

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EXTENSÃO RURAL E  
DESENVOLVIMENTO LOCAL – POSMEX**

**IRAÊ PEREIRA MOTA**

**TELEJORNALISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL:  
ABORDAGENS NO ABTV 1ª EDIÇÃO E NO TV JORNAL MEIO DIA, EM  
CARUARU, PERNAMBUCO**

**RECIFE-PE  
2011**

Iraê Pereira Mota

**TELEJORNALISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL:  
ABORDAGENS NO ABTV 1ª EDIÇÃO E NO TV JORNAL MEIO DIA, EM  
CARUARU, PERNAMBUCO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (POSMEEX) da Universidade Federal Rural de Pernambuco, para obtenção do título de mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local, sob orientação do Prof. Dr. Angelo Brás Fernandes Callou.

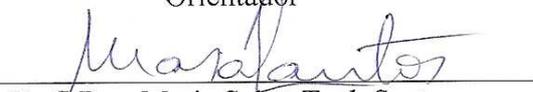
**RECIFE-PE  
2011**

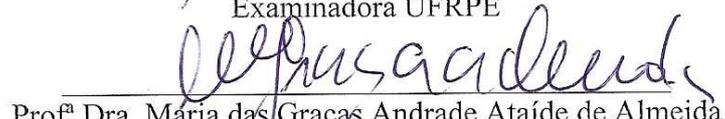
Iraê Pereira Mota

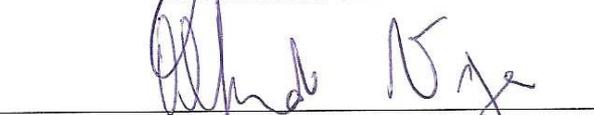
**TELEJORNALISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL:  
ABORDAGENS NO ABTV 1ª EDIÇÃO E NO TV JORNAL MEIO DIA, EM  
CARUARU, PERNAMBUCO**

Dissertação julgada adequada para obtenção do título de mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local, defendida e aprovada por unanimidade em 01º de março de 2011, no Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (POSMEEX) da Universidade Federal Rural de Pernambuco, pela comissão examinadora composta pelos (as) seguintes professores (as):

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Angelo Brás Fernandes Callou  
Orientador

  
\_\_\_\_\_  
Profª Dra. Maria Salett Tauk Santos  
Examinadora UFRPE

  
\_\_\_\_\_  
Profª Dra. Maria das Graças Andrade Ataíde de Almeida  
Examinadora UFRPE

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior  
Examinador externo – UFPE

*Aos meus pais, Otavio Pereira e Jacy Mota,  
pelo amor, atenção e carinho incondicionais, e  
por gratidão por terem me ensinado o valor do  
conhecimento.*

*Ao meu noivo Diego Martinelly, pelo amor e  
companheirismo em todos os momentos.*

## **Agradecimentos**

Uma dissertação possuiu seus elementos estruturais fundamentais, exigidos pelas regras de metodologia científica. Entre eles, os agradecimentos aparecem como opcional para os pesquisadores. Para mim, essa é uma das partes mais importantes de um trabalho como este, porque é o lugar onde podemos expressar nossa gratidão por todos aqueles que nos ajudaram a conquistar este sonho.

Primeiramente, agradeço a Deus por ter me dado forças para superar os inúmeros desafios para concluir um mestrado longe de minha cidade e que exigiu de mim muita leitura, equilíbrio, dedicação e esforço. Sem a benevolência de Deus e a intercessão da Mãe Maria, nada disso seria possível.

Aos meus pais, Otavio Pereira e Jacy Mota, agradeço infinitamente pelo exemplo de vida, pelo amor, apoio e carinho incondicionais, por minha educação e formação de caráter, por estarem presentes em todos os momentos de minha vida e, como descrevi na dedicatória desta dissertação, por terem me mostrado, desde cedo, a importância do conhecimento. Em algumas das inúmeras viagens ao Recife foram eles que me fizeram companhia e tornaram o trajeto menos cansativo. Foram eles que me ajudaram a vencer os obstáculos que apareceram no caminho.

Ao meu noivo, Diego Martinelly, agradeço pela cumplicidade, companheirismo e pelo amor que me demonstra em todos os momentos de minha vida. Todas as suas palavras de incentivo e a felicidade que me proporciona servem como força em minha caminhada. Tenho certeza de que não foi à toa que escolhemos a mesma profissão a seguir. Em algumas das minhas ausências durante o mestrado, você me representou com profissionalismo merecedor de aplausos e admiração. Obrigada por tudo que você representa pra mim.

Agradeço à minha irmã Bartyra Mota pelo incentivo, por vibrar comigo pelas minhas conquistas e por participar ativamente de todas as etapas de minha vida. Ao pequeno Ethel Guilherme, meu único sobrinho, agradeço pelo carinho e pelos abraços que ganhei nas inúmeras noites dedicadas a escrever esta dissertação, fazendo-me esquecer o cansaço. Aos meus tios Janduy Mota e Orlando Souto, à Tia Juciara Mota, agradeço pelo carinho e pelas palavras de incentivo.

Agradeço à minha amiga Shirley Torres, que acompanhou passo a passo a minha trajetória no mestrado, desde quando decidi participar da seleção até os últimos momentos de correção da dissertação, torcendo por mim. A você, agradeço pela amizade e pelo carinho recíproco. Às amigas Karla Jamille e Karine Jéssica agradeço por terem me acolhido em

algumas das minhas estadas em Recife. Agradeço também à minha amiga Clarissa Carvalho pelo auxílio no *abstract*. Aos meus demais familiares, amigos e colegas de trabalho agradeço pela torcida para o sucesso desta etapa.

Agradeço também ao Sindicato dos Lojistas do Comércio de Caruaru (Sindloja), através do presidente Michel Jean e dos diretores Manoel Santos e Paulo Casé, por acreditar no meu trabalho e por ter me concedido uma bolsa-auxílio mensal, contribuindo para minimizar as despesas com viagens.

Quero agradecer aos professores Aleir Ribeiro, Veridiano Santos e Menelau Júnior, que me auxiliaram com importantes dicas quando eu estava tentando a seleção do mestrado em 2008. Aos professores Menelau e Aleir, em especial, sou grata pelas preciosas orientações que me deram quando decidi investir no caminho da docência. Aos professores Luís Custódio, Jurani Clementino e Luís Adriano agradeço por terem me ajudado a encontrar alguns livros para esta pesquisa. Agradeço também à professora Rosangela Araújo, coordenadora do curso de jornalismo da Favip, pelas palavras de incentivo, pelos livros emprestados e por ter sido a pessoa por meio do qual soube da existência deste programa de pós-graduação.

Aos professores do Posmex agradeço pelos ricos momentos de aprendizagem. À professora Salett Tauk e ao professor Alfredo Vizeu agradeço pelas sugestões indicadas na minha qualificação. Tive orgulho de ter tido como orientador o professor Angelo Brás Fernandes Callou que, além de excelente professor, conduziu com maestria todas as orientações. A você, professor, agradeço por ter aceitado o convite para fazer parte deste trabalho, pelas modificações sugeridas e por me ajudar a seguir firme na pesquisa acadêmica. Aos colegas do mestrado agradeço pelo convívio. Em especial, agradeço ao apoio e incentivo das amigas Auta Laurentino e Bruna Fernandes, com as quais pude dividir as aflições do mestrado e vivenciei alegres momentos.

Agradeço também à coordenadora do Departamento Comercial da TV Jornal Caruaru, Juliana Guimarães da Silva, pelas informações sobre as pesquisas de audiência, e aos jornalistas da TV Jornal e TV Asa Branca que me acolheram durante a realização desta pesquisa. Às duas emissoras agradeço, ainda, pela concessão das cópias dos telejornais analisados. Aos colegas Giovani Gomes, da TV Jornal, e Welter Duarte, da Connect TV, agradeço por terem me ajudado a encontrar algumas cópias dos programas.

A todos vocês, minha eterna gratidão!

Aprendemos não apenas para nos adaptar,  
mas, sobretudo, para transformar a realidade,  
para nela intervir, recriando-a

*Paulo Freire*

## Resumo

O objetivo principal desta pesquisa é analisar o telejornalismo da TV Asa Branca e da TV Jornal, do município de Caruaru, Pernambuco, no que se refere à abordagem de temas relacionados ao Desenvolvimento Local. Especificamente, pretende-se analisar o papel dos jornalistas que trabalham nessas emissoras na definição das pautas e nas escolhas das matérias que são veiculadas nessas televisões locais, buscando também compreender de que forma a mídia contribui para levar à audiência assuntos ligados a este tipo de desenvolvimento. Considerou-se como vetores desta análise as definições de Franco (2000) e Jara (2001) para o Desenvolvimento Local; Tauk Santos e Callou (1995) na aproximação entre comunicação e desenvolvimento; e Wolf (1994), Berger e Luckmann (1995), Mayo (2004) e Vizeu (2005), na compreensão dos meios de comunicação – e, em especial, da televisão – na construção social da realidade. Ao considerarmos que as pautas dependem também do conhecimento que os jornalistas têm a respeito de determinados assuntos e sua criticidade motiva a necessidade de tornar esses conteúdos públicos, nos embasamos na Teoria do *Newsmaking*, ancorados por Wolf (2001), Traquina (2004) e Pena (2006). Para entender o local como fonte de informação, recorreremos a Peruzzo (2003, 2005), Camponez (2002), Bazi (2001) e Sousa (2006). Os telejornais ABTV 1ª edição e TV Jornal Meio Dia foram escolhidos para análise nesta pesquisa. Observamos, em uma amostra de nove programas (sendo cinco da TV Asa Branca e quatro da TV Jornal), as ocorrências de conteúdos jornalísticos (incluindo VTs, notas, *stand-ups*, *links*, etc.) tratando sobre assuntos relacionados ao Desenvolvimento Local, através de quatro capitais considerados por Franco (2000) como propulsores deste tipo de desenvolvimento: o capital empresarial, o capital humano, o capital social e o capital natural. O estudo mostrou que os dois telejornais dedicaram, no período em questão, em média, 50% do seu tempo a temas relacionados ao Desenvolvimento Local, com a exibição de reportagens com vários assuntos como comunidade, saúde, educação, meio rural e cultura. A superficialidade foi presente em várias reportagens e as entrevistas feitas com os jornalistas responsáveis pelos programas dão sinais de que os sentidos atribuídos por eles ao Desenvolvimento Local ainda são precários para uma atuação desses veículos enquanto instrumento deste tipo de desenvolvimento.

