizado por Bruno Sakaue e gerada a partir da TV cabo Branco, embora o local da reportagem seja fora da Paraíba. Já em 2016 houve três gerações da editoria turismo e duas delas aconteceram em janeiro dentro do programa Verão Nordeste, coordenado pela Globo Recife. Esse foi o único caso em que houve concentração de itens da editoria em janeiro, mas é preciso evidenciar que os dois cumpriram uma demanda específica de um só programa e que o turismo não foi o assunto predominante no mês.

Das três editorias aqui selecionadas, fica evidente a partir da análise dos números que Turismo foi a quem menos sofreu influência da sazonalidade, o que é um tanto surpreendente, tendo em vista que o principal nicho turístico da paraíba é o litoral e o período em que esse destino é mais procurado é tradicionalmente o que compreende os meses de dezembro de janeiro. Se em nenhum dos anos analisados a editoria turismo foi majoritária nos meses em questão surgem duas hipóteses: ou a oferta de material similar por parte de afiliadas de outros estados da costa brasileira saturou a rede, fazendo com que o material paraibano pudesse ser considerado repetitivo e dispensável, ou existe uma necessidade de se aprimorar os processos na TV Cabo Branco para conseguir mais êxito nesta editoria. É possível que essa mudança seja necessária não na forma como se oferta o material, mas no princípio da pauta, quando se decide de que maneira vai acontecer a abordagem. Se belezas litorâneas são abundantes no país é preciso enxergar além para criar um enfoque criativo, diferenciado, contextualizado geográfica, histórica e culturalmente para atrair a atenção dos produtores de rede.

9.3 DA VIOLÊNCIA

Dentro da academia e no público telespectador em geral existe uma crença de que a rede nacional só se ocupa de noticiar coisas da Paraíba quando algum tipo de desgraça acontece, sejam acidentes ou crimes escabrosos. A condição periférica das populações menores e dos meios de comunicação locais foi abordada por Alsina (2009), que constata como os grandes meios de comunicação deixam essas populações órfãs de notícias sobre seu entorno.

Os cidadãos dessas populações quase não se veem nas notícias ou, se aparecem, é por causa dos acontecimentos veiculados pelos meios de comunicação. É por isso que eles têm uma carência de informação jornalística respeito ao seu entorno mais próximo, com os meios de comunicação nacionais. (ALSINA, 2009, p.150)

Essa ideia de que apenas fatos chocantes, ou predominantemente eles, conseguem ultrapassar os portões da seleção de notícias dos telejornais de rede nacional pode ser considerada verdadeira quando verificamos incidência da editoria violência no relatório de rede de 2014. Foram dez itens abordando assaltos, pedofilia e assassinatos que chamaram a atenção de rede. Destacamos o homicídio em um casamento de Campina Grande, onde o noivo foi assassinado a mando do sócio e padrinho do matrimônio e também a morte de uma adolescente dentro de uma escola em João Pessoa. O autor foi um ex-namorado, também adolescente. A presença desses fatos no noticiário nacional está ligada às circunstâncias dos crimes praticados. Souza (2009) entende que os delitos mais graves são principal matéria-prima do jornalismo policial.

Entendemos por crimes hediondos aqueles cuja prática violenta é de gravidade acentuada, que causam aversão e revolta à coletividade por ofenderem os valores morais legítimos. E por isso, a lei tende a ser mais rigorosa no julgamento deles que em outros. Partindo do pressuposto de que a violência não faz parte do status quo social, constatamos que ela atende aos critérios fundamentais de noticiabilidade midiática, como ineditismo, improbabilidade, interesse, apelo e empatia. (SOUZA, 2009, p.7)

Se é verdade que a violência é a mais relevante entre todas as editorias no relatório de rede de 2014, o mesmo não se pode dizer dos anos posteriores. Em 2015 e 2016 ela recuou no número de envios, registrando oito itens em cada ano contra dez de 2014. Na escala de importância do temário os crimes foram deslocados para posições secundárias, sendo terceiro assunto mais presente nos dois anos. Em 2015 a Violência ficou atrás de Cidades – com o triplo de itens - e Saúde, com uma vantagem considerável, e ainda teve Festividades dividindo a terceira colocação. No relatório de 2016 Cidades, a segunda colocada, teve o dobro de envios quando comparada a Violência. A editoria saúde, a mais presente no relatório, teve 13 itens a mais que a terceira colocada.

É preciso observar que nos anos posteriores a 2014 a editoria violência não teve queda acentuada no número de envios, o declínio foi de apenas 20%. O que fez com que ela perdesse a dianteira no relatório de 2015 foi o aumento no número de itens gerados e a consequente variedade de editorias, que avançou de 15 para 18. Para Barbosa (APÊNDICE B), não houve orientação específica para que as reportagens de violência fossem menos aproveitadas.

O que aconteceu foi que se abriram mais espaços na programação nacional da Globo o que causou o aumento no número de matérias das afiliadas. Aí isso causou uma grande abertura também nas possibilidades de aproveitar outros temas. A gente ganhou espaços no Encontro, que mistura jornalismo com comportamento, no Mais Você também, são coisas que a gente não tinha e passou a ter mais. (APÊNDICE B)

Mas quando chegamos ao relatório de 2016 a variedade no número de editorias volta aos patamares de 2014, exigindo um outro olhar para explicar a dinâmica dos envios. A despeito da diminuição da variedade do temário, resumido a 15 editorias, outros dois aspectos contribuíram para que a violência tenha se mantido estável abaixo de saúde e cidades: 2016 foi o ano do impeachment de Dilma Rousseff, por todo o país as manifestações contra e a favor do processo aconteceram com bastante frequência. Na Paraíba houve uma série de protestos, antes, durante e depois que a ex-presidente deixou do palácio do planalto. Os itens relacionados a esses fatos correspondem a 44% do total da editoria, tornando seguro dizer que o número de gerações foi fortemente influenciado por eles. Quando observamos a editoria saúde, a mais presente nesse relatório, verificamos que também um tema específico foi muito importante para esse desempenho. Os itens relacionados às doenças causadas pelo mosquito *Aedes Aegypti* e

suas consequências, como o surto de microcefalia na Paraíba, alavancaram o número de envios. Das 21 gerações registradas 10 tratavam desse tema, portanto não há como fugir do fato de que o agendamento desse tema, justificado pela amplitude e gravidade dos danos causados, fez toda a diferença.

Da análise dos três anos resta provada a imprecisão da crença de que somente são veiculados em rede nacional fatos chocantes e violentos. Como constatamos, a editoria relacionada a esse tipo de acontecimento perdeu importância, enquanto as outras ganharam cada vez mais espaço. Não queremos com isso afirmar peremptoriamente que essa predominância violenta não possa ter existido por muito tempo. O fato é que, pelo que aponta nossa pesquisa, houve uma transformação no sentido da pluralidade e da valorização de outros temas.

9.4 DA FACTUALIDADE E DA CONSTRUÇÃO DE PAUTAS FRIAS

Se o conteúdo enviado pelas TVs Cabo Branco e Paraíba para a Rede Globo não está baseado predominantemente em temas violentos e chocantes, não se pode dizer que esteja fora do jugo da factualidade e da atualidade.

Classificamos os itens gerados em três categorias: factuais, atuais e atemporais. A primeira se refere a fatos que aconteceram inesperadamente e que correm risco de perder a força se não forem veiculados o mais rápido possível; a segunda são fatos novos sobre temas já tratados ou inovações que podem ser conhecidas localmente, mas não ganharam ainda repercussão nacional; por fim, a categoria atemporal diz respeito às reportagens que não estão vinculadas a um fato específico e correm pouco ou nenhum risco de caducar. Uma vez realizada essa classificação é possível enxergar qual é o peso de cada uma dessas categorias no material que é selecionado pela rede, o que é revelador de seus critérios de noticiabilidade prioritários.

Percentualmente falando, entre todas os itens gerados pelas TVs Cabo Branco e Paraíba no triênio 2014/2015/2016, os conteúdos classificados como factuais são evidentemente os mais comuns, sendo responsáveis por 66,18% de todos os envios. Os conteúdos categorizados como atuais vem em seguida, com 18,36% e os atemporais compõem 15,46% do total.

O que se evidencia, portanto, é que os velhos axiomas do jornalismo continuam vigentes na relação da Rede Globo com suas afiliadas paraibanas. Considerando que todo conteúdo que é selecionado pela rede está chancelado como algo relevante - seja pela abrangência, pela curiosidade, pela identificação ou pela proximidade - o que termina por ser fator primordial para a seleção é o caráter inesperado e urgente das notícias.

Aplicando as noções de acontecimento, de acordo com o prisma da sociologia do presente proposta por Edgar Morin, Alsina (2009) relembra que ele (o acontecimento) é refratário à regularidade e, nesse sentido, pode ser considerado análogo à notícia.

Precisamos levar em conta que a concepção da notícia, como tem sido tradicionalmente aceita, é o oposto da noção histórica ou da noção científica do fato significativo que se repete e é constante, não excepcional. Por isso essa “sociologia do presente”, talvez possa se chamar também “sociologia da notícia”. (ALSINA, 2009, p. 44)

Assim como o conceito de acontecimento é fundamentado na imprevisibilidade, assim também o é a notícia em seu nascedouro, sua concepção mais pura e elementar. E é essa força primitiva do fato relevante e urgente que continua a mover a engrenagem principal das máquinas jornalísticas nas redações da província ou nas fabulosas Newsrooms das grandes redes nacionais de televisão.

Grandes acontecimentos, em muitas oportunidades, geram repercussão e desdobramentos. É nesse nicho que se enquadram as reportagens e demais conteúdos compilados na categoria atualidade. No caso específico dos relatórios analisados um exemplo típico é a cobertura relacionada ao *Aedes Aegypti*, as doenças causadas pelo mosquito e suas consequências. Dentro dessa cobertura há situações inéditas, como a descoberta da relação da Zika com a microcefalia e uma série de itens que são desdobramentos desta primeira, que mesmo não trazendo fato inédito, acompanham situações contínuas como a assistência às mães com bebês afetados, mantendo a atualidade como característica. Isso também não significa que nessa cobertura longa outros conteúdos factuais não possam surgir, dando origem a outra série de itens focados na atualidade.

Como se pode constatar, os produtores de rede e editores de telejornais da Globo realizam a seleção de notícias com base em uma série de valores-notícia que podem variar bastante, mas em mais de 84% do material utilizado há duas colunas que se alternam ou mesmo atuam em conjunto: Inesperado e Novidade.