**Palavras-chave:** Comunicação; Telejornalismo; Desenvolvimento Local

## Abstract

The main objective of this research is to analyze the telejournalism of 'TV Asa Branca' and 'TV Jornal' in Caruaru, Pernambuco, in which concerns the approach given to Local Development themes. Specifically, it seeks to analyze the role of journalists who work from those channels in agenda definition and choosing the news which are broadcasted at the local television. Besides, it intends to understand the way media contributes to make the audience aware of issues linked to this kind of development. This study considers as the vectors of analysis the definitions of Franco (2000) and Jara (2001) about Local Development; Tauk Santos and Callou (1995) about communication and development; and Wolf (1994), Berger and Luckman (1995), Mayo (2004) and Vizeu (2005), about the comprehension of mass media – in special, the television – in the construction of reality. We are considering that agenda depends on the knowledge journalists have about certain issues and that their criticality motivates the need to make some contents public, for this we are based on Newsmaking Theory, according to Wolf (2001), Traquina (2004) e Pena (2006). To understand the local as source of information, we used Peruzzo (2003; 2005), Camponez (2002), Bazi (2001) and Sousa (2006). The TV news 'ABTV 1ª edição' and 'TV Jornal Meio Dia' were chosen as the object of this research. We studied, in a sample of nine programs (five from 'TV Asa Branca' and four from 'TV Jornal'), the occurrences of journalistic contents (including VT, notes, stand-ups, links, etc.) related to issues of Local Development, through four capitals considered by Franco (2000) as promoters of this type of development: entrepreneur capital, human capital, social capital and natural capital. The research demonstrates that both TV newscast dedicated, during the time defined by the research, about 50% of their time to issues related to Local Development, with the broadcast of themes like community, health, education, rural environment and culture. The absence of a deeper approach was present in many reports and interviews done by journalists who were in charge of those programs. This give us insights that the meaning given by them to Local Development are still precarious in what concerns the action of these vehicles as tools of this kind of development.

**Key-words:** Communication; Telejournalism; Local Development

## **Lista de Tabelas**

<b>Tabela 1:</b> Telespectadores da TV Asa Branca e TV Jornal Caruaru .....	25
<b>Tabela 2:</b> Temas relacionados ao Desenvolvimento Local no ABTV 1ª edição .....	80
<b>Tabela 3:</b> Temas relacionados ao Desenvolvimento Local no TV Jornal Meio Dia .....	96

## Lista de Quadros

<b>Quadro 1:</b> Programa ABTV 1ª edição – Edição de 12 de abril de 2010 .....	60
<b>Quadro 2:</b> Programa ABTV 1ª edição – Edição de 13 de abril de 2010 .....	65
<b>Quadro 3:</b> Programa ABTV 1ª edição – Edição de 14 de abril de 2010 .....	70
<b>Quadro 4:</b> Programa ABTV 1ª edição – Edição de 15 de abril de 2010 .....	74
<b>Quadro 5:</b> Programa ABTV 1ª edição – Edição de 16 de abril de 2010 .....	78
<b>Quadro 6:</b> Programa TV Jornal Meio Dia – Edição de 12 de abril de 2010 .....	87
<b>Quadro 7:</b> Programa TV Jornal Meio Dia – Edição de 13 de abril de 2010 .....	89
<b>Quadro 8:</b> Programa TV Jornal Meio Dia – Edição de 14 de abril de 2010 .....	92
<b>Quadro 9:</b> Programa TV Jornal Meio Dia – Edição de 15 de abril de 2010 .....	94

## Lista de Gráficos

<b>Gráfico 1:</b> Percentuais dos capitais abordados nos VTs do ABTV 1ª edição .....	81
<b>Gráfico 2:</b> Percentuais dos capitais abordados nos <i>Stand-ups</i> do ABTV 1ª edição .....	81
<b>Gráfico 3:</b> Percentuais dos capitais abordados nas notas simples do ABTV 1ª edição .....	82
<b>Gráfico 4:</b> Percentuais dos capitais abordados nos <i>links</i> do ABTV 1ª edição .....	82
<b>Gráfico 5:</b> Percentuais dos capitais abordados nos estúdios do ABTV 1ª edição .....	83
<b>Gráfico 6:</b> Capitais abordados no ABTV 1ª edição .....	83
<b>Gráfico 7:</b> Percentuais dos capitais abordados nos VTs do TV Jornal Meio Dia .....	97
<b>Gráfico 8:</b> Percentuais dos capitais abordados nos <i>Stand-ups</i> do TV Jornal Meio Dia .....	97
<b>Gráfico 9:</b> Percentuais dos capitais abordados nas notas simples do TV Jornal Meio Dia ...	98
<b>Gráfico 10:</b> Percentuais dos capitais abordados nos <i>links</i> do TV Jornal Meio Dia .....	98
<b>Gráfico 11:</b> Percentuais dos capitais abordados nos estúdios do TV Jornal Meio Dia .....	98
<b>Gráfico 12:</b> Capitais abordados no TV Jornal Meio Dia .....	99

## Sumário

<b>Introdução – O problema de pesquisa e o processo de investigação .....</b>	<b>13</b>
<b>Capítulo 1 – Comunicação e Desenvolvimento Local: o papel do jornalista .....</b>	<b>29</b>
<b>Capítulo 2 – Regionalização midiática: o local como fonte de informação .....</b>	<b>44</b>
<b>Capítulo 3 – As abordagens do Desenvolvimento Local no telejornalismo caruaruense: análise da TV Asa Branca e da TV Jornal .....</b>	<b>58</b>
3.1 – Abordagens do Desenvolvimento Local no ABTV 1ª edição da TV Asa Branca .....	59
3.2 – Abordagens do Desenvolvimento Local no TV Jornal Meio Dia da TV Jornal .....	85
<b>Conclusão .....</b>	<b>104</b>
<b>Referências .....</b>	<b>108</b>
<b>Apêndices .....</b>	<b>113</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>119</b>

## **Introdução**

### **O problema de pesquisa e o processo de investigação**

O objetivo principal desta pesquisa é analisar o telejornalismo da TV Asa Branca e da TV Jornal, do município de Caruaru, Pernambuco, no que se refere à abordagem de temas relacionados ao Desenvolvimento Local. Especificamente, pretendemos analisar o papel dos jornalistas que trabalham nessas emissoras na definição das pautas e nas escolhas das matérias que são veiculadas nessas televisões locais. Em última instância, buscamos compreender de que forma essa mídia contribui para levar à audiência assuntos ligados a este tipo de desenvolvimento.

O ponto de partida desta pesquisa se volta para a concepção de que a televisão, por ser espaço de construção simbólica, suscita a necessidade de conhecimento sobre os seus sistemas de valores e os processos onde as mensagens são produzidas. Desde a sua estreia oficial, em setembro de 1950, a televisão provoca o pensamento investigativo de quem entende que, ao criticá-la, coopera para a compreensão do lugar da mídia na sociedade contemporânea. A ubiquidade que se apresenta como característica da televisão nos dias atuais exige uma leitura crítica sobre sua linguagem, formato e poder de persuasão sobre os telespectadores. Num país onde a população pouco lê, sabe-se que é através da televisão que grande parte das pessoas se mantém informada e ela acaba se tornando uma via pela qual entendem o mundo (BUCCI, 2000).

O modo de se fazer televisão hoje possui como uma de suas principais particularidades a efemeridade. Nada é feito para durar e essa sensação do imediato, do agora, orienta a busca por informações cada vez mais instantâneas e cada vez menos interpretativas. O laconismo noticioso é predominante na prática dos meios de comunicação, em especial, na televisão, que parece pouco se importar com as mudanças de pensamento às quais os telespectadores estão irremediavelmente sujeitos ao se prostrarem diante do aparelho de TV.

A TV no Brasil nasceu com a proposta de integrar a nação em uma ideia de brasilidade. De acordo com Priolli (2000), o público viu na TV a sua própria face, a sua terra, a sua região. Até então, a percepção que se tinha sobre o meio era a possibilidade de transmitir informações de forma rápida e abrangente, tendo em vista que, no decorrer dos anos, a televisão foi ganhando espaço (tanto no aspecto do público, que aumenta a cada ano, quanto na fatia do bolo publicitário) em comparação com os demais veículos.

O pensamento crítico sobre a televisão se tornou algo inadiável, levando-se em consideração o seu crescimento surpreendente. Nos anos 1990, quando a televisão comemorava mais de quatro décadas de criação no país, Marcondes Filho (1994) corroborou com a discussão sobre os interesses que estão por trás das imagens televisivas e de que forma o meio conseguiu incorporar as mudanças tecnológicas pelas quais passavam os veículos de comunicação. Diz ele:

A televisão hoje é o veículo de comunicação pleno e, assim sendo, centraliza os interesses, os poderes e a atenção geral das sociedades de todos os países. É por isso que é importante discutir como a televisão está e como ela é hoje. ... A televisão significa um momento de passagem. Ela corporifica uma mudança de eras em que nos despedimos de uma era moderna e entramos numa era técnica ou tecnológica, que altera completamente os componentes anteriormente conhecidos (MARCONDES FILHO, 1994, p. 18).