Se essa grande fatia do material jornalístico produzidos pelas afiliadas paraibanas está sob o império da factualidade e a atualidade, resta analisar em que base se sustentam os temas atemporais que foram gerados para a veiculação em rede, responsáveis por mais de 15% dos envios nos três anos observados.

Os itens mais comuns com perfil atemporal são os da editoria turismo. A partir da observação mais detalhada o que se percebe é que 10 dos 13 itens sob essa rubrica são conteúdos de demanda externa, ou seja, conteúdos que foram encomendados pela rede, ainda que a escolha específica do local da pauta ficasse à cargo das afiliadas. Esses itens estão ligados ao quadro *Tô*

de folga, do Jornal Hoje, e também os itens veiculados no programa *Verão Nordeste*, da Globo Recife. Obviamente que, para que fossem aceitas para a veiculação essas reportagens passaram pelo crivo da relevância, uma vez que não se quer mostrar locais sem beleza ou outros atrativos. Mas, se os conteúdos não foram espontaneamente oferecidos pelas afiliadas e sim solicitados pela rede mediante a necessidade de compor o quadro e o programa em questão, é possível concluir que haveria menos envios se a demanda fosse espontânea. Novamente nos deparamos, portanto, com a falta de efetividade da pauta turística nas afiliadas paraibanas já constatada do ponto de vista da sazonalidade.

Outras editorias bastante presentes no conjunto dos itens atemporais são *Comportamento* e *Cotidiano*. Aqui sim é possível constatar uma atuação ativa das afiliadas para conseguir emplacar nos telejornais de rede reportagens desvinculadas de fatos urgentes. Nos itens enviados afloram os aspectos humanos da vida, suas dificuldades e estratégias de superação. Os editores de rede das afiliadas e os produtores da Globo encontraram estes elementos na história do pai, catador de material reciclável, que aprendeu xadrez para ensinar as filhas quando percebeu que elas tinham interesse pelo jogo. O homem que enxergou no tabuleiro uma vida diferente da que ele levava tem hoje duas campeãs paraibanas em casa. A história da professora aposentada de 85 anos que decidiu ensinar a amiga de 77 a ler e escrever, descortinando um mundo novo para a idosa, também é um dos exemplos de reportagens que apostam no interesse humano, na proximidade e na personalização. Há ainda a situação curiosa e singela que chama a atenção de todos, entenece e desperta o sentimento de proteção. É o caso do Beija-flor que fez um ninho no fio do orelhão no Tribunal de Contas do Estado em João Pessoa. O mesmo encantamento que tomou conta dos trabalhadores e moradores locais e fez com que as editoras de rede da afiliada oferecessem o conteúdo ao Jornal nacional. A reportagem encerrou uma edição cheia de notícias sobre escândalos de corrupção, assassinatos de jovens, bombardeios na Síria, prisões, greves e agressões. Com ótimas imagens do cinegrafista José Dilson, Bruno Sakaue mostrou como se colocou até um cordão de isolamento para evitar que as pessoas se aproximassem do ninho e espantassem o pássaro. O sistema de câmeras do tribunal também monitorava o local que passou a ser visitado por muita gente, principalmente fotógrafos. Toda a comunidade do entorno assumiu uma postura de pertencimento e proteção do animal e sua cria.

Como já evidenciado por Vital (APÊNDICE A), as pautas deslocadas da factualidade objetiva vem obtendo gradativamente mais sucesso quando tratamos de veiculação em rede nacional. Mas consideramos que essa é uma tarefa trabalhosa, uma vez que fatos inusitados, curiosos, humanos, que despertam sentimentos positivos e bem-estar, não estão disponíveis

com regularidade. Além do mais, na batalha por espaço no dia noticioso, as reportagens que correm risco de caducar sempre terão prioridade, deixando as atemporais em segundo plano, aguardando o momento propício.

9.5 O LOCAL E SUAS REPRESENTAÇÕES NA REDE NACIONAL

O material jornalístico produzido por uma afiliada de uma grande rede nacional de televisão tem compromissos contratuais com o padrão estabelecido por esta rede, desde o que diz respeito a ocupação de espaços na programação até o estilo dos textos e a estética das imagens de edições. Mas no que concerne ao seu conteúdo e sua colocação no mercado, seu maior compromisso precisa ser com a comunidade onde está inserida. Se essa emissora não está identificada com o público local, não conseguirá atrair telespectadores e, sem audiência, terá dificuldades comerciais.

Mas há ainda uma identificação que está acima dessas questões meramente comerciais. O veículo de comunicação local precisa dialogar com a cultura de seu entorno, viver os problemas da comunidade, ser uma representação e uma difusora dela, do contrário, se tornará irrelevante. A edificação dessa identidade se ergue simultaneamente nos campos simbólico e social. Essa representação desempenha um papel relevante na afirmação de identidades (COUTINHO et al., 2006, p.199).

A proximidade, como já sabemos, não se resume à esfera geográfica. O público tem que se reconhecer no conteúdo produzido pela emissora. Não falamos aqui da satisfação de se ver literalmente na tela da TV local, mas de se achar cultural e simbolicamente nela. Mas também sabemos que a proximidade nem sempre se desenvolve a partir de um diálogo do veículo de comunicação com seu público. Muitas vezes os produtos são construídos a partir de uma ideia generalista do que o público médio gostaria e, nesse processo, as particularidades locais podem sofrer prejuízos (SOUSA, 2006, p. 11).

Dito isso, procuremos verificar de que forma os temas relativos a identidade local se mostram e aparecem no material produzido pelas TVs Cabo Branco e Paraíba e enviado para a Rede Globo. As reportagens sobre turismo, festividades, religião, cultura e também as relativas à seca são nossa matéria-prima.

Quando o tema da pauta é turismo, já sabemos, o número de envios é limitado. Analisando as reportagens veiculadas na rede encontramos duas edições do quadro *Tô de Folga*, do Jornal Hoje. Os VTs desse quadro tem que seguir um padrão, precisam ser como um guia, mostrando atrativos locais, logística e preços. Essa missão é cumprida pelos dois repórteres -

Laerte Cerqueira, que mostrou os atrativos da cidade litorânea de Lucena e Bruno Sakaue, que visitou Campina Grande durante o período junino – os telespectadores são informados sobre caminhos a seguir, lugares a visitar, atividades disponíveis e preços dos serviços. No material sobre Lucena, há vozes locais que traduzem a importância histórica determinadas construções, enquanto que, em Campina Grande as vozes mais presentes são as dos turistas impressionados com a festa. Essas abordagens são sintomáticas do tipo de turismo das duas cidades. Lucena aparece como um destino predominantemente frequentado por paraibanos, enquanto Campina – que desde os anos 80 do século XX é um exemplo do agigantamento das festas juninas – está cheia de pessoas de outras regiões do Brasil e até de fora do país. Embora dentro da proposta do quadro as reportagens cumpram sua função, verificamos que uma contextualização histórico-cultural dos dois destinos, ainda que adequada à proposta e ao tempo disponível, se mostra necessária. Essa contextualização, útil para que o telespectador se identifique com a cultura do lugar, está parcialmente presente em Lucena e ausente em Campina Grande.

Duas reportagens sobre religião mostram eventos católicos em João Pessoa. Uma delas é a missa do dia de São Francisco, na paróquia de mesmo nome no bairro de Mangabeira. Nesta celebração os fiéis levam seus animais de estimação para receber uma benção, costume justificado pela identificação do Santo com a natureza. A reportagem é um registro do evento, com falas de donos de animais e do sacerdote que comanda a celebração. A abordagem é descontraída, com foco na curiosidade provocada pela presença de tantos bichos em um ambiente religioso. A reportagem foi feita para o Bom dia Paraíba, mas o Hora 1 se interessou e acabou exibindo antes do Jornal Local.

A outra reportagem mostra a Romaria da Penha, evento religioso que ocorre em João Pessoa há 254 anos. Dentro da redação da TV Cabo Branco se repetiam há anos as tentativas de mandar para a rede um material que pudesse dar a dimensão do evento. Em 2014 várias equipes cobriram a procissão e um drone gravou imagens aéreas. O material foi aproveitado no Bom dia Brasil. Os relatos de fé, o clima de emoção e a proporção da romaria foram evidenciados de forma correta. Mas entendemos que um material que foi pensado para a veiculação em rede – ainda mais quando se passou tanto tempo tentando essa veiculação – deveria ter ido um pouco além do factual. Para um entendimento mais completo da manifestação religiosa seria importante explicar para os telespectadores como ela ganhou essa proporção. Falamos de uma tradição de 254 anos, uma romaria tão antiga não se resume a um evento. Certamente as informações sobre a origem do culto à Nossa Senhora da Penha na capital paraibana seriam valiosas para quem acompanhou a reportagem.

O material de cultura exibido na rede é bastante resumido e, quase na totalidade, não é fruto de demanda espontânea. Quando verificamos os itens gerados percebemos que a rede solicitou quase todos. Foram os casos de imagens de artistas que participaram do programa Super Star, como Luan Estilizado e Os Gonzagas, para exibição no Vídeo Show ou a reportagem sobre Zabé da Loca, tocadora de pífano que ficou famosa por morar dentro de uma caverna em Monteiro, Cariri da Paraíba, que foi procurada pela reportagem depois do pedido de um telespectador do Globo Rural.

Aqui abrimos um parêntese para falar sobre a abordagem da repórter Herta Riama, responsável pelo material. Ela reencontrou Zabé, mostrou como ela estava vivendo, conversou e ouviu histórias que evidenciaram a dimensão humana da personagem sem deixar de contextualizar a relevância da artista, sua descoberta e sua história. Para o telespectador que já conhecia a tocadora de pífano, foi um agradável passeio de retorno para a trajetória dela com a revelação de um novo capítulo; para quem não conhecia, a reportagem cumpriu igualmente a função de apresenta-la e revela-la.

A cobertura da morte de Ariano Suassuna foi feita quase que totalmente pela Globo Nordeste, já que ele passou a maior parte da vida em Pernambuco, mas em conversas com o Recife as editoras de rede da TV Cabo Branco sugeriram uma entrada ao vivo do Palácio da Redenção, sede do governo da Paraíba. Foi lá que Ariano nasceu quando o pai, João Suassuna, foi Presidente, nome que se dava aos administradores estaduais na época. O link foi rápido mas revelou um fato curioso que trouxe leveza para a cobertura pesarosa. Bruno Sakaue contou que o escritor, convidado para uma cerimônia no palácio, teria sido barrado por um segurança que não o reconheceu. A justificativa foi de que ele não estaria vestido com o rigor exigido pela ocasião. Com a verve jocosa que lhe era própria, o dramaturgo disse que a atitude não fazia sentido pois ele já tinha até andado nu naquele palácio. Apesar de curta, a entrada ao vivo contou a história que revela bem o caráter de Ariano Suassuna e certamente agregou valor à cobertura.

Em 2015 o Como Será, veiculado nas manhã de sábado entrevistou o fundador do projeto cinema nosso, que leva oficinas de audiovisual para as comunidades. O projeto nasceu no Rio de Janeiro, depois do filme Cidade de Deus e tem unidades em outros estados, um deles é a Paraíba. Para ilustrar a entrevista, a rede solicitou uma reportagem mostrando o funcionamento do Cinema Nosso em Juazeirinho e Pedra Lavrada. Na ocasião estavam rodando um curta-metragem que tinha a Comadre Fulôzinha como um dos principais personagens. A figura folclórica, uma cabocla de cabelos longos que vive nas matas e protege a natureza dos caçadores assoviando para assustá-los e confundi-los, é típica das zonas da mata de Pernambuco

e Paraíba. Apesar desse lugar de destaque na narrativa e de ser uma manifestação regional típica – ou seja, não identificável pelos telespectadores de outros lugares do país – a reportagem não a contextualiza. Entendemos que o foco da matéria não era o personagem, mas explicar a manifestação de forma sucinta não levaria mais do que três linhas de texto e com certeza ajudaria o telespectadores a entender porque o filme destaca a entidade.

A seca é certamente um estigma do Nordeste que vem sendo traduzido em uma série de estereótipos e preconceitos há décadas. Essa carga de informações sobrepostas através dos anos, com certeza influencia o discernimento de produtores de rede na hora de escolher uma reportagem se eles não tiveram uma visão mais plural da realidade da região. Da mesma forma, até mesmo os repórteres locais precisam se vigiar para não internalizarem esse Nordeste estereotipado em seus textos.

No material produzido pelas TVs cabo Branco e Paraíba encontramos uma cobertura equilibrada dos problemas enfrentados pela população por causa da estiagem. Há o relato da realidade de forma objetiva, sem apelos à espetacularização das dificuldades e sofrimentos. Além do material que mostra o racionamento de água, a mudança no calendário escolar, temos também reportagens que revelam como os sertanejos trocam de atividade econômica para driblar escassez de possibilidades na agricultura ou como criadores de vacas da microrregião do Curimataú cansados de perder animais por causa da falta de chuva, passaram a investir no melhoramento genético do rebanho. A forma como o problema da seca é abordado, sem criar a sensação de terra arrasada, e as pautas que mostram como os paraibanos buscam soluções para as dificuldades impostas pelo clima caminham certamente para uma leitura menos estigmatizada da Paraíba, mostrando que sair do lugar comum pode ser um caminho para mostrar uma realidade mais complexa e completa, portanto, mais justa e real.

A cobertura do maior bloco de arrasto da Paraíba, as Muriçocas do Miramar, que desfila na quarta-feira que antecede o carnaval sempre está nos telejornais da Rede Globo. A dimensão do bloco explica: os foliões são contados em centenas de milhares. As reportagens enviadas em 2014, 2015 e 2016 tem diferenças entre si. A primeira mostra a festa, sua proporção, suas atrações e animação. A segunda faz um papel semelhante, mesmo sendo limitada pelo formato em stand-up, mas na nossa avaliação a terceira reportagem é a mais completa pois, além de mostrar todos estes aspectos contextualiza do bloco falando sobre sua origem, recurso necessário quando se fala para todo o Brasil.

O São João, festa mais simbólica e tradicional do Nordeste foi tema de diversas reportagens e entradas ao vivo na programação da Rede Globo. Uma das matérias que se destacam é a de Silvia Torres sobre as comemorações na comunidade quilombola de Caiana

dos Crioulos, em Alagoa Grande. Como já expusemos no capítulo anterior, as semelhanças e diferenças nas formas e crenças dentro do meio social que ficou isolado por muito tempo são reveladas pela narradora, que toca pontos importantes dessa cultura peculiar, agregando conhecimento para o público. A outra mostra como o São João de Campina Grande é uma máquina que movimenta a economia local em vários níveis. A abordagem não é exatamente inédita, mas o texto de Bruno Sakaue tece uma narrativa informativa e descontraída, não muito comum quando o tema é economia.

Os demais conteúdo voltados para o São João repetem uma fórmula que inclui geralmente um sobre som de um trio de forró, depois de uma atração do palco principal, algumas frases sobre estrutura e o público, as comidas típicas e assuntos afins. Ninguém há de esperar que uma reportagem junina não contemple esses assuntos, mas a cobertura sofre de um mal que talvez seja da própria festa de Campina Grande. O São João se agigantou e tornou-se um espetáculo para turistas. Sendo assim, repete clichês e apresenta simulacros de manifestações culturais para impressionar o público. Em uma festa com essas características e ainda com trinta e um dias de duração é preciso muito planejamento e criatividade para encontrar novos ganchos e abordagens que fujam do lugar comum.

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse trabalho nos debruçamos sobre todo o conteúdo produzido pelas TVs cabo Branco e Paraíba e veiculado pela Rede Globo no triênio 2014/2015/2016. Verificamos um aumento gradual e contínuo no fluxo de conteúdos entre as afiliadas e a cabeça-de-rede. Contribuíram para isso a maior demanda por parte da Globo, motivada pelo aumento de números de horas de jornalismo diário; um incremento no percentual de participação das afiliadas nos telejornais de veiculação nacional; a flexibilização da regra do repórter de rede e uma maior eficiência na oferta de conteúdos por parte das editoras de rede paraibanas causada, em parte, pela possibilidade de dedicação exclusiva de uma delas. Esse avanço mostra que as afiliadas paraibanas estão se tornando mais relevantes ao longo do tempo.

A análise também mostrou uma sensível evolução na diversificação dos temas tratados, principalmente no ano de 2015. Na sequência a diversidade não foi mantida mas, assim como no ano anterior, 2016 apresentou um novo equilíbrio na balança das editorias; os fatos ligados à violência perderam peso e cederam espaço a pautas mais focadas no cotidiano das pessoas, como as presentes nas editorias cidade e saúde. Essa mudança acabou por revelar que a crença de que da Paraíba só fatos violentos e chocantes são veiculados na rede está em vias de extinção.

Quanto aos critérios de noticiabilidade concluímos que estando presentes as condições estruturais e logísticas, a prioridade na seleção dos itens pelas editoras locais e da produção de rede da Globo é das pautas factuais e atuais. Os fatos que se impõem pela urgência e pela possibilidade de perda de valor noticioso se não veiculados logo são os mais presentes, seguidos por aqueles que representam a continuidade de uma cobertura que continua atual. Desta forma, os valores-notícia mais influentes são Inesperado, Morte, Novidade, Infração e Conflito. Já nos conteúdos atemporais, onde os personagens e suas histórias ganham destaque e as situações curiosas são reveladas, os valores mais presentes são Proximidade, Notabilidade e Relevância.

A cobertura factual e atual, em linhas gerais é feita com bastante eficiência pelas equipes das TVs cabo Branco e Paraíba. Os fatos são bem apurados, imagens bem captadas e as narrativas são equilibradas, um indicativo da qualificação dos profissionais envolvidos. Nos temas atemporais também é possível enxergar essa qualidade, com textos bem feitos e sensíveis.

Na nossa avaliação há ainda o que avançar quando o assunto são as reportagens ligadas aos aspectos identitários da Paraíba. Seja na cobertura de turismo, festividades, religião ou cultura, se revela a necessidade de uma contextualização que possa situar melhor o telespectador diante de determinados aspectos de nossa cultura. Não nos referimos aqui a um didatismo excessivo que possa quebrar o ritmo narrativo das reportagens, mas sim a respostas

a certos porquês que tendem a aparecer na cabeça de quem vê a matéria e não tem vínculos com esta tradição. É preciso decifrar para o público as razões pelas quais as coisas são como são.

Colocamos à parte disso a cobertura do São João, na nossa avaliação um dos grandes desafios a serem enfrentados. Da reportagem que mostrou a festa em uma comunidade quilombola até a indústria junina de Campina Grande há um abismo. Pela própria característica, a festa enraizada e singular oferece um leque de grandes possibilidades narrativas. Mas elas não se esgotariam se fosse necessário produzir várias reportagens a respeito durante o mês de junho por anos seguidos? É esse o percalço enfrentado pelos repórteres que fazem a cobertura do São João de Campina Grande, uma indústria de símbolos estilizados já excessivamente expostos que dificulta a produção de pautas com abordagens criativas. É uma tarefa difícil que precisa ser enfrentada com um planejamento antecipado e detalhado.

De uma forma geral, enxergamos que nas relações entre a Rede Globo e as afiliadas paraibanas há avanços consideráveis no período analisado por esta pesquisa. Nesse diálogo a rede se abriu mais para a participação das emissoras dos estados e as TVs Cabo Branco e Paraíba aproveitaram o espaço cedido de forma crescente e consistente. Na nossa avaliação, ganha a TV local, que reafirma sua relevância e faz circular seus valores e cultura e ganha a cabeça-de-rede que mostra um Brasil mais coerente com sua diversidade e pluralidade.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Sandra. Os braços do Grupo Globo. **Especial Caros Amigos**. São Paulo. ano 19, nº 74, p.5, maio 2015.
- ALENCAR, M. S. **Televisão Digital**. São Paulo: Ed. Érica, 2007.
- AMORIM, Edgard de. **História da TV brasileira** [recurso eletrônico]. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2007.
- ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Tradução de Jacob A. Pierce. Petrópolis: Vozes, 2009.
- AZEVEDO, Roberta Matias S. M. de. Midiatização, convergência tecnológica/cultural e jornalismo colaborativo: a construção e edição das notícias no telejornal local. 2015. 168 f. **Dissertação** (Mestrado Profissional em Jornalismo) – Universidade Federal da Paraíba, 168 f.
- BARBEIRO, Heródoto. LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.
- BARBOSA, Débora Cristina. **Entrevista editoras de rede**. Mensagem recebida por hebertaraujo@cabobranco.tv.br em 22 out. 2015.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luis Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 2015.
- BARROS FILHO, Clóvis. **Crítica à objetividade da mídia**. In: Ética na virada do milênio: busca do sentido da vida. MARCÍLIO, Maria Luiza. RAMOS, Ernesto Lopes (coord). São Paulo: LTr, 1999.
- BECKER, Valdecir; ALVES, Kellyanne Carvalho. Análise da queda da audiência do Jornal Nacional e os impactos no telejornalismo. **Comunicação & Inovação: PPGCOM/USCS**, v, 16, n. 32, p. 87-102. set-dez 2015.
- BERGAMO, Alexandre. **A reconfiguração do público**. In: História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje. RIBEIRO, Ana Paula Goulart. SACRAMENTO, Igor. ROXO, Marco (org). São Paulo: Contexto, 2010.
- BONNER, William. **Jornal Nacional: modo de fazer**. São Paulo: Globo, 2009.
- CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo regional: proximidade e distâncias**. Linhas de reflexão sobre uma ética de proximidade no jornalismo. In: CORREIA, J.C. Ágora. Jornalismo de proximidade: Limites, desafios e oportunidades. Covilhã: Labcom, 2012.
- COUTINHO, I. et al. **Telejornalismo e identidade local: uma reflexão sobre a produção jornalística nas emissoras de Juiz de Fora**, In: FADUL, Anamaria; GOBBI, M.C (orgs) Mídia e região na era digital. São Paulo: Arte & Ciência, 2006.