A influência da mídia no indivíduo, em seu comportamento na sociedade e em suas tendências tem recebido em várias épocas diferentes respostas. No que diz respeito especificamente ao debate sobre o telejornalismo, pode-se observar, na literatura, algumas correntes teóricas distintas. Uma delas é reforçada por autores como Wolf (1994), Berger e Luckmann (1995), Mayo (2004) e Vizeu (2005a), que discutem o papel dos meios de comunicação – e, em especial, da televisão – na construção social da realidade. Para esses autores, os telejornais são a primeira fonte de notícia do dia e, por isso, eles possuem força significativa na percepção que os telespectadores têm de seu meio social.

...os telejornais têm um espaço significativo na vida das pessoas. Os noticiários televisivos ocupam um papel relevante na imagem que elas constroem da realidade. Acreditamos que buscar entender como eles são construídos contribui para o aperfeiçoamento democrático da sociedade (VIZEU, 2005a, p. 12).

Os estudos de Wolf (1994), Mayo (2004) e Vizeu (2005a), por exemplo, mostram que a mídia tem papel crucial não só na transmissão da informação sobre os fatos, mas em traduzir a realidade, na percepção do contexto sociopolítico em que os acontecimentos se dão. Dessa forma, os sujeitos vivem numa sociedade mediatizada, cuja influência é capaz de modificar suas representações sociais e alterar a sua apreensão sobre a realidade, seus costumes e suas orientações (WOLF, 1994).

Segundo Mayo (2004), a realidade se produz de forma massiva e cotidianamente no âmbito dos meios de comunicação e de maneira hegemônica no meio televisivo. Em estudo

sobre a produção social da realidade, Mayo, analisando os conceitos da Escola de Annenberg, conclui que, quando expostos a conteúdos violentos – por exemplo –, os telespectadores não praticam atos violentos, mas criam um temor maior de serem vítimas de ações violentas, ou seja, Mayo credita à televisão um papel decisivo na configuração da realidade social dos consumidores.

Noutra perspectiva teórica, alguns autores se referem aos interesses mercadológicos que dão sustentação à “máquina” jornalística. São os questionamentos em torno da roupagem própria assumida pela televisão – tratando, como objeto de análise, os telejornais – que transforma a simples leitura de notícias em um verdadeiro show televisivo (MARCONDES FILHO, 2009b). Os estudos revelam que a comunicação cada vez mais põe em sua prática as veias mercantilistas, mercadológicas e capitalistas que dão sustentação à empresa de comunicação (MARCONDES FILHO, 1988; MEDINA, 1988).

Na lógica mercadológica da imprensa, em que na maioria das vezes o que se está em jogo não é o interesse público, a televisão se movimenta em eixos orientados para transmitir a informação sempre mais rápida, eliminando a possibilidade de interpretação da notícia, o que Marcondes Filho chamou de popularização e expurgo da reflexão. Diz ele:

Uma maquinização de nosso lazer, de nosso descanso, uma totalização de todo o nosso cotidiano sob o signo da marcação, como um eletrocardiograma, registrando nossa pulsação a cada segundo, a tevê pulsa e em cada pulsar a audiência deve ser mantida. Desafio torturante para os produtores, o de não permitir que o telespectador, de sua poltrona, acione o controle remoto, a TV escraviza tanto os que fazem quanto os que assistem a ela (MARCONDES FILHO, 2009b, p. 87).

Nessa perspectiva, Ramonet (2007), ao analisar a notícia como mercadoria – sendo o sensacionalismo e as falsas notícias instrumentos para tornar a notícia vendável –, alerta sobre a ausência de reflexão por parte do que é veiculado nos meios de comunicação – conforme também observou Silva, ao realizar um estudo de recepção do Jornal Nacional entre os trabalhadores (SILVA, 1985). Ele assim se refere: “A mídia, sacrificando-se à ideologia do direto, do *ao vivo*, do instantâneo, reduz o tempo da análise e da reflexão. São as sensações que primam” (RAMONET, 2007, p. 61, grifo do autor). É um mecanismo que reduz os acontecimentos, particularizando os fenômenos sociais. É por isso que, por exemplo, ao mostrar uma reportagem de veiculação nacional sobre crianças que não têm certidão de nascimento, procura-se um “personagem” do Nordeste brasileiro, por todos os estigmas de atraso e pobreza que essa região do país carrega em sua história.

É como se a televisão se orientasse numa ótica metonímica, em que a parte do “real” escolhida para ser divulgada é considerada como a totalidade desse “real”, deixando a cargo do telespectador a função de reconfigurar as mensagens. A ideia que se passa é que o “mundo todo” é constituído apenas por aqueles fatos ou notícias que chegam até nós através da TV, conforme observou Baccega, ao fazer referência ao veículo em suas provocações sobre a possibilidade de aproximação entre os campos da comunicação e da educação (BACCEGA, 2000).

Sabe-se que na dinâmica cada vez mais rápida que dá ritmo diferenciado às redações, em função da compressão tempo-espço, como já observou Harvey (1989), muitas vezes a informação é repassada aos receptores de forma distorcida. Sobre isso, diz Serva (2001):

[...] o objetivo propalado pelo jornalismo – o de informar e permitir uma compreensão da realidade – é distorcido ao longo do processo de construção da notícia, levando-o, muito ao contrário, a desinformar, a criar uma compreensão alterada da realidade que deveria desvendar (SERVA, 2001, p.131).

É essa cronometrização do cotidiano, funcionando numa perspectiva reducionista, que faz parte da vida de milhões de brasileiros, já que atualmente 94,8% dos lares do país possuem o aparelho de TV. Um número que cresce a cada ano, pois a taxa de penetração da televisão passou de 75,8% em 1993 para 90% em 2003, chegando a quase 95% em 2007 (ANTONIK, 2009). Por isso, as reflexões sobre a lógica de atuação da televisão se tornam cada vez mais imperativas no meio acadêmico. Compreender a função da televisão dentro do atual cenário capitalista da imprensa possibilita-nos refletir sobre o conteúdo que nos é apresentado. Atualmente, os telespectadores estão sujeitos a uma miscelânea noticiosa, muitas vezes, descontextualizada.

É nesse sentido que Vizeu e Correia (2008) alertam para a importância dos estudos sobre televisão, mais especificamente sobre os telejornais produzidos no Brasil, na medida em que os brasileiros acreditam mais na mídia que no governo, conforme pesquisa divulgada pela agência de notícias Reuters, da Rede Britânica BBC e dos Media Centre Poll da Globescan, realizada em dez países. Para Vizeu e Correia, esse fenômeno exige

do mundo acadêmico, em particular dos pesquisadores, um olhar mais atento e maiores investigações sobre os telejornais de rede nacional, os noticiários regionais e locais que contribuem diariamente, de forma relevante, para a construção de parte da realidade social da realidade brasileira (VIZEU; CORREIA, 2008, p. 12).

Partindo desse cenário teórico, elegemos o telejornalismo regional como espaço desta pesquisa, porque, conforme identificou Coutinho (2008), também nas emissoras regionais/locais a proximidade com o público e com suas necessidades perpassa, prioritariamente, pela necessidade que as TVs têm de atrair mais anunciantes. Citando Rogério Bazi, a pesquisadora alerta que, mesmo na tentativa de estar mais próximo dos telespectadores, é o caráter comercial que orienta essas estratégias do jornalismo, porque:

para além dos aspectos positivos do que poderíamos entender como tentativa de realização nas emissoras locais e regionais do que foi conceituado como jornalismo de proximidade, há de se destacar o caráter comercial dessa estratégia. Isso porque a criação e manutenção desse vínculo de pertencimento e identidade entre as emissoras locais e regionais, como ressaltou Bazi: “A empresa sabe que é atrás dessa relação estreita com a comunidade que reside a audiência refletida em seus programas e, também, o anunciante” (2001:33) (COUTINHO, 2008, p. 99).

De fato, ao analisar a televisão na perspectiva dos conteúdos que se tornam notícia, é possível observar que o critério de escolha das notícias cada vez mais atende às veias econômicas que dão sustentação ao meio televisivo. Se considerarmos as duas emissoras locais do município de Caruaru, em Pernambuco, a TV Jornal, por exemplo, criada em maio de 2006 (depois da compra da TVI pelo Sistema Jornal do Comercio), desde seu surgimento, investiu em pautas focadas nas necessidades da comunidade, por um perfil estabelecido pelo próprio grupo para divulgar Pernambuco.

Esse modelo de comunicação é o responsável por manter a emissora na liderança em audiência. De acordo com a Pesquisa do Ibope 2010<sup>1</sup>, a TV Jornal continuou líder, principalmente no horário das 12h às 14h, quando a emissora exhibe os programas TV Jornal Meio Dia, O Povo na TV e Sem Meias Palavras<sup>2</sup>. O levantamento mostra que, nesta faixa horária, a audiência da TV Jornal Caruaru chega a 31,1%, com 51,7% de participação. Já a audiência da segunda colocada, a TV Asa Branca, filiada à Rede Globo, fica com 24,6%, com participação de 44,1%.

A TV Asa Branca, por vir perdendo os índices de audiência para a emissora concorrente, mudou o perfil editorial para investir em pautas mais locais, ou seja, que apresentem as necessidades dos moradores, principalmente nos aspectos de moradia, saneamento e saúde pública. Em outubro de 2008, a emissora criou o quadro Cidade Real, que

<sup>1</sup> Os dados desta pesquisa foram repassados pelo Departamento Comercial da emissora, que os utiliza nos planos comerciais de vendas.

<sup>2</sup> O programa Sem Meias Palavras é uma produção independente.

tem a proposta de levar uma “caravana” da TV aos bairros de Caruaru e ouvir de perto as principais reclamações dos moradores.

Como é possível perceber, o jornalismo praticado atualmente por várias emissoras do país, ao que parece, não está exclusivamente preocupado em levar ao conhecimento público as necessidades locais por questões de compromisso, e sim, na maioria das vezes, por entrar numa disputa mercadológica para angariar mais pontos no Ibope. Consequentemente, na mídia, a busca pelo lucro e pela ostentação dos grandes conglomerados de comunicação transforma em representação teatral a miséria social, em busca da audiência, como lembra Ramonet:

A televisão, recentrando-se assim sobre si mesma, responde às expectativas do maior número de espectadores, cuja única cultura, na maioria das vezes, vem da tevê. Diante do agravamento das inquietações coletivas, ela é tentada a transformar em espetáculo a miséria social (RAMONET, 2007, p. 79).

Os filtros que comandam o que será transformado em notícia começam na escolha dos conteúdos. É na reunião de pauta onde os jornalistas vão definir o que se “julga” de interesse público, o que estará estampado nos jornais no outro dia, o que a televisão vai priorizar nos telejornais. Na maioria das vezes, os critérios para escolha desses conteúdos não são claros e contemplam apenas uma parte da realidade. Segundo Rossi (2007), a pauta mostra parcialmente o que está acontecendo ou quais os assuntos preocupam o público em geral. Essa estratificação do real acaba por atender interesses puramente particulares, conforme assegura Marcondes Filho:

O jornalismo extrai da realidade o que lhe interessa (ou aos seus leitores) e isso se transforma em notícia: da realidade é extraída somente uma *parte útil*, sendo que essa utilidade é avaliada segundo objetivos puramente particularistas. ... em suma, na mão do editor está a definição *política* de como o fato deverá repercutir na sociedade (MARCONDES FILHO, 2009a, p. 125, grifo do autor).

Faz sentido então dizer que as pautas dependem também do conhecimento que os jornalistas têm a respeito de determinados assuntos e sua percepção crítica sobre a necessidade de tornar esses conteúdos públicos. Aspecto que pode ser extrapolado ao telejornalismo, se considerarmos a pesquisa em comunicação que investiga os emissores e os processos de produção dos meios de comunicação de massa. Como ressalta Wolf (2001), a noticiabilidade tem relação direta com o cotidiano do jornalista:

Pode também dizer-se que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número previsível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 2001, p. 190).

O autor ressalta ainda que a noticiabilidade acaba sendo um elemento da distorção involuntária da cobertura da mídia por certos temas, porque os critérios de escolha, por vezes, dificulta o aprofundamento e a compreensão de alguns assuntos relevantes para a sociedade. Aspecto que reafirma a ideia de que o conhecimento que os jornalistas têm sobre determinados temas, e seu julgamento se aquele tema é importante ou não, pode influenciar no agendamento das pautas que serão produzidas pelos repórteres, principalmente na prática televisiva. A afirmação de Wolf, a seguir, dá suporte para que se pense nessa perspectiva. Diz ele:

Distorção, fragmentação, dificuldade de argumentar e tratar, de uma forma aprofundada e coerente, os temas apresentados, são, pois, características imputáveis, por um lado, à maneira como se desenrola a produção televisiva e, por outro, aos valores e à cultura profissional que os jornalistas interiorizam e põem em prática. A ligação entre as duas ordens de fatores é muito estreita e cada uma delas acaba por reforçar a outra, tornando-as, assim, ainda mais vinculativas (WOLF, 2001, p. 195).

Wolf afirma ainda que os valores/notícia são um componente da noticiabilidade e tais valores tentam responder a uma pergunta básica: “quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia?” (WOLF, 2001, p. 195).

No que diz respeito aos receptores, Marcondes Filho (2009a) postula que, no processo de comunicação, o receptor só consegue ser envolvido por completo quando as notícias a que está exposto dizem respeito ao seu contexto.

Não há ação ou envolvimento possível do receptor das notícias se estas não forem associadas à sua realidade específica; sem a vinculação ao contexto de vida, à experiência imediata, pessoal, não há politização possível. O que faz a comunicação burguesa, dominante, é separar, tratar os fatos como ocorrências alheias, outras, diferentes do real cotidiano das pessoas (MARCONDES FILHO, 2009a, p. 85).

Para esse autor, a comunicação “jamais pode ser vista como transmissão, deslocamento, transferência, como se fosse um objeto que eu pegasse de um lado e pusesse em outro” (MARCONDES FILHO, 2008, p.15). Dentro dessa lógica, como produzir

mensagens entendendo que elas somente se tornarão notícia se as pessoas as incorporarem para si? Para esse autor, ainda, algo só é informação a partir do momento em que o receptor queira que ela seja e que ele se interesse por ela.

No cenário comunicativo, especificamente nas televisões, os traços locais são identificados com a escolha das pautas que trazem temas referentes à cidade nas quais as emissoras estão inseridas. Por isso, elegemos como fio condutor desta pesquisa a temática do Desenvolvimento Local, conceito que, por ser emergente, tem recebido diferentes contribuições de várias áreas do conhecimento.

Nos casos específicos dos telejornalismos da TV Jornal e da TV Asa Branca, do município de Caruaru, o que se observou por meio da pesquisa exploratória realizada e da vivência desta autora como jornalista nas emissoras citadas sinaliza que muitas das matérias veiculadas dizem respeito a temas relacionados ao Desenvolvimento Local.

Na TV Jornal Caruaru, o TV Jornal Meio Dia tem como slogan “Informação também alimenta”. Com, em média, 20 minutos de duração, o telejornal traz um resumo das principais notícias do dia e, segundo consta no material de divulgação do telejornal, o programa traz “as principais notícias do dia, entrevistas, matérias factuais, agenda, além da prestação de serviços como: vagas de empregos e estágios, previsão do tempo, trânsito e tudo o que acontece na região”. Isso mostra que a política editorial do jornal apresenta indicativo de preocupação com questões locais. Os principais assuntos recorrentes no telejornal são economia, esportes, cultura e prestação de serviços. São também exibidos semanalmente quadros como o *Cidadão Atento* (mostrando direitos de cidadania para os telespectadores), *Fora da Lei* (apresentando regras que são descumpridas no dia a dia, como, por exemplo, cota de estacionamento para idosos), além de existir também no telejornal a participação dos comentaristas esportivo (radialista Iran Carvalho) e econômico (professor Robson Góis).

Já na TV Asa Branca, o ABTV 1ª edição, para onde também se volta nossa pesquisa, possui, em média, 37 minutos de produção e tem como slogan “o jornal cada vez mais perto de você”. Desde abril de 2009, o telejornal passou a dar atenção às comunidades e criou quadros semanais com temas ligados ao dia a dia dos telespectadores. Na segunda-feira, é exibido o quadro *De olho no emprego* (com dicas sobre profissões, vagas de empregos e entrevistas sobre questões trabalhistas), na terça-feira, é exibido o quadro *AB Saúde* (mostrando uma matéria de saúde e uma entrevista de estúdio sobre o tema abordado), e, na sexta-feira, exibe-se o quadro *Coisas da Terra* (apresentado pelo cantor e compositor Valdir Santos, mostra aspectos da música regional). Além disso, há também o quadro *Cidade Real*, exibido nas segundas-feiras (mostrando a caravana coletando informações dos moradores nos

bairros) e nas quintas-feiras, quando é exibida uma reportagem sobre o lugar, com entrevistas com as autoridades ligadas às principais reclamações.

Nesse sentido, pode-se observar que temas ligados à mobilização das comunidades, à participação, à cultura e ao meio rural, por exemplo, aparecem com frequência nos telejornais da TV Jornal e TV Asa Branca de Caruaru. Por outro lado, não se sabe se os jornalistas que trabalham nessas emissoras conhecem a importância de tais assuntos para a construção do Desenvolvimento Local e se, ao conhecerem, esses profissionais poderiam contribuir no agendamento mais sistemáticos dessas pautas.

No que diz respeito à inter-relação do Desenvolvimento Local com a comunicação, pode-se dizer que ela emerge no campo da Extensão Rural/Comunicação Rural, especificamente a partir da publicação do artigo de Tauk Santos e Callou (1995), *Desafios da Comunicação Rural em Tempo de Desenvolvimento Local*. As preocupações desses autores estão ligadas à exclusão social decorrente dos processos de globalização, particularmente nos contextos populares do meio rural. Para mudar esse quadro, propõem que se abandone a visão de crescimento econômico como sinônimo de desenvolvimento e incorpore o Desenvolvimento Local como estratégia de combate à pobreza no campo.

Portanto, seguem a perspectiva teórica do Desenvolvimento Local que dá mais ênfase aos aspectos sociais e ambientais e não somente aos aspectos ligados ao crescimento econômico. Como se refere Óbregon (2009), o Desenvolvimento Local está baseado nas necessidades locais, em responder a processos endógenos, em estimular a participação a todos os níveis, em promover a igualdade e o acesso, além de considerar a cultura, valores e normas de forma adequada. Não está explícito, mas pode ser dito que a comunicação tem papel fundamental nos processos de Desenvolvimento Local, na medida em que aborde nas notícias as potencialidades das comunidades nas quais estão inseridas. Conforme alertou Franco (2000), o desenvolvimento tem muitas dimensões, como a econômica, social, cultural, ambiental e científico-tecnológica, temas esses que, a nosso ver, podem permear as matérias trabalhadas nas emissoras de televisão.