DA SILVA, Marcos Paulo. **Seleção noticiosa, critérios de noticiabilidade e valores-notícia**. In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz (orgs) *Críticos de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2010.

EPSTEIN, Isaac. **Ciência, poder e comunicação**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.) *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2010.

GARCIA, Santiago Naliato. **A nossa telinha: a TV brasileira e seu desenvolvimento, do preto e branco ao digital, a partir de políticas públicas e comerciais**. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DA ESCOLA LATINO-AMERICANA DE COMUNICAÇÃO, 15., 2011, Araraquara, SP: UNESP.

HERZCOVITZ, Heloiza Golbspan. **Análise de conteúdo em jornalismo**. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (orgs) *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

GUERRA, Josenildo L. **Uma discussão sobre o conceito de valor-notícia**. In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz (orgs) *Críticos de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014.

KUNCKZIC, Michael. **Conceitos de jornalismo: Norte e sul: Manual de comunicação**. Tradução Rafael Varela Jr. 2. Ed. 1. Reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

MACCOMBS, Maxwell. **A teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**/Maxwell MacComb. Tradução de Jacques A. Wainberg. Petrópolis: Vozes, 2009.

MÜLLER, Karin. **Televisão regional e rede nacional: um estudo de caso de emissoras afiliadas da Rede Bandeirantes de TV**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007 – Santos, SP: INTERCOM.

MUNHOZ, Eliana Regina. **A Rede Globo de Televisão no território brasileiro através do sistema de emissoras afiliadas**. São Paulo: USP, 2008.

ORGANIZAÇÕES GLOBO. **Princípios editoriais**. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em <http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.pdf> Acesso em: 16 mai 2017.

PACHLER, Lilian Cristina. **Televisões regionais: o processo de comunicação entre a Rede Globo e as afiliadas**. São Paulo: PUC, 2006.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

PERUZZO, Cicília M. K.. **Observação participante e pesquisa-ação**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.) *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2010.

RAMOS, Tatiana. **Entrevista editora regional**. Concedida de forma oral a Hebert Lenin de Araújo Pereira em 24 de setembro de 2017.

SILVA, Luiz Custódio da. “Desafios e caminhos possíveis para uma nova concepção de imprensa do interior”. *In: Imprensa do interior: conceitos e contextos*. Francisco de Assis (Org.). Chapecó: Argos, 2013.

SHOEMAKER, Pamela J. **Teoria do gatekeeping**: seleção e construção da notícia. Tradução de Vivian Nickel. Porto Alegre: Penso, 2011.

SOUSA, Cidoval Moraes de (org) **Televisão regional, globalização e cidadania**. Rio de Janeiro: SOTESE, 2006.

SOUZA, Anamaíra P.S. Jornalismo policial sensacionalista: entre a audiência e a função social. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. (**Anais eletrônicos...**) Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1123-1.pdf> Acesso em: 23 set. 2017.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa Bibliográfica. *In. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs). São Paulo: Atlas, 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. 2ª edição. Florianópolis: Insular, 2005.

VITAL, Jô. **Entrevista editoras de rede**. Mensagem recebida por hebertaraujo@cabobranco.tv.br em 28 jul. 2015.

VIZEU, Alfredo. **O Newsmaking e o trabalho de campo**, *In: LAGO, Cláudia. BENETTI, Márcia. (orgs) Metodologia de pesquisa em jornalismo*. 2ªed. Petrópolis:Vozes, 2008.

ANEXOS

ANEXO A – RELATÓRIO REDE 2014

DATA	JORNAL	VT – REPÓRTER
JANEIRO		
12/01/14	FANTÁSTICO	VT POR DO SOL JACARÉ – FELIPE
13/01/14	JORNAL HOJE	NC AVIÃO SOBREVOO
19/01/14	FANTÁSTICO	NC ESTÁDIO GRAÇA BURACOS
20/01/14	BOM DIA BRASIL	NC COPA NORDESTE BRIGA
24/01/14	GLOBO RURAL	VT CHUVA COREMAS – HERTA
24/01/14	BOM DIA BRASIL	VT PRESÍDIO FEMININO – ÍSIS
FEVEREIRO		
02/02/14	FANTÁSTICO	VT POR DO SOL COREMAS - BRUNO
18/02/14	BOM DIA BRASIL	NC CHUVA JOÃO PESSOA MAPA TEMPO
19/02/14	BOM DIA BRASIL	VIVO RACIONAMENTO – BRUNO
21/02/14	BOM DIA BRASIL	NC CONFUSÃO CARNAVAL
MARÇO		
21/03/14	GLOBO RURAL	VT CHUVA CABACEIRAS-MARCOS
23/03/14	FANTÁSTICO	VT CIDADES VIOLENTAS-FERRAZ
25/03/14	GLOBO RURAL	VT INVASÃO FAZENDA CASSERENGUE-SILVIA
30/03/14	GLOBO RURAL	NC FARELO NUTRICIONAL
ABRIL		
10/04/14	BOM DIA BRASIL	NC INVASÃO LOJA
10/04/14	JORNAL HOJE	VT INVASÃO LOJA – BRUNO
17/04/14	BOM DIA BRASIL	NC MORTE MÉDICO JOGO
21/04/14	BOM DIA BRASIL	VT MORTES ISEA-WALÉRIA
MAIO		
06/05/14	GLOBO RURAL	VT GENÉTICA GADO-SILVIA
JUNHO		
04/06/14	BOM DIA BRASIL	VT AGRESSÃO PACIENTES-WALÉRIA
04/06/14	JORNAL HOJE	VT AGRESSÃO PACIENTES-WALÉRIA
04/06/14	JORNAL NACIONAL	VT AGRESSÃO PACIENTES- BRUNO
13/06/14	BOM DIA BRASIL	IMAGENS TORCEDORES JOÃO PESSOA
22/06/14	FANTÁSTICO	VT CRIME CASAMENTO – BRUNO
25/06/14	GLOBO RURAL	VT SÃO JOÃO – SILVIA

<i>JULHO</i>		
09/07/14	GLOBO RURAL	VT ZABÉ DA LOCA-HERTA
23/07/14	BOM DIA BRASIL	VT ROBOCUP 2014 – BRUNO
24/07/14	BOM DIA BRASIL	LINK ARIANO PALÁCIO – BRUNO
24/07/14	ENCONTRO	LINK ROBOCUP 2014 – LARISSA
24/07/14	JORNAL NACIONAL	VT ROBOCUP 2014-BRUNO
<i>AGOSTO</i>		
01/08/14	JORNAL HOJE	VT TÔ DE FOLGA LUCENA – LAERTE
05/08/14	BOM DIA BRASIL	NC MAPA TEMPO – ANIVERSÁRIO JOÃO PESSOA
<i>SETEMBRO</i>		
04/09/14	BOM DIA BRASIL	IMAGENS VT PROPAGANDA IRREGULAR
04/09/14	JORNAL HOJE	NC BRONCA PAI
05/09/14	ENCONTRO C/FÁTIMA	LINK BRONCA PAI – SEM REPÓRTER
06/09/14	JORNAL NACIONAL	NC AGENDA PASTOR EVERALDO
08/09/14	BOM DIA BRASIL	IMAGENS VT DE SÃO PAULO – PEDOFILIA
08/09/14	MAIS VOCÊ	VT NINÃO – CARLA AMORIM
13/09/14	JORNAL NACIONAL	IMAGENS AGENDA MARINA
14/09/14	FANTÁSTICO	VT FILHA DENÚNCIA PAI – BRUNO
24/09/14	JORNAL HOJE	NC MST INTERDITA BR
25/09/14	JORNAL NACIONAL	VT JULGAMENTO QUEIMADAS-BRUNO
26/09/14	BOM DIA BRASIL	LINK JULGAMENTO QUEIMADAS – BRUNO
26/09/14	JORNAL HOJE	LINK JULGAMENTO QUEIMADAS – BRUNO
26/09/14	JORNAL NACIONAL	VT JULGAMENTO QUEIMADAS – BRUNO
29/09/14	BOM DIA BRASIL	VT ASSALTOS POSTOS – WALÉRIA
<i>OUTUBRO</i>		
<i>NOVEMBRO</i>		
01/11/14	JORNAL NACIONAL	EROSÃO BARREIRA – BRUNO
13/11/14	BOM DIA BRASIL	VILA OLÍMPICA – ISIS
14/11/14	BOM DIA BRASIL	JOGOS ESCOLARES – EDSON VIANA
19/11/14	BOM DIA BRASIL	ROUBO GADO – BRUNO
24/11/14	BOM DIA BRASIL	MORTE ADOLESCENTE – MEIRY
<i>DEZEMBRO</i>		
01/12/14	BOM DIA BRASIL	VT PROCISSÃO PENHA – PLÍNIO
03/12/14	BOM DIA BRASIL	VT ASSALTO CARRO FORTE – BRUNO
15/12/14	BOM DIA BRASIL	VT INVASÃO POSTOS SAÚDE – PLÍNIO