Para Franco, para promover o desenvolvimento, é preciso levar em consideração quatro tipos de capital: o capital empresarial, o capital humano, o capital social e o capital natural. O capital empresarial tem relação com a viabilidade financeira dos projetos e ações, pois o aumento dos números de PIB ou renda *per capita*, por exemplo, não necessariamente implicam na melhoria da qualidade de vida da população. O capital humano diz respeito ao conhecimento, ressaltando a necessidade de educação, saúde, alimentação, cultura, pesquisa e outras áreas que possibilitam o criar e o recriar. Já a organização de uma sociedade engendra

o capital social, através de relações como o associativismo e cooperativismo; e o capital natural engloba os aspectos ambientais e territoriais. Franco assegura que todos esses tipos de capitais estão intimamente relacionados entre si:

*Porque desenvolvimento mesmo só ocorrerá quando surgirem novos e múltiplos laços de realimentação de reforço. Por exemplo, quando mais capital humano gerar mais capital social, que irá gerar mais capital empresarial, que irá gerar mais renda, que irá gerar mais capital humano etc. etc. Quando isso ocorrer, o sistema adquirirá vida própria e “rodará”, por assim dizer, sozinho, percorrendo círculos virtuosos daquilo que chamamos de desenvolvimento humano e social sustentável (FRANCO, 2000, p. 42, grifo do autor).*

São exemplos de estudos realizados sobre o Desenvolvimento Local como abordagem para os meios de comunicação de massa o de Amorim (2002), que estudou como a imprensa pernambucana – em especial, os jornais Diário de Pernambuco e Jornal do Commercio – aborda os assuntos ligados ao turismo rural. Segundo Amorim, pareceu relevante investigar esse tema porque a mídia impressa tem sido amplamente utilizada na divulgação das políticas públicas e na divulgação das propriedades com estrutura receptiva para o turismo rural. No período analisado, que foi de janeiro de 1993 a julho de 2001, Amorim identificou, entre outros aspectos, que o turismo rural tem ocupado espaço nos cadernos de turismo, economia e até nas colunas sociais. O tema tem sido abordado como uma atividade econômica que começa a ganhar fôlego no cenário rural e não apenas como mais um segmento do turismo.

O trabalho mais próximo do que estamos trilhando é o estudo realizado por Mesquita (2009), que pesquisou o Jornal do Commercio Agreste (JC Agreste), um suplemento do Jornal do Commercio de Pernambuco, para observar a contribuição do veículo à perspectiva da Extensão Rural contemporânea de construção do Desenvolvimento Local. Em contrapartida, a autora, em sua pesquisa, não contempla a interferência do jornalista na definição das pautas, pois sua preocupação se volta à análise de conteúdo do jornal em questão. Nesse sentido, acredita-se ser essencial investigar o conteúdo do veículo de comunicação e verificar de que forma o jornalista escolhe as matérias que serão veiculadas nas emissoras, pois dessa forma é possível identificar os processos de construção da notícia a partir da observação da própria dinâmica da empresa jornalística.

Mesquita chegou à conclusão que a proposta político-editorial do suplemento indica que o jornal se preocupa com as questões locais, por ter “a cara da região”, na medida em que inclui nas pautas temas ligados ao cotidiano da região. No entanto, admite que o JC Agreste é focado mais na dimensão econômica do desenvolvimento pela qual passa a região onde está

inserido. Apesar de trazer temas importantes para o Desenvolvimento Local, o jornal destina espaços mínimos a esse debate.

Noutras palavras, esses autores consideram a importância da comunicação como ferramenta para levar à audiência as questões relativas às necessidades sociais, à crescente desigualdade econômica, aos modelos de agrupamento associativista e cooperativista bem-sucedidos, ou seja, assuntos que levam ao espaço público a discussão sobre o Desenvolvimento Local. Com essas contribuições, os autores procuram aperfeiçoar os processos de Desenvolvimento Local, particularmente no campo das intervenções de Extensão Rural/Comunicação Rural em contextos populares desfavorecidos.

Nessa perspectiva e dentro da ótica que orienta os conteúdos e o funcionamento da TV, três questões nos pareceram relevantes como problemas de pesquisa: como os assuntos ligados ao Desenvolvimento Local são tratados pelas emissoras TV Asa Branca e TV Jornal de Caruaru, por meio do telejornalismo; quais os sentidos do Desenvolvimento Local para os jornalistas que trabalham nesses veículos; e de que forma esses sentidos interferem na definição das pautas e nas escolhas das notícias que são veiculadas nessas televisões locais?

A temática de Desenvolvimento Local no Brasil ganhou destaque no fim dos anos 1980, quando começou a se estabelecer um novo modelo de relação Estado-Sociedade, trazendo à tona os questionamentos sobre os padrões de desenvolvimento atuais (FRANCO, 2000). A noção de desenvolvimento que vigorava até então, conforme alertou Veiga (2005), era aquela existente em meados dos 1950, em que não havia distinção entre as noções de desenvolvimento e de crescimento econômico, ou seja, acreditava-se que eram denominações para o mesmo fenômeno. Essa visão só foi revista com a publicação, nos anos 1990, do primeiro relatório de Desenvolvimento Humano pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD).

O Desenvolvimento Local é compreendido como o processo que mobiliza pessoas e instituições locais com vistas a melhorar a qualidade de vida da população local, priorizando as potencialidades e recursos existentes no lugar (FRANCO, 2001; JARA, 2001; BUARQUE, 2002; MILANEZ, 2003). O Desenvolvimento Local ocorre quando “se constata a utilização de recursos e valores locais, sob o controle de instituições e de pessoas do local, resultando em benefícios para pessoas e o meio ambiente do local” (JESUS, 2003, p.72). Quando uma ação tem como princípio o Desenvolvimento Local, diz Jesus (2003), ela prioriza a participação da sociedade civil, procurando estabelecer uma relação de complementaridade com o local.

Os processos de mobilização e participação dos atores sociais para o desenvolvimento num sentido mais amplo envolvem a ideia que o acesso à cidadania e aos recursos da vida em sociedade deve ser de forma equitativa, para que os processos de desenvolvimento não culminem com o agravamento das diferenças sociais. Isso nos alerta a levantar a discussão, no cenário comunicativo, que desenvolvimento não é sinônimo de crescimento.

Desenvolvimento é o movimento sinérgico, captável por alterações de algumas variáveis de estado, que consegue estabelecer uma estabilidade dinâmica em um sistema complexo, no caso, uma coletividade humana. Crescimento é movimento. Mas movimento não pode ser reduzido a crescimento. Criar, crescer, renovar, reinventar – tudo isso é movimento, não apenas crescer. Crescer é importante, mas tem limites relativos aos valores de outras variáveis, melhor dizendo, à configuração global do arranjo de todas as variáveis que expressam fatores de desenvolvimento. Para além desses limites, o crescimento deixa de ser sinérgico e, assim, deixa de significar desenvolvimento (FRANCO, 2002, p. 48).

É nesse sentido que os estudos de comunicação e Desenvolvimento Local, apesar de ainda insipientes no Brasil, revelam a importância que os meios de comunicação têm na construção do Desenvolvimento Local, mas também as contradições, as imperfeições técnicas, particularmente no planejamento da comunicação, e os limites dos seus profissionais em termos do conhecimento acerca do Desenvolvimento Local (CALLOU; BRAGA, 2005; ANDRADE NETO, 2007).

A proposta aqui apresentada pretende contribuir para as investigações ligadas à atual concepção de Extensão Rural/Comunicação Rural, em que o Desenvolvimento Local aparece como via possível para enfrentar, de um lado, as distorções geradas pelo modelo difusionista modernizador de décadas passadas (CALLOU, 2007; TAUKE SANTOS, 2000) e, de outro lado, os processos de exclusão social provocados pela globalização no mundo contemporâneo (TAUKE SANTOS; CALLOU, 1995). Nessa perspectiva, a ideia mestra é a de que o desenvolvimento não pode ser apenas sinônimo de crescimento econômico e que os veículos de comunicação e os jornalistas aí envolvidos têm um papel importante nessa rediscussão do desenvolvimento em tempo de globalização.

### **O processo de investigação**

A perspectiva metodológica desta pesquisa privilegia as análises e as interpretações das mensagens televisivas, assumindo um caráter qualitativo para compreender o

telejornalismo da TV Asa Branca, afiliada à Rede Globo, e da TV Jornal<sup>3</sup>, afiliada ao SBT, do município de Caruaru, Pernambuco, no que se refere à abordagem de temas relacionados ao Desenvolvimento Local. Inicialmente, realizamos uma revisão bibliográfica sobre Desenvolvimento Local, regionalização midiática e Teoria do *Newsmaking*.

Buscamos o telejornal como itinerário porque eles são férteis objetos de pesquisa, pela sua diversidade de enfoques e tipos de investigação que propicia, como se refere Silva (2009). Diz ela:

Por ser uma prática jornalística inserida no contexto de produção de programas televisivos que obrigatoriamente são ancorados na linguagem audiovisual, o telejornal diferencia-se de outros produtos do jornalismo, tendo ao longo dos anos constituído uma linguagem própria. Essa peculiaridade, aliada à tradição de quase 60 anos de presença diária na casa dos brasileiros, tornam a pesquisa científica do jornalismo de televisão um desafio para o pesquisador que tem em suas mãos um objeto que é fortemente marcado pelas características de seu processo de produção, transmissão e recepção (SILVA, 2009, p. 01).

Nesta pesquisa, analisamos os programas ABTV 1ª Edição e TV Jornal Meio Dia, que são exibidos na faixa horária do meio-dia (na TV Asa Branca, das 12h às 12h40, e na TV Jornal, das 11h55 às 12h20). As duas emissoras possuem, juntas, uma abrangência de mais de 5 milhões de pessoas, como mostra a tabela 1.

**Tabela 1:** Telespectadores da TV Asa Branca e TV Jornal Caruaru

<b>Emissora</b>	<b>Área de cobertura (municípios)</b>	<b>Audiência (telespectadores)</b>
TV Asa Branca	108	2.979.211
TV Jornal Caruaru	73	2.428.265

**Fonte:** [http://comercial.redeglobo.com.br/atlas2004/mapas/php/con\\_emissora.php?pexib=CRR&puf=e](http://comercial.redeglobo.com.br/atlas2004/mapas/php/con_emissora.php?pexib=CRR&puf=e) e [http://jc3.uol.com.br/tvjornal/admin/arquivos\\_comercial/arg20070927103034.pdf](http://jc3.uol.com.br/tvjornal/admin/arquivos_comercial/arg20070927103034.pdf). Acesso em: 3 dez. 2010.

Para analisar a interferência dos jornalistas que trabalham nessas emissoras na definição das pautas e nas escolhas das matérias que são veiculadas nessas televisões locais nos baseamos na Teoria do *Newsmaking*. Alguns conceitos encontrados nesse recorte das teorias de comunicação foram básicos para nos ajudar a compreender melhor as formas como os jornalistas escolhem como transformar fatos em notícias. Quais os fatos do cotidiano que

<sup>3</sup> A emissora pertence ao grupo João Carlos Paes Mendonça (JCPM), que também é proprietário do *Jornal do Commercio*, Rádio Jornal, CBN/Recife e JC Online.

os jornalistas julgam importantes? Como o conhecimento deles interfere nessa escolha? Eles conhecem o conceito de Desenvolvimento Local?

Para tal, utilizamos como instrumento de pesquisa a entrevista semiestruturada, que foi aplicada com os editores (as), chefes de reportagem, produtores (as) e gerentes de jornalismo das emissoras analisadas. Ao todo, foram oito entrevistados, sendo quatro na TV Asa Branca e quatro entrevistados na TV Jornal Caruaru. Para preservar a identidade dos entrevistados, optamos por nominá-los como jornalistas 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07 e 08, sendo os jornalistas 01 a 04 os entrevistados que trabalham na TV Asa Branca, e os jornalistas 05 a 08 os entrevistados que trabalham na TV Jornal Caruaru.

A amostra foi composta pelos telejornais ABTV 1ª Edição, exibidos no período de 12 a 16 de abril de 2010, e TV Jornal Meio Dia, exibidos no período de 12 a 15 de abril de 2010<sup>4</sup>, totalizando nove programas, sendo cinco da TV Asa Branca e quatro da TV Jornal Caruaru. Optamos por este mês especificamente porque, segundo os gerentes de jornalismo das duas emissoras, é o período da realização da pesquisa do Ibope, o que acarreta em uma preocupação maior com o conteúdo dos programas. O ano de 2010 também foi escolhido porque a equipe responsável pela produção dos telejornais no período analisado é diferente da que estava nas duas TVs em anos anteriores.

A temática de Desenvolvimento Local foi escolhida como objeto de nossa análise. Como postula Franco (2000), esse tipo de desenvolvimento engloba quatro tipos de capital, de onde tiraremos a categorização dos temas, cujas abordagens buscamos identificar nos telejornais ABTV 1ª edição e TV Jornal Meio Dia. Dessa forma, optamos por identificar reportagens que contemplem as seguintes categorias:

- 1 – Capital empresarial (reportagens sobre atividades que geram negócio, atividades produtivas agrícolas e não agrícolas);
- 2 – Capital humano (reportagens sobre saúde, alimentação, cultura, educação, lazer, meio rural);
- 3 – Capital social (reportagens sobre associativismo, cooperativismo, economia solidária, mobilização social);
- 4 – Capital natural (reportagens sobre meio ambiente)

---

<sup>4</sup> A pesquisa não contempla a edição de 16 de abril de 2010 do TV Jornal Meio Dia, porque a cópia do telejornal não foi encontrada nos arquivos da emissora. Entramos em contato com a empresa ConnectTV, especialista em arquivamento de conteúdos de mídias eletrônicas, onde também não foi encontrada esta edição.

A análise desses produtos jornalísticos também levou em consideração a sua contextualização, ou seja, como os programas estão inseridos na grade de programação da emissora, qual a importância do programa para a TV, observando ainda sua relação com a concorrência e com a televisão em si. Essa perspectiva considera o telejornalismo como instituição social, como lembra Gomes (2007):

Essa contextualização não deve ser um pretexto para abandonarmos o programa televisivo ele mesmo em prol de uma análise que, embora tome o programa como ponto de partida, rapidamente se volta para outros objetivos. A contextualização deve ter como objetivo compreender o programa como produto cultural específico, enquanto conjunto de estratégias histórica, econômica, cultural, ideológica e socialmente marcadas (GOMES, 2007, p. 13).

A opção pelo tema tem origem nas pesquisas realizadas pelo Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex), da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), e nas experiências desenvolvidas pela autora, como jornalista nessas duas emissoras de TV locais. Em virtude de já ter atuado nas duas emissoras de TV locais, tendo assumido funções na produção, reportagem, chefia de reportagem e edição, parece existir uma linha de diferença expressiva se comparando o que se debatia nas reuniões de pauta – e, conseqüentemente, o que é apresentado na televisão – e o que se apresenta na literatura sobre o tema comunicação e Desenvolvimento Local.

O presente trabalho está dividido em três capítulos. Inicialmente, apresentamos esta introdução, contemplando a problematização da pesquisa e como foi realizado o processo de investigação, detalhando a metodologia adotada durante a análise e trazendo a justificativa para a escolha deste tema.

No **Capítulo 1 – Comunicação e Desenvolvimento Local: o papel do jornalista**, buscamos traçar o itinerário teórico que explicita de que forma a temática do Desenvolvimento Local passou a ser trabalhada dentro da comunicação. Este capítulo trata também sobre o papel que o jornalista tem assumido na sociedade, através das discussões desenvolvidas por Marcondes Filho (2009) no que se refere à configuração do jornalismo na contemporaneidade, e qual a interferência desse profissional na escolha dos conteúdos que são apresentados à audiência, tomando como base a Teoria do *Newsmaking*, com Wolf (2001), Traquina (2004) e Pena (2006). Encontra-se ainda, nesse capítulo, o conceito de jornalismo de desenvolvimento, a partir do que postula Kunczik (2002).

O **Capítulo 2 – Regionalização midiática: o local como fonte de informação** aborda o processo de regionalização midiática e suas configurações no contexto da globalização das comunicações. Buscam-se as especificidades da TV regional, tendo em vista que o telejornalismo das emissoras TV Asa Branca e TV Jornal, objetos desta pesquisa, se configuram como mídia regional. Este capítulo mostra ainda como a televisão entrou no cotidiano de Caruaru, fazendo um levantamento sobre o surgimento da televisão na cidade, desde a TV Tropical (hoje TV Pernambuco), até o aparecimento das duas emissoras analisadas.

Já o **Capítulo 3 – As abordagens do Desenvolvimento Local no telejornalismo caruaruense: análise da TV Asa Branca e da TV Jornal** é o escopo da análise da dissertação. Nele, busca-se analisar a abordagem das emissoras sobre os temas relacionados ao Desenvolvimento Local e compreender a interferência dos jornalistas nos critérios de seleção das notícias, a partir do conhecimento que possuem sobre as matérias que serão veiculadas no âmbito do Desenvolvimento Local.

## Capítulo 1

### Comunicação e Desenvolvimento Local: o papel do jornalista

Os estudos sobre comunicação e Desenvolvimento Local, como já nos referimos, surgem no Brasil no campo da Extensão Rural/Comunicação Rural, a partir do artigo *Desafios da Comunicação Rural em Tempo de Desenvolvimento Local* (TAUK SANTOS; CALLOU, 1995). Nele, o Desenvolvimento Local é apontado como “saída para a Comunicação Rural hoje promover o desenvolvimento social no campo” (TAUK SANTOS; CALLOU, 1995, p. 43), pois os processos de globalização engendraram uma ordem mundial mais excludente, principalmente nas populações rurais, cujo resultado foi a acentuação do êxodo rural e do desemprego urbano.

Para Tauk Santos e Callou, a Comunicação Rural foi permeada em sua história pela questão da exclusão, sob o pretexto de promover o desenvolvimento, e, por isso, através da aproximação com o Desenvolvimento Local, na metade da década de 1990, conseguiu encontrar na participação o caminho menos íngreme para combater os processos de exclusão social do meio rural brasileiro. Sobre isso, dizem os autores:

... a Comunicação Rural, como anteriormente definida, sai do patamar genérico das interações entre organizações governamentais e não-governamentais, para legitimação de políticas agrícolas ou transformações estruturais, e torna-se um instrumento prioritariamente viabilizador de um “fórum” local com capacidade de definir e gerar localmente políticas de desenvolvimento (TAUK SANTOS; CALLOU, 1995, p. 46).

Essa nova perspectiva passou a permear os estudos científicos iniciados no Mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural (CMARC)<sup>5</sup>, que foram incorporados pelos pesquisadores do Programa de Pós-graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex)<sup>6</sup>, fundado em 2004, na Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE).

Dentro das pesquisas realizadas no Posmex, muitas têm como corpus o campo do jornalismo, seja buscando compreender as manifestações da cultura popular na mídia massiva,

<sup>5</sup> O CMARC fazia parte da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE) e foi encerrado em 2002.

<sup>6</sup> As preocupações, presentes em duas linhas de pesquisa (*Políticas e Estratégias de Comunicação e Extensão Rural para o Desenvolvimento Local*), questionam o modelo difusionista responsável pela modernização do meio rural brasileiro e passam a incluir o Desenvolvimento Local como espaço para as práticas de Comunicação Rural, entendendo, sobretudo, os contextos populares rurais como produtores de sentido e hibridizados com a cultura massiva.

seja nos estudos de recepção de mídias e programas de intervenção social ou na investigação de estratégias de comunicação utilizadas por organizações não governamentais no âmbito do Desenvolvimento Local. Dentre os estudos, destacam-se as investigações de Andrade Neto (2007), Freire (2009), Mesquita (2009) – a quem já nos referimos na Introdução – e Gurgel (2009), todas tendo como objeto veículos ou estratégias de comunicação.