ANEXO B – RELATÓRIO REDE 2015

DATA	JORNAL	VT – REPÓRTER
JANEIRO		
1- 06/01/15	Bom Dia Brasil	VT CARIBESSA=PATRÍCIA
2- 14/01/15	Bom Dia Brasil	VT PRISÃO ASSALTANTE ORLA=KARINE
3 -19/01/15	Hora Um	VT PROÍBE ADOLESCENTES=PLINIO
4 -20/01/15	Bom Dia Brasil	VT VANDALISMO – IMAGENS
5 -21/01/15	Jornal Nacional	VT TOLERÂNCIA RELIGIOSA - IMAGENS
6 -29/01/15	Bom Dia Brasil	VT SAIDINHAS BANCO=KARINE
7 -29/01/15	Bom Dia Brasil	VT PROIBIÇÃO REFRIGERANTE=BRUNO
FEVEREIRO		
8 -09/02/15	Jornal Hoje	NC ACIDENTE ÔNIBUS
9 -12/02/15	Hora Um	VT MURIÇOCAS MIRAMAR=JANAÍNA
10-27/02/15	Hora Um	LINK PRAIA MANHÃ=LINDA
MARÇO		
11-06/03/15	Jornal Hoje	MAPA TEMPO – IMAGENS JOÃO PESSOA
12-13/03/15	Jornal Nacional	VT PROTESTOS – IMAGENS
ABRIL		
13-01/04/15	Jornal Hoje	NC BEBÊ ABANDONADO
14-07/04/15	Hora Um	VT GREVE PROFESSORES - IMAGENS
15-07/04/15	Bom Dia Brasil	VT PROTESTOS – IMAGENS
16-10/04/15	Jornal Nacional	NC PROTESTO EDUARDO CUNHA
17-26/04/15	Fantástico	VT OPERAÇÃO 299 – MAURÍCIO FERRAZ
18-27/04/15	Hora Um	VT OPERAÇÃO 299 – MAURÍCIO FERRAZ
MAIO		
19-03/05/15	Fantástico	VT BEBÊ ABANDONADO=BRUNO
20-08/05/15	Jornal Hoje	VT TÔ DE FOLGA – PARAÍBA - KIRIA
21-22/05/15	Jornal Hoje	VT TÔ DE FOLGA CANOAQUEBRADA=BRUNO
JUNHO		
22-01/06/15	Jornal Hoje	NC ARRASTÃO ESCOLA
23-01/06/15	Jornal Nacional	VT ARRASTÃO ESCOLA = BRUNO
24-02/06/15	Jornal Hoje	VT SECA RACIONAMENTO=BRUNO
25-03/06/15	Jornal Nacional	VT TUK TUK=BRUNO
26-05/06/15	Jornal da Globo	VIVO ABRE SÃO JOÃO=DENISE
27-08/06/15	Bom Dia Brasil	NC DESFILE BANDIDOS
28-08/06/15	Jornal Hoje	NC DESFILE BANDIDOS
29-10/06/15	Hora 1	VT TÚNEL CASA=VIEIRA
30-11/06/15	Bom Dia Brasil	VT DENÚNCIAS TRAUMINHA=PATRÍCIA

31-16/06/15	Encontro	VT PAI XADREZ=HILDEBRANDO
32-19/06/15	Bom Dia Brasil	VT GREVEUNIVERSIDADES=HILDEBRANDO
33 -20/06/15	Jornal Hoje	LINK LOCOMOTIVAFORROZEIRA=PATRÍCIA
34 -22/06/15	Bom Dia Brasil	LINK SÃO JOÃO CAMPINA=DENISE
35 -23/06/15	Bom Dia Brasil	VT SÃO JOÃO ECONOMIA=BRUNO
36 -23/06/15	Jornal Hoje	VT SÃO JOÃO CAMPINA=BRUNO
37 -26/06/15	Encontro	LINK SÃO JOÃO CAMPINA=WALÉRIA
38- 30/06/15	Mais Você	VT SÃO JOÃO CAMPINA=PATRÍCIA
<i>JULHO</i>		
39- 10/07/15	Bom Dia Brasil	VT SAÚDE STA RITA=VIEIRA
40- 20/07/15	Jornal da Globo	VT IMPACTO ECONOMIA = BRUNO
41- 28/07/15	Bom Dia Brasil	VT ROBOCUP 2015=PLÍNIO
<i>AGOSTO</i>		
42- 05/08/15	Hora Um	VT PAI DEPOIS DOS 50=LINDA
43- 05/08/15	Encontro	IMAGENS ANIVERSÁRIO JOÃO PESSOA
<i>SETEMBRO</i>		
44- 03/09/15	Bom Dia Brasil	VT SALÁRIOS PREFEITO=DENISE
45- 07/09/15	Bom Dia Brasil	LINK CARROS ABANDONADOS=BRUNO
46- 11/09/15	Bom Dia Brasil	VT RODADA RACIONAMENTO = DENISE
47- 27/09/15	Fantástico	LINK SUPER LUA=FRAZÃO
48- 28/09/15	Bom Dia Brasil	VT SECA BARRAGENS=BRUNO
49- 28/09/15	HORA 1+BDBR+BDPE+NE1 E NE2	IMAGENS SUPER LUA
<i>OUTUBRO</i>		
50- 01/10/15	Bom Dia Brasil	LINK SAÚDE SANTA RITA=BRUNO
51- 01/10/15	Encontro	IMAGENS DIA DO IDOSO PROFESSORA=DILSON
52- 01/10/15	Jornal Nacional	VT NINHO BEIJA-FLOR=BRUNO
53- 02/10/15	Bom Dia Brasil	LINK PREÇO BOTIJÃO GÁS=BRUNO
54- 05/10/15	Hora 1	VT DIA SÃO FRANCISCO=HEBERT
55- 05/10/15	Jornal Nacional	VT CARROS PIPA=BRUNO
56- 07/10/15	Bom Dia Brasil	SONORAS+IMAGENS FAP
57- 10/10/15	Jornal Nacional	SONORA CÁSSIO
<i>NOVEMBRO</i>		
58- 03/11/15	Jornal Hoje	VT AULAS SECA=DENISE
59- 09/11/15	Bom Dia Brasil	PERSONAGEM VIOLÊNCIA MULHER
60- 18/11/15	Jornal Hoje	IMAGENS VT MICROCEFALIA=RECIFE
61- 20/11/15	Jornal Hoje	VT TÔ DE FOLGA LITORAL SUL=KIRIA
62- 21/11/15	É de Casa	LINK MICROCEFALIA=DENISE
63-22/11/15	Fantástico	IMAGENS MICROCEFALIA
64- 25/11/15	Bom Dia Brasil	SONORA LARVICIDA

65- 26/11/15	Bem Estar	VT MICROCEFALIA=DENISE
66- 28/11/15	Como Será	VT CINEMA NOSSO=DENISE
67- 29/11/15	Fantástico	VT BLITZ DENGUE=BRUNO
68- 30/11/15	Jornal Nacional	SONORA CÁSSIO
DEZEMBRO		
69- 06/12/15	Fantástico	SONORAS GRÁVIDAS MICROCEFALIA
70- 06/12/15	Globo Rural	VT SECA PARAÍBA=DENISE
71- 08/12/15	Bom Dia Brasil	VT MICROCEFALIA ATUALIZA=DENISE
72- 11/12/15	Encontro	VT FEIJÃO = HILDEBRANDO
73- 18/12/15	Jornal Hoje	VT TÔ DE FOLGA JERI=BRUNO
74- 22/12/15	Bom Dia Brasil	NC CARRO CAPOTA
75- 22/12/15	Jornal Hoje	NC CARRO CAPOTA
76- 23/12/15	Hora Um	STAND UP MOVIMENTO ESTRADA=BRUNO
77- 27/12/15	Fantástico	VT ESCAPEI POR UM TRIZ=BRUNO
78- 27/12/15	Fantástico	SONORA ONDE ESTÁ O DINHEIRO/PROMOTOR
79- 29/12/15	Jornal Hoje	VT AUMENTA GASOLINA=BRUNO

ANEXO C – RELATÓRIO REDE 2016

DATA	JORNAL	VT – REPÓRTER
JANEIRO		
1- 12/01/16	Hora 1	VT DIFERENÇA PREÇOS=GIULIANO
2- 14/01/16	Encontro	LINK SHAOLIN=SANDRA PAULA
3- 14/01/16	Vídeo Show	LINK SHAOLIN=SANDRA PAULA
4-14/01/16	Jornal Nacional	NC SHAOLIN
5-19/01/16	Hora 1	VT CHUVA JOÃO PESSOA=GIULIANO
6-23/01/16	Verão Nordeste	VT CARIBEÇA=PLÍNIO + LINK SALÃO ARTESANATO=GIULIANO
7-23/01/16	Jornal Hoje	NC IDOSOS INCÊNDIO
8-26/01/2016	Hora 1	STAND UP VOLTA PERITOS INSS=HILDEBRANDO
9-28/01/2016	Bom Dia Brasil	VT DOAÇÃO RIM=VIEIRA
10-31/01/2016	Globo Rural	VT CHUVA EXPECTATIVA=DENISE
FEVEREIRO		
11-03/02/16	Encontro	LINK MURIÇOCAS=PATRÍCIA
12-03/02/16	Jornal Hoje	VT MICROCEFALIA=DENISE
13-04/02/16	Hora 1	VT MURIÇOCAS DESFILE=FELÍCIA
14-04/02/16	Bom Dia Brasil	VT MURIÇOCAS DESFILE=GIULIANO
15-05/02/16	Bom Dia Brasil	VT BAFÔMETRO CÂMERA=FELIPE
16-08/02/16	Bom Dia Brasil	VT CORRIDA JEGUE=FELIPE
17-10/02/16	Bom Dia Brasil	VT MÃES DA ZIKA=DENISE
18-10/02/16	Vídeo Show	IMAGENS MÁRCIA FELIPE
19-11/02/16	Bom Dia Brasil	VT DENGUE ARARA=CARLA AMORIM
20--14/02/16	Fantástico	VT ONDE ESTÁ O DINHEIRO=IMAGENS BETO
21-15/02/16	Jornal Hoje	BOLETIM MICROCEFALIA=DENISE
22-16/02/16	Bom Dia Brasil	VT MICROCEFALIA SUBNOTIFICA=DENISE
23-17/02/16	Bom Dia Brasil	VT MICROCEFALIA INSS=DENISE
24-21/02/16	Fantástico	NC PRISÃO PREFEITA=IMAGENS BETO
25-21/02/16	Fantástico	VT DESVIO ÁGUA=IMAGENS BETO
26-23/02/16	Bem Estar	VT ESPERA RESULTADO=HILDEBRANDO
27-25/02/16	Vídeo Show	IMAGENS OS GONZAGAS
MARÇO		
28-31/03/16	Programação	LINK MANIFESTAÇÃO=BRUNO
ABRIL		
29-01/04/16	Jornal Hoje	IMAGENS MANIFESTAÇÃO CAJAZEIRAS
30-12/04/16	Hora 1	VT GENETICISTA MICROCEFALIA=PLÍNIO
31-20/04/16	Bom Dia Minas	STAND UP TREINO CRUZEIRO=LUCAS
32-20/04/16	GE Minas	VT TREINO CRUZEIRO=LUCAS

33-20/04/16	GE Minas	VT APRESENTA CAMPINENSE=DANILO
34-17/04/16	Link programação	LINK MANIFESTAÇÃO CONTRA IMPEACHMENT=ROQUE
35-17/04/16	Fantástico	IMAGENS MANIFESTAÇÃO CONTRA IMPEACHMENT
MAIO		
36-01/05/16	Link programação	LINK MANIFESTAÇÃO 1º DE MAIO=ROQUE
37-02/05/16	Bom Dia Brasil	IMAGENS MANIFESTAÇÃO 1º DE MAIO
38-04/05/16	Bom Dia Brasil	VT FRAUDE MINHA CASA MINHA VIDA=LARIS
39-10/05/16	Bom Dia Brasil	VT LEGADO OLIMPÍADA=KAKO
40-13/05/16	Vídeo Show	IMAGENS LUAN ESTILIZADO
41-20/05/16	Jornal Nacional	IMAGENS OCUPA IPHAN
JUNHO		
42-06/06/16	Hora 1	VT SÃO JOÃO CAMPINA=LARISSA
43-13/06/16	Hora 1	VT PEDRA SANTO ANTONIO=ROQUE
44-17/06/16	Jornal Hoje	VT TÔ DE FOLGA CAMPINA=BRUNO
45-20/06/16	Jornal Nacional	VT BARREIRA DESABA=BRUNO
46-24/06/16	Bom Dia Brasil	VT SÃO JOÃO CAMPINA=DENISE
47-24/06/16	Jornal Hoje	VT SÉRIE IDOSOS=LARISSA
48-25/06/16	Jornal Nacional	VT QUADRILHANDO CAMPINA=BRUNO
49-28/06/16	Bem Estar	VT CHIKUNGUNYA BEBÊ=LAISA
JULHO		
50-06/07/16	Jornal Nacional	NC RENÚNCIA DOM ALDO
51-14/07/16	Jornal Hoje	NC ASSALTO REPÓRTER
52-17/07/16	Globo Rural	VT PROIBE IRRIGAÇÃO=FELIPE
53-17/07/16	Fantástico	VT IRMÃ MATA IRMÃO=BRUNO
54-17/07/16	Jornal Nacional	VT PRISÃO TERRORISTA=BRUNO
55-22/07/16	Bom Dia Brasil	LINK PRISÃO TERRORISTA=BRUNO
56-22/07/16	Jornal Hoje	IMAGENS VT PRISÃO TERRORISTA
57-23/07/16	Jornal Nacional	NC EXPLOÇÃO BANCO
SETEMBRO		
58-04/09/16	Fantástico	IMAGENS GUARDA COMPARTILHADA PET
59-05/09/16	Hora 1	VT REBELIÃO CSE=FELÍCIA
60-12/09/16	Hora 1	VT ACIDENTE ÔNIBUS=CARLA
OUTUBRO		
61-02/10/16	Globo Rural	VT SECA PARAÍBA=FELIPE
62-02/10/16	Fantástico	VT CRIME ESPANHA-IMAGENS+SONORAS
63-02/10/16	Fantástico	BOLETIM ELEIÇÃO CARTAXO=BRUNO
64-03/10/16	Hora 1	STAND UP ELEIÇÃO CARTAXO=FELÍCIA
65-03/10/16	Bom Dia Brasil	IMAGENS VT ELEITOS NORDESTE
66-05/10/16	Bom Dia Brasil	VT VEREADORES BANDIDOS=BRUNO

67-13/10/16	Bom Dia Brasil	VT COMEMORAÇÃO SECA=FELIPE
68-13/10/16	Jornal Nacional	VT SE VIRA NA SECA=BRUNO
69-17/10/16	Encontro	IMAGENS CASAL TRANSPLANTE
70-19/10/16	Bom Dia Brasil	VT MICROCEFALIA SEGUNDA ONDA=DENISE
71-28/10/16	Jornal Nacional	NOTA PRISÃO MARVIN
NOVEMBRO		
72-03/11/16	Hora 1	VT EXAME PRÓSTATA=HILDEBRANDO
73-24/11/16	Bom Dia Brasil	VT PRAIA BEBÊS MICROCEFALIA=BRUNO
74-24/11/16	Bom Dia Brasil	VT SEM VENDA CARROS=BRUNO
75-21/11/16	Hora 1	VT JOGOS ESCOLARES=LUCAS
DEZEMBRO		
76-09/12/16	Bem Estar Global	VIVO PROGRAMA ESPECIAL
77-21/12/16	Bem Estar	VT SÍFILIS = KARINE

APÊNDICES

APÊNDICE A – Entrevista com a Editora de Rede Jô Vital

1 – QUAL O PASSO A PASSO DESDE O MOMENTO EM QUE UMA PAUTA SURGE ATÉ QUE ELA SEJA GERADA PARA A REDE?

Depende. Quando se trata de factual, as duas editoras avaliam a força da notícia para oferecer. Perguntas que precisam ser respondidas: esse fato diz respeito a quantas pessoas? A notícia atinge quantas pessoas? O fato está relacionado a alguma pauta nacional? Por exemplo, temos uma epidemia de dengue no Brasil e registramos mortes na Paraíba. A pauta pode se transformar numa pauta de rede. As boas notícias também estão se transformando em pautas de rede. O Bom Dia Brasil deu VT de Plínio Almeida sobre estudantes de escola pública de João Pessoa que conquistaram um prêmio na Robocup 2015. É a pauta que encerra o jornal, a boa notícia. Histórias que mostram experiências exitosas, uma sacada da economia criativa. Para uma pauta se transformar numa pauta de rede depende de critérios subjetivos dos editores, que avaliam e oferecem, considerando o perfil de cada jornal. Economia vale sempre para o Jornal da Globo, comportamento pode render Jornal Nacional de sábado, problemas na saúde pública sempre rende Bom Dia Brasil, Jornal Hoje tem um bom espaço para turismo, Hora 1 trabalha com factual. É sempre importante checar dados nacionalizados para ofertar a pauta de rede. Isso fortalece a sugestão e há mais chances de emplacar. Com dados em mãos e apuração feita pelas editoras, as informações são organizadas e enviadas por e-mail para os produtores dos jornais de rede, que oferecem as sugestões das praças em reunião de pauta. Também ofertamos nas reuniões de caixa, feitas pela manhã com o Bom Dia Brasil e Jornal Hoje.

2 – AS PAUTAS SÓ SÃO SUGERIDAS PELA AFILIADA OU A REDE TAMBÉM SOLICITA?

A rede também sugere a partir de notícias veiculadas nos portais e jornais de circulação nacional.

3 – QUAIS OS CRITÉRIOS QUE OS EDITORES DE REDE UTILIZAM PARA AVALIAR SE UMA PAUTA PODE OU NÃO INTERESSAR A REDE?

Um dos critérios avaliados é a quantas pessoas a notícia diz respeito e se a pauta já é pauta nacional – por exemplo, epidemias de dengue podem render repercussão no local. Ou fatos inusitados nas áreas de economia e comportamento, que podem render. Personagens com boas histórias de superação ou pessoas bem humoradas também podem render.

4 – EXISTE UM REPÓRTER ESPECÍFICO PARA MATÉRIAS DE REDE, OU ISSO DEPENDE DA CIRCUNSTÂNCIA?

Hoje essa questão do repórter está mais flexível. O único jornal que ainda mantém essa exigência é o Jornal Nacional, que só trabalha com repórter aprovado por eles. Mas em casos de factuais, entra o repórter que estiver na cobertura.

5 – HÁ UMA PREPARAÇÃO ESPECÍFICA PARA REPÓRTERES DE REDE?

Sim, mas essa questão vem passando por mudanças. Hoje os jornais são menos exigentes mas quando há oportunidades a direção de jornalismo tem investido no treinamento.

6 – DURANTE O PROCESSO, QUE TIPO DE OBSTÁCULOS COSTUMAM APARECER?
Normalmente os obstáculos que enfrentamos no local: apuração frágil é um dos principais obstáculos para aprovar pautas. E como são muitas afiliadas tentando emplacar suas matérias, quem é mais ágil leva. Ou seja, a praça que oferta primeiro tem mais chances de emplacar.

7 – QUAL A PARTE MAIS DIFÍCIL ATÉ QUE O MATERIAL SEJA APROVADO E POSSA SER GERADO?

A parte mais difícil é a de produção: encontrar boas histórias, que rendam boas imagens, com apuração afinada, sem erros.

8 – HÁ CIRCUNSTÂNCIAS EM QUE A PAUTA É DERRUBADA? QUIS CIRCUNSTÂNCIAS PODEM DETERMINAR A QUEDA?

Apuração mal feita pode derrubar o VT.

9 – AS REPORTAGENS SÃO GERADAS BRUTAS OU JÁ EDITADAS?

Todas as reportagens são geradas editadas.

10 – DEPOIS DE ENVIADAS ELAS AINDA PODEM SOFRER MODIFICAÇÕES OU REEDIÇÕES PELA EQUIPE DA REDE?

Podem, mas é raro. Sempre que mandamos o VT já sabemos de quanto tempo dispomos para o material e geramos sempre nesse tempo, para evitar uma reedição mal feita ou, o que é pior, o VT ser derrubado porque extrapolou o tempo e na rede, ao contrário do que muitos pensam, nem sempre é possível reeditar, nem sempre os editores tem tempo hábil para reeditar.

APÊNDICE B – ENTREVISTA COM A EDITORA DE REDE DÉBORA CRISTINA BARBOSA

1 – QUAL O PASSO A PASSO DESDE O MOMENTO EM QUE UMA PAUTA SURGE ATÉ QUE ELA SEJA GERADA PARA A REDE?

Existem duas formas. A primeira, e mais comum, é enxergarmos em algumas notícias algo que possa render pra algum telejornal da Rede. Cada um tem um perfil, um formato, um interesse maior. A segunda, é a própria Rede saber de algo (seja através de emails enviados pelos telespectadores ou vendo em sites) e nos pedir a matéria.