Andrade Neto (2007) procurou observar as estratégias de mobilização do programa de combate à pobreza rural, em Buíque, Pernambuco, sob o olhar da comunicação. O autor revelou que as organizações governamentais e não governamentais não têm dedicado a atenção necessária ao planejamento de comunicação vinculado à prática extensionista, o que, segundo ele, prejudica irremediavelmente os processos de mobilização para o Desenvolvimento Local.

Já Freire (2009) analisou as mensagens do Programa Rádio Mulher, do Centro das Mulheres do Cabo de Santo Agostinho (CMC), veiculado pela rádio comunitária Calheta FM, sob a ótica da construção do Desenvolvimento Local. A sua conclusão foi de que são veiculadas na emissora, com mais frequência, temas como cidadania e gênero, sendo relegados ao segundo plano outros vetores associados ao Desenvolvimento Local como ecologia ambiental e atividades econômico-produtivas.

Gurgel (2009) utiliza o rádio como objeto de pesquisa no estudo de recepção da Rádio Comunitária Boca da Ilha por pescadores e pescadoras da Ilha de Deus. A investigação se deu a partir das entrevistas com pescadores, pescadoras, comunicadores e fundadores da emissora comunitária e na análise de 12 horas da programação do rádio. De acordo com Gurgel, os pescadores e pescadoras utilizam a rádio como instrumento de mudança para o Desenvolvimento Local e encontram, na programação, assuntos que contribuem para o seu cotidiano. Nessa perspectiva, o autor compreende que o rádio comunitário pode e deve ser utilizado como meio para mobilização e conscientização dos seus ouvintes, ou seja, é um veículo capaz de promover o Desenvolvimento Local.

Dentro do cenário do Desenvolvimento Local, Mesquita (2009) buscou observar de que forma o JC Agreste, órgão vinculado ao Sistema Jornal do Commercio, de Pernambuco, contribui para a perspectiva da Extensão Rural contemporânea de construção do Desenvolvimento Local. A pesquisadora identificou que o espaço oferecido pelo jornal, que circula em 44 municípios do interior de Pernambuco, para trabalhar temas pertinentes à Extensão Rural contemporânea, tais como associativismo, gênero e ecologia, ainda é considerado pequeno.

Segundo Mesquita, o papel assumido pela comunicação oportuniza um processo de mudança constituída a partir do diálogo e da mobilização. Nesse sentido, diz ela, o jornal “assume um importante papel na construção do desenvolvimento local, à medida que contribui para levar para a comunidade discussões que impulsionem esse processo de mudança” (MESQUITA, 2009, p. 46). Na pesquisa, das quatro edições analisadas, a produção cultural local foi a categoria com mais evidência nos textos jornalísticos do JC Agreste, representando 41,4% do total impresso pelo periódico. Já as atividades econômico-produtivas agrícolas – agricultura, pesca, pecuária e piscicultura – não ocupam espaço jornalístico nas quatro edições pesquisadas. Isso denota uma distância entre a política editorial do jornal, presente no editorial de lançamento do jornal, e a prática da inserção de matérias focadas com o Desenvolvimento Local.

Os caminhos abertos por esses estudos revelam que a comunicação pode servir como instrumento de mudança e, especificamente no campo do jornalismo, também questionam a responsabilidade social da mídia frente às novas demandas da sociedade atual. Esses pressupostos têm ligação com um dos polos que começaram a se tornar dominantes na emergência do campo jornalístico contemporâneo, o polo ideológico, que compreende as notícias como um serviço público, tal como observou Traquina (2004). Para este autor, o jornalismo não se resume a técnicas de linguagem e formato, mas, por uma tradição histórica desde o seu surgimento em meados do século XV, traz, em sua essência, o compromisso social da informação dentro de uma sociedade democrática.

É verdade que, para obter um diagnóstico mais fiel sobre o papel do jornalismo e do jornalista na sociedade, é necessário ainda levar em consideração o polo inverso ao ideológico, classificado por Traquina como polo econômico, que define as notícias como um negócio. Sabe-se que os jornalistas possuem uma “autonomia relativa” sobre sua função, porque fazem parte de uma estrutura social maior – os meios de comunicação – que é conduzida por suas próprias condições de funcionamento, hierarquias e interesses.

Se partirmos do que postula Marcondes Filho (2009b), ao relatar a existência de quatro tipos de jornalismo desde o surgimento da imprensa na primeira metade do século XV, o profissional de hoje vive o momento da explosão tecnológica e o tempo de reflexão para pensar na melhor forma de divulgar as notícias parece estar cada vez mais exíguo.

Segundo Marcondes Filho, o primeiro jornalismo aparece em 1789 e vai até a metade do século 19, quando se relacionava o jornalismo como ambiente para o esclarecimento político e ideológico frente à necessidade de exposição e divulgação preconizada pelo Iluminismo. O segundo jornalismo é registrado na metade do século 19, sobretudo por volta

de 1875, cujo cenário registra a evolução dos processos de produção do jornal a partir da inovação tecnológica. A informação incorpora valor de troca, porque o jornal precisa se vender para se autofinanciar. A busca pelo furo, a imprensa de massa e a rotinização do trabalho ganham fôlego.

O terceiro jornalismo, vivenciado no século XX, marca o desenvolvimento e crescimento das empresas jornalísticas, que se transformam nos grandes conglomerados de comunicação, cuja característica principal é o monopólio e o distanciamento com a verdade – pela própria posição assumida de não questionar a política. O quarto jornalismo, no qual nos encontramos na atualidade, aparece no fim do século XX, em meados dos anos 1970, com a expansão das práticas persuasivas dentro dos noticiários, substituindo também o jornalista por um sistema de comunicação eletrônica, pelas redes. A virtualização e volatização vão configurar a prática do trabalho jornalístico. Nele, há também a supervalorização da imagem. Assim se refere Marcondes Filho:

A precedência da imagem sobre o texto muda a importância da matéria escrita e a submete a leis mais impressionistas e aleatórias: a aparência e a dinamicidade da página é que se tornam agora decisivas. Dentro dessa mesma nova orientação do jornalismo, assuntos associados ao curioso, ao insólito, ao imagetivamente impressionante ganham mais espaço no noticiário, que deixa de ser “informar-se sobre o mundo” para ser “surpreender-se com pessoas e coisas” (MARCONDES FILHO, 2009b, p. 37).

Essas definições nos levam a questionar se é possível ter um jornalismo que contribua, de alguma forma, para o Desenvolvimento Local. Qual o papel que o jornalista assume nesse sentido? Ainda que pareçam perguntas sem soluções práticas, pois a aproximação entre comunicação e Desenvolvimento Local ainda se encontra em construção, consideramos que é possível conceber o jornalismo como instrumento de Desenvolvimento Local a partir do momento em que os veículos de comunicação incorporem ao seu noticiário temas de interesse desse tipo de desenvolvimento, tal como pretendemos investigar no telejornalismo praticado pela TV Asa Branca e TV Jornal, em Caruaru, Pernambuco. Isso tem relação com o cumprimento do papel social do jornalismo, na perspectiva de Traquina (2004), que diz que “A teoria democrática aponta claramente para os meios de comunicação o papel de ‘mercado de idéias’ numa democracia, em que as diversas opiniões da sociedade podem ser ouvidas e discutidas” (TRAQUINA, 2004, p. 128).

Entendemos que partirá também do jornalista o interesse por buscar esses assuntos e agendar na pauta do veículo, levando-se em consideração que isso só é possível se ele souber

o que, de fato, significa Desenvolvimento Local. No cenário teórico das Teorias do Jornalismo, encontram-se, na literatura, vários estudos que tentam observar como a prática cotidiana dos jornalistas influencia no conteúdo que é apresentado aos receptores das mensagens.

Escolhemos como um dos arcabouços teóricos desta pesquisa a Teoria do *Newsmaking*, que postula que são os jornalistas os responsáveis por transformar fatos em notícias, ancorada por autores como Wolf (2001), Traquina (2004) e Pena (2006). Para esta perspectiva teórica, as preocupações se voltam para a observação de como os jornalistas constroem a notícia, ou seja, têm como parâmetro que esses profissionais ajudam na composição daquilo que será veiculado.

Pena (2006), em *Teoria do Jornalismo*, assegura que são as empresas de comunicação as responsáveis por “ordenar” o cotidiano da vida em sociedade.

Diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção de notícias. É dessas práticas que se ocupa a teoria do *newsmaking*. Como explica Tuchman, a atividade jornalística é extremamente complexa, apesar de seu objetivo parecer simples: fornecer relatos de acontecimentos significativos e interessantes (PENA, 2006, p. 130).

Segundo Pena (2006), a socióloga Gaye Tuchman é uma das mais influentes pesquisadoras sobre o *Newsmaking*, porque seu olhar de investigação parte do ofício jornalístico, em que o processo de produção da notícia é planejado tal como uma rotina industrial. Pena explica que, nessa perspectiva, o jornalismo não se configura como espelho do real, tal como defende a Teoria do Espelho – que postula que os fatos refletem a realidade, porque ela assim o determina, sem levar em consideração a influência do jornalista e do processo comunicativo na emissão das mensagens. Ao contrário, os jornalistas ajudam a construir a realidade. Nesta proposta, a preocupação está na produção das notícias, pois, de acordo com Pena:

... é no trabalho da enunciação que os jornalistas produzem os discursos, que, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de notícia. Assim, a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la (PENA, 2006, p. 128).