2 – AS PAUTAS SÓ SÃO SUGERIDAS PELA AFILIADA OU A REDE TAMBÉM SOLICITA?

Resposta já acima. Das duas formas)

3 – QUAIS OS CRITÉRIOS QUE OS EDITORES DE REDE UTILIZAM PARA AVALIAR SE UMA PAUTA PODE OU NÃO INTERESSAR A REDE?

Priorizamos a notícia seja por curiosidade (como o caso do VT do Beija-for, que foi sugerido por mim para o Jornal Nacional) ou pelo fato em si (como sugeri também ao Bom Dia Brasil a história da mulher que percorreu mais de 200 km em trabalho de parto em busca de uma maternidade para ter o filho).

4 – EXISTE UM REPÓRTER ESPECÍFICO PARA MATÉRIAS DE REDE, OU ISSO DEPENDE DA CIRCUNSTÂNCIA?

Depende da circunstância. Se for um factual forte, independe do repórter ser de Rede ou não... Mas o Jornal Nacional é o único que exige realmente que sejam repórteres aprovados para tal função (no nosso caso aqui na Paraíba: Bruno Sakaue, Laerte Cerqueira e Hildebrando Neto). Nos outros jornais, geralmente se o material for realmente bom, eles usam.

5 – HÁ UMA PREPARAÇÃO ESPECÍFICA PARA REPÓRTERES DE REDE?

Não há um curso, por exemplo. Mas os repórteres de Rede acabam sendo mais exigidos, com offs mais apropriados para tal função. Alguns deles fazem intercâmbios (passam um tempo no Rio de Janeiro ou em São Paulo), passando uma temporada nessas redações, trabalhando e vivendo o dia a dia local.

6 – DURANTE O PROCESSO, QUE TIPO DE OBSTÁCULOS COSTUMAM APARECER?

Como temos um número limitado de equipes e não temos uma específica para a Rede, algumas vezes temos que reajustar a Capa de Pauta pra encaixar um VT de Rede. Claro que tudo isso é administrável. Os mais difícil é adequar alguns formatos locais (de imagem, de sonora ou de off) a algo que traga um interesse de um jornal de Rede, de âmbito nacional.

7 – QUAL A PARTE MAIS DIFÍCIL ATÉ QUE O MATERIAL SEJA APROVADO E POSSA SER GERADO?

É checar e recheckar todas as informações. Claro que temos esse cuidado no nosso material diário: a informação. Mas quando vamos mandar pra Rede, a responsabilidade é ainda maior. Isso porque se for alguma informação errada ao ar a repercussão obviamente é muito maior. Portanto, todo cuidado é pouco. Fora isso, o mais difícil é a corrida contra o tempo, principalmente quando é um material factual. É que como se trata de um material mais trabalhado, o tempo de preparo também é maior, mas temos que terminar todo o processo e ainda colocar no IP, que é o sistema usado pra gerar as matérias pra Rede, e isso demora.

8 – HÁ CIRCUNSTÂNCIAS EM QUE A PAUTA É DERRUBADA? QUAIS CIRCUNSTÂNCIAS PODEM DETERMINAR A QUEDA?

Difícil responder isso... As circunstâncias são muitas! Seja pela falta de interesse do editor-chefe, seja porque o assunto não tem um apelo nacional (ou seja, irrelevante), seja por causa do tempo (em dias que existem factuais mais fortes no país, grandes catástrofes nacionais e mundiais). Tem que ser um bom assunto e num dia em que o "cardápio" de notícias, como é geralmente chamado o espelho pelos editores de cada jornal, esteja tranquilo. Por exemplo, você pode ter um VT de comportamento muito bom, mas que no dia esteja concorrendo com outro VT do mesmo tipo. Aí o editor vai optar por aquele que achar que tem um apelo maior ao público. Ou num dia em que existam outros factuais mais fortes do que o nosso local. Um exemplo disso: no dia em que ofereci pra todos os jornais de Rede matéria sobre a Chacina que houve no Rangel, onde um casal matou quase toda uma família. Nenhum jornal quis. Alguns disseram que era muito mundo cão. Mas na verdade naquele dia tinha outros factuais no Rio e em São Paulo mais fortes do que o daqui. Enfim, não entrou mesmo.

9 – AS REPORTAGENS SÃO GERADAS BRUTAS OU JÁ EDITADAS?

Depende do caso. Para o Fantástico, por exemplo, como tem mais tempo, são matérias geralmente maiores, eles preferem editar lá (mas algumas já mandamos editadas também). Essa geração bruta, muitas vezes, acontece quando vem uma equipe de lá pra cá, fazer algum tipo de matéria. Mas na grande maioria dos casos elas são enviadas já editadas. Claro que antes disso, passamos o off pra eles olharem, decupamos as sonoras, então geralmente eles não têm nenhuma grande surpresa com o que chega lá.

10 – DEPOIS DE ENVIADAS ELAS AINDA PODEM SOFERER MODIFICAÇÕES OU REEDIÇÕES PELA EQUIPE DA REDE?

Podem sim... eles podem fazer cortes de acordo com a necessidade de tempo deles, ou tirar alguma informação ou imagem que achem inadequada. Já houve situações em que eles assistiram e pediram pra reeditarmos aqui com um outro formato ou botando mais alguma informação.

11 – NOTAMOS QUE EM 2014 A EDITORIA VIOLÊNCIA FOI A MAIS PRESENTE, O QUE NÃO ACONTECEU NOS ANOS SEGUINTE. ALÉM DISSO A DIVERSIDADE DE TEMAS AUMENTOU. O QUE CAUSOU ESSA MUDANÇA?

O que aconteceu foi que se abriram mais espaços na programação nacional da Globo o que causou o aumento no número de matérias das afiliadas. Aí isso causou uma grande abertura também nas possibilidades de aproveitar outros temas. A gente ganhou espaços no Encontro, que mistura jornalismo com comportamento, no Mais Você também, são coisas que a gente não tinha e passou a ter mais.

APÊNDICE C - ENTREVISTA COM A EDITORA REGIONAL TATIANA RAMOS

1- QUAL É A COBERTURA ATUAL DAS TVS CABO BRANCO E PARAÍBA?
90%, SENDO 70% DIGITAL, A META É CHEGAR A 85% ATÉ 2018

2- COMO VOCÊ DESCREVE O PERFIL DO CONTEÚDO?

Nós somos uma mídia regional, com objetivo de trazer informação, prestação de serviços, presença na comunidade, na população local. Cada vez mais o jornalismo de afiliadas é hiperlocal. Nós temos o papel de trazer informações e realizar a aproximação com o nosso nicho, nosso núcleo, que é geográfico, mas também é de identidade. É um papel, inclusive, de educar, de entreter, informar com isenção, com clareza, seguindo os princípios editoriais e com ações afirmativas que nos façam participar dessa comunidade. Nosso negócio é com esses valores, de preservar a dignidade humana, valorizar a isenção da informação, baseado em todos os valores que estão nos nossos princípios editoriais, nosso negócio é levar esse conteúdo, mas participando dele de alguma forma.

3 - ISSO É UMA MISSÃO, ESTÁ EM CONSTRUÇÃO OU JÁ SE CHEGOU A ESSE PONTO?

É uma missão, nunca a gente vai dizer que terminou algo. É uma missão, que ao mesmo tempo é uma visão. Claro que a gente quer ser a mídia que mais reflete esses valores e que mais cumpre essa missão. Agora, é uma missão árdua, porque a sociedade está muito dinâmica. Os costumes mudaram, a forma de ver televisão mudou, então eu nunca vou dizer que nossa missão se esgotou, porque nossa missão tem que andar lado a lado com a dinâmica da sociedade. Ela é cumprida diariamente, porque fazemos nosso trabalho rotineiro, mas ela tem um propósito que é andar alinhada com essa população e com os anseios dela. É uma sociedade que tem novos anseios, que tem outras expectativas, outras formas que chegar até a gente, por causa das novas tecnologias. É uma eterna busca.

4- DE QUE FORMA AS IDENTIDADES LOCAIS ESTÃO REPRESENTADAS NOS CONTEÚDOS PRODUZIDOS?

É difícil mensurar. A melhor forma é com pesquisas, que temos poucas. Mas há mais meios de aferir do que antes, ainda é muito frágil, mas o fato da gente se obrigado a sair somente da telinha, de ter saído, cumprindo a missão de se inserir na comunidade pra poder refleti-la, nos dá um feedback muito maior. Hoje tem várias formas, foras as pesquisas temos um monitoramento de redes sociais muito mais eficiente. Não tratamos redes sociais como um reflexo real, porque é um recorte muito restrito. A tv tem um impacto muito maior que as redes, então, a gente às vezes se impressiona com números ou repercussões nas redes sociais, mas não refletem de fato. Isso não pode ser tratado de forma isolada, vem como um complemento. Se a gente observa de forma isolada a gente comete equívocos. Quem está na sua rede social tem alguma afinidade com você. Se é seguidor pode gostar de tudo, ou não gostar de nada, é um recorte complicado. Mas pode mostrar alguma coisa, acredito que as redes possam dar alertas. Além disso tem canais como whatsapp, tem as pesquisas, tem o retorno das ruas para quadros como o calendário.

5- ESSA REPRESENTAÇÃO É POSSÍVEL COM UM TEMPO RESTRITO DE 02:37 HORAS POR DIA?

Olha, nós poderíamos colocar programação local em vários espaços durante o dia, com vários interesses. Uma coisa é certa, a representatividade é crescente. É a prova de que cada vez mais a televisão tem que trazer essa representatividade no conteúdo. Primeiro, a Rede Globo entende que o jornalismo é relevante. E entende cada vez mais a partir do fato de que ela vem ampliando

essa programação nos últimos anos. Isso se reflete tanto na criação de novos programas, como o hora 1, ou no aumento (no tempo) dos programas como o bom dia brasil e o JN, que antes tinha trinta minutos e hoje fecha todo dia com 50 e até a inserção de boletins como o G1 em 1 minuto, tanto na programação jornalística como nos programas de entretenimento como o Encontro. São exemplos de como o nosso ofício é reconhecido como de muita relevância dentro do negócio TV Globo. Isso reflete também o aumento da programação local como aconteceu com o Bom dia Paraíba, que começou com meia hora e hoje tem uma hora e meia e também o aumento das possibilidades das grades optativas, que ainda hoje são resumidas, mas são maiores do que já foram. Nós não utilizamos por outros fatores, mercadológicos, comerciais, financeiros. Isso tudo está agregado a um setor de programação muito mais maleável do que antes. Temos dificuldades pra abrir espaço na programação? Temos. Mas se o mundo estiver acabando, nós abrimos. Hoje já tem situação que são corriqueiras. Vimos a situação da Bahia, que o encontro entregou meia hora antes pra o noticiário de lá. Justificando a relevância, hoje existe uma compreensão completamente diferente. Hoje nós sabemos que isso (o jornalismo) no nosso negócio é muito importante. Essa representatividade está no mundo ideal, mas sei que hoje ela é tão importante que só faz crescer. Hoje por questões de crise financeira, acho que não tem uma tendência a investir nisso, mas acredito que vai mudar quando as coisas melhorarem. Mas acho que hoje já se busca bem.