A Teoria do *Newsmaking* se preocupa com a noticiabilidade, ou seja, com o “conjunto de critérios, operações e instrumentos para escolher entre inúmeros fatos uma quantidade

limitada de notícias” (PENA, 2006, p. 130). A contribuição de Wolf a essa premissa evidencia a articulação entre três limites para a definição dos critérios de importância que vão nortear a escolha da notícia: a cultura profissional dos jornalistas, a organização do trabalho e os processos produtivos. Wolf caracteriza a noticiabilidade (*newsworthiness*) como a capacidade que os fatos têm de se tornarem ou não notícia. Esses critérios de valores-notícia se orientam por cinco pressupostos: a) característica substantiva das notícias (conteúdo, importância e interesse da notícia); b) características relativas ao produto (brevidade, atualidade, novidade); c) características referentes ao meio de informação; d) público; e e) concorrência.

Pode também dizer-se que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número previsível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 2001, p. 190).

No cotidiano da prática profissional, qualquer jornalista saberá dizer o que “rende” ou não notícia, de acordo com o senso comum das redações. É como se os jornalistas conseguissem por ordem no tempo e no espaço a partir daquilo que eles julgam de interesse para transformar o fato em notícia. A linha teórica do *Newsmaking* se baseia na sociologia do conhecimento e indica que a vida social se dá em interação e comunicação com os outros (entendidos enquanto indivíduos, instituições ou culturas). Pena alerta que o processo de produção das notícias não é determinista, se olhado em interação com as demandas sociais:

Nesse sentido, **não é possível encarar os pressupostos de “rotinização” do trabalho, do processo de produção e da cultura jornalística como pontualmente deterministas. Eles não são módulos uniformes e imutáveis. Há espaços de manobra para os jornalistas e eles são localizados na interação com os agentes sociais.** A rede de fontes, a capacidade de negociação e um talento para investigação são trunfos utilizados para demonstrar que o processo de produção das notícias é interativo. Depende das rotinas profissionais, mas também de iniciativas dos jornalistas e de demandas da sociedade, entre outros fatores (PENA, 2006, p. 132, grifo do autor).

De acordo com Wolf, os critérios de noticiabilidade mudam no tempo, indicando que assuntos que antes não despertariam interesse hoje podem ser transformados em notícia, se as demandas sociais assim os necessitar. Isso justificaria o interesse que os *mass media* têm mostrado pelos chamados *single issue movements*, ou seja, movimentos de opinião que levam

à tona a discussão sobre problemas simples do cotidiano. Wolf acredita que tais movimentos conseguem espaço na mídia por se tornarem significativos. Diz ele:

Tais movimentos começam a construir notícia, a ultrapassar o limiar da noticiabilidade, quando se considera que se tornaram suficientemente significativos e relevantes para irem ao encontro do interesse do público ou quando dão lugar a acontecimentos planejados de propósito para irem ao encontro das exigências dos *mass media*. Isto é, estabelece-se uma integração entre as estratégias de noticiabilidade adotadas pelos *single issue movements* e os valores/notícia aplicados pelos órgãos de informação (WOLF, 2001, p. 199).

No espaço televisivo, tal qual escolhemos como ambiente para esta pesquisa, o estudo de Vizeu (2005a) utiliza a Teoria do *Newsmaking* como pressuposto para compreender como as rotinas de produção influenciam os editores de texto (jornalista) no momento de decidir se uma notícia entra ou não no telejornal, a partir da observação que o autor fez do processo de produção do telejornal RJTV1, jornal local da Rede Globo de Televisão, no Rio de Janeiro.

Vizeu preceitua que as mensagens são produtos socialmente produzidos e, por isso, é necessário se concentrar em sua forma de produção, entendendo que as notícias são resultado de um processo que tem início na seleção dos acontecimentos a partir de um conjunto de categorias socialmente construídas. Sistematizando os estudos do *Newsmaking*, ele utiliza as ideias de Wolf (1994) e Traquina (1993) para sua conclusão de que as rotinas de produção dos editores contribuem fortemente para definir o que é notícia no telejornal.

Os critérios estabelecidos pelos editores de texto na hora de editar as matérias, como o número de pessoas e coisas inusitadas, são classificações quem indicam um enquadramento que busca padronizar o que foi elaborado dentro de uma rotina de trabalho. Da mesma forma também procede ao ancorar a escolha de notícias para entrar no jornal em tipificações, ao considerar que é notícia um fato que atinja um grande número de pessoas (VIZEU, 2005a, p. 119).

Vizeu assegura ainda que os critérios de seleção não são uma escolha subjetiva do jornalista, mas um componente diante do longo processo produtivo da notícia, que inicia na sua escolha e termina com sua divulgação. Baseado em Traquina, o autor indica que o fator tempo é um eixo central da prática jornalística, o que, na maioria das vezes, diminui a capacidade de aprofundamento das notícias, que ajudariam numa melhor compreensão do mundo por parte dos telespectadores.

Sob o controle do relógio e obcecados pelo novo, pelo imediatismo, pela pressão da hora do *fechamento*, os jornalistas e as empresas jornalísticas muitas vezes esquecem-se de que o como e o porquê numa matéria são importantes para que o telespectador, do outro lado da *telinha*, possa compreender melhor o mundo que o cerca. [...] As ideias de *imediatismo*, rapidez e pressão do tempo são incorporadas à prática dos jornalistas (VIZEU, 2005a, p. 124, grifo do autor).

Isso contribui para compreender por que muitas vezes as informações são tratadas de forma superficial e descontextualizadas, pois as problemáticas são delegadas a segundo plano frente à necessidade de trabalhar notícias mais enxutas e rápidas, baseadas no factual. Em contrapartida, toma-se aqui a possibilidade de incluir no agendamento dessas pautas, na escolha dessas notícias, temas ligados ao Desenvolvimento Local, desde que o jornalista tome para si a ideia de agente transformador desse cenário.

Encontra-se na literatura a abordagem que engloba o jornalismo como instrumento de desenvolvimento, conceito gerador do termo “jornalismo de desenvolvimento”, utilizado pela primeira vez em meados de 1967 para caracterizar uma visão do jornalismo “segundo a qual a reportagem dos eventos de importância nacional e internacional deveria ser construtiva, no sentido de contribuir positivamente para o desenvolvimento do país em questão” (KUNCZIK, 2002, p. 131). Sobre isso, diz Kunczik:

O termo foi criado no foro internacional na Universidade Filipina de Los Baños e teve maior impulso depois da formação da Fundação Jornalística da Ásia, em 1967. No princípio da década de 70, a agência DEPTH News serviu como forma de treinamento para o jornalismo de desenvolvimento. DEPTH News é uma sigla que representa o tema do desenvolvimento, da economia e da população e se concentra na reportagem aprofundada. [...] O jornalismo de desenvolvimento supõe que o desenvolvimento é um objetivo positivo e desejável, e que os meios de comunicação de massa podem fazer muito para fomentá-lo (KUNCZIK, 2002, p. 135).

Ao jornalista se atribui a função de se concentrar em assuntos que tratam sobre os processos de desenvolvimento em longo prazo e não somente em notícias diárias factuais. O conceito se parece com as primeiras abordagens feitas pela Extensão Rural/Comunicação Rural no sentido de ser instrumento de modernização, porém, o jornalismo de desenvolvimento não exclui a possibilidade de levar reflexão na construção das notícias.

O jornalismo de desenvolvimento é definido como o desdobramento dos meios de comunicação durante certo período em uma área específica a fim de agilizar ou melhorar a execução de um projeto em particular e seu propósito de informar e motivar as pessoas para a área que afeta o projeto. Além disso, muitos autores acham que o jornalismo de desenvolvimento é também um instrumento que permite alcançar objetivos políticos específicos, como a modernização ou a edificação de uma nação. No entanto o jornalismo de desenvolvimento não se converte de modo algum em porta-voz do governo, uma vez que não exclui a possibilidade de uma perspectiva investigadora e crítica (KUNCZIK, 2002, p. 133).

De acordo com Kunczik, o jornalismo de desenvolvimento entende o desenvolvimento não em seu sentido mais restrito, mas engloba também requisitos de justiça social, dignidade e igualdade. Sabe-se, no entanto, que os fundamentos teóricos do jornalismo de desenvolvimento partem de três teorias. A primeira delas é a Teoria da Modernização, baseada em Schramm (1964), em que o jornalista aparece como elemento promotor da modernização da sociedade, como afirma Kunczik:

Achava-se que os jornalistas trabalhavam em uma instituição modernizadora, cujo efeito era comparável ao de uma escola. Sua tarefa era transmitir o “vírus do modernismo” aos tradicionalistas e, dessa maneira, promover a modernização da sociedade em geral. Criando-se indivíduos modernos, podia-se alcançar a modernização de toda a sociedade, o que é um enfoque acentuadamente individualista (KUNCZIK, 2002, p. 137).

Outro ponto é a Teoria da Dependência, cujo arcabouço se baseia na ideia que os jornalistas dos países em desenvolvimento, por seguirem os profissionais do Ocidente, adotam critérios de outros países para escolha de suas notícias deixando descobertos os assuntos de interesse de sua nação; e a terceira teoria utilizada para reforçar o conceito de jornalismo de desenvolvimento é a Teoria dos Sistemas, em que a comunicação de massa é considerada um subsistema que interage com outros como a política, economia e religião, sendo que seu funcionamento depende dessa interação.

Nas novas conceituações sobre o jornalismo de desenvolvimento, Kunczik relata as ideias propostas por Cees Hamelink, em *Cultural Autonomy in Global Communication*, que credita à participação da população no sistema como o caminho para impedir a manipulação da informação por parte do jornalista. Outro aspecto mais atualizado sobre esse tipo de jornalismo parte da sua variante chinesa, na qual o jornalismo aparece como subordinado ao Estado e ao partido. O terceiro vetor desses novos conceitos diz respeito ao jornalismo