6- VOCÊ ACHA QUE ESSE POUCO TEMPO PODE SER ILUSÓRIO? TALVEZ OUTRA EMPRESA COM MAIS TEMPO DE PROGRAMAÇÃO ACABE ENTREGANDO, DE FATO, MENOS CONTEÚDO?

Há uma espetacularização desse conteúdo que outros entregam mais do que nós, mas acho que a gente tem que pensar na qualidade. A Globo, a TV Cabo Branco, a TV Paraíba tem que pensar na qualidade. Porque é que a gente não põe três horas ou quatro de programação? Porque a gente entende que vai perder qualidade. Preferimos fazer menos com mais e prover nosso telespectador com mais qualidade. Pra fazer com a qualidade que fazemos, precisamos de mais do que os outros precisam. A gente pode não apresentar tanto conteúdo, no que se refere a tempo, mas apresentamos um tempo qualificado. Tudo está muito nessa lógica.

7- E O FATO DAS AFILIADAS DO NORDESTE SEREM AS QUE TEM MENOS GRADE LOCAL?

São questões comerciais, financeiras. Quando você põe um produto no ar em uma grade optativa, significa dizer, falando superficialmente, que você está tirando um conteúdo que vem pronto pra você, e que você não pagou nada, e você vai cobrar por aquele espaço comercial o mesmo valor, pra pôr na grade um produto que você vai ter uma despesa, embora relativizada, porque tem um ganho institucional, mas o valor comercial é o mesmo. E quando o empresário bota na balança...essa é a grande questão. Porque no sul e no sudeste acontece mais? Porque o mercado é maior, você vende mais. Se você tem uma demanda reprimida, é maravilhoso. Você tem cliente sobrando e tem produto novo. Se não tem remanda reprimida é muito difícil topar fazer esse negócio. Nosso negócio é igual a avião: você tem 300 lugares pra vender, se vender trezentos ou não, você vai ter que voar do mesmo jeito, com a mesma quantidade de comissários, mesma quantidade de gasolina, mesma taxa de embarque. Com essa crise, não tem demanda reprimida, durante muito tempo houve. E a gente precisa admitir que o mercado na Paraíba é mais pobre, muito mais do que no sudeste e no sul.

8- COMO VOCÊ AVALIA O FLUXO DE INFORMAÇÕES ENTRE A REDE E AS TVS PARAÍBA E CABO BRANCO?

Eu avalio que já foi ruim e que hoje está muito melhor. Hoje a gente consegue conversar mais. Sempre conversamos, final somos parceiros, mas hoje a rede está muito mais aberta, por N

motivos, não tá fácil pra ninguém, então, guardadas as devidas proporções, do mesmo jeito que a gente tem dificuldade, do mesmo jeito que foi aumentada mais hora no nosso Bom dia, também aumentou meia hora no Bom dia Brasil. O hora um foi criado com a mesma equipe do Globo Rural diário, que nunca teve nenhuma equipe (externa), ele sempre viveu das afiliadas. O Hora 1 continua vivendo de afiliadas. Então essa relação hoje é mais estreita porque há uma demanda muito maior também de lá pra cá e a própria programação com essas mudanças...vou citar um exemplo: Fátima (Bernardes), antes passava desenho, desenho não tem contribuição. Fátima é entretenimento, mas com duas horas de programa ele tem umas pegadas de jornalismo, então a própria grade colabora para que esse fluxo seja maior. Isso tudo leva a uma coisa óbvia: “precisamos mais de todo mundo”. Então hoje a rede é muito mais aberta e muito mais consciente dessa relação.

9- ENTRE 2014, 15 E 16, A TVCB AUMENTOU O NÚMERO DE ENVIOS (56, 79, 78). O QUE MUDOU?

Mudou ativo e passivo. Eu sempre defendi uma maior participação nossa na rede. Existem coisas que são alheias, Lava Jato, Impeachment...esse número de 2016 me surpreende, foi um ano difícil, por conta desses fatos. Acho que a gente tem muito potencial, nossa equipe é muito qualificada em relação a outras afiliadas. Quando entramos em 2013 tiramos Jô Vital de uma dupla função e colocamos exclusivamente pra edição de rede, não sei se teve relação real, sei que houve um incremento. Eu vejo que está difícil por causa do cenário jornalístico está difícil, tem Trump, tem furacão, uma série de coberturas que não corroboram. E nós somos uma pontinha no iceberg, um dos estados mais pobres do Brasil, é complicado. Fico feliz com os números, mas acho que dá pra fazer muito mais. Tem vários fatores: não é só a gente ofertar, embora isso seja estatístico, quanto mais ofertamos, mais emplacamos.

10- O PONTO DE VISTA TÉCNICO, O CONTEÚDO E O PADRÃO INFLUENCIAM?

O fator técnico influenciou muito pouco, só vai entrar com um vivo ruim se for um factual sério, mas não entra com um show lindo em Campina Grande. Antes tinha dificuldade, por exemplo, com Live U. Eles diziam, ah, Live U não entra. Hoje eles nem perguntam, não querem nem saber, fazem mais do que a gente. O fator técnico é muito pequeno. Agora, o conteúdo faz toda diferença. Quando você qualifica a oferta, tem mais tempo pra se dedicar, passa a ofertar mais, você enxerga mais o conteúdo. Quanto ao padrão, hoje está mais livre, isso facilita muito, acabou aquela história de repórter de rede, hoje só tem um jornal que exige isso. Esse padrão sem dúvida facilitou muito.

11- O QUE FAZ UMA AFILIADA SER RELEVANTE?

Uma matéria só é nacional se ela tiver um recorte que interesse a muita gente ou, mesmo se ela for muito local, tenha um reflexo muito grande pra sociedade. Além do mais, tem uma questão interna, que é a diferença de estrutura entre afiliadas. Fortaleza e Salvador, por exemplo, tem duas equipes exclusivas para a rede. Tem núcleos mais estruturados que contribuem pra isso.

12- E QUANTO AO MODO DE FAZER, AS MUDANÇAS QUE ACONTECERAM, SÃO RECOMENDAÇÕES DA REDE OU AS AFILIADAS ESTÃO CONTRIBUINDO?

É a rede. Claro que pode ter matéria de afiliada com uma pegada que você não imaginaria e que emplacou, mas isso não é a regra. Hoje a rede é clara: estamos mais abertos, dispostos a novos formatos, mas é relativo. Tem que ter uma relação de confiança, e o repórter é a linha que costura isso. Quando você conhece é mais fácil dar a liberdade. Mas como a Globo se baseia em pesquisas para tudo, ela sabe porque pede uma linguagem diferente, é balizada em informação, não é “eu acho”. É balizado no público, nessa dinâmica, como é a forma de ver televisão. A mudança mais clara de linguagem está nos VTs, mas os estúdios também são

claros, a condução dos telejornais. Essa leveza ela vem embutida no universo, da informação. As pesquisas mostram que não dá mais...temos um formato, mas ele é cada vez mais maleável. Antes eram muito engessados. Hoje a gente pode. Antes a gente escutava muito assim: “Não pode”. Hoje é assim: “Testa. Se não der certo, não faz”. Hoje a gente pode fazer, avaliar, e se der errado, a gente recua. Existe um pedido da rede de um conteúdo diferente e dinâmico e há percepção dele disso. No encontro de 2015, em Salvador, um mês antes da mudança do JN, esse foi um dos assuntos. A mudança no formato e no texto. Texto, é ele que leva ao formato. Como você vai ter um texto leve com um formato engessado? Tem que ter o texto pra que ele te proporcione essa nova abordagem. O bom é que a gente testa. A medida é que é difícil, às vezes a gente passa. Mas passamos porque testamos. Sem testar a gente fica no mesmo lugar. E hoje as afiliadas podem testar mais, a gente tem esse aval. Pra chegar no ponto a gente erra. É melhor errar pra mais do que pra menos.

13- AS MUDANÇAS TEM A VER COM O AUMENTO NO APROVEITAMENTO DE AFILIADAS?

A explicação no caso do Bom dia Brasil, o tempo está atrelado a mudança de linguagem. A gente já foi criticado por não contextualizar tanto, por causa do tempo. Acho que o Bom dia Brasil acerta por colocar matérias mais alongadas, o estúdio explica mais um pouco, sempre tem uma arte pra contextualizar e aprofundar melhor. Acho que está ligado a isso. Aqui, por exemplo, não aumentamos nenhuma equipe quando o Bom dia aumentou, como conseguimos fechar? A gente acaba tendo mais tempo pra contextualizar, então não houve grandes danos. Agora com relação a rede eu acho que as afiliadas contribuem com a diversidade, a linguagem ainda é uma coisa quem vem mais de lá pra cá. Quando a gente vai fazer pra lá a gente tende a se enquadrar no que eles querem, e quando tem algo diferente tem o ok deles. Então tem a diversidade, de repórteres, de pessoas de locais e realidades e visões diferentes, mas não somos responsáveis pelas grandes mudanças. Mas acho que a rede percebe, é boa nisso, se baseia sempre em estudos, percebe e ouve muito mais que antes.

14- ESSE CRESCIMENTO DE PARTICIPAÇÃO NOS TELEJORNAIS DE REDE BDBR E JH ESTÁ CONSOLIDADO?

Não tem volta, porque hoje a gente tem que fazer mais com menos, e não somos só nós, a TV Globo também. Na última palestra do Bom dia Brasil, em agosto, a editora disse que só tem equipe exclusiva do Bom dia pra 40 minutos de jornal. Quando você soma as equipes, com três minutos de VT, em média, dá 40 minutos. O resto vem de outras equipes, inclusive de afiliadas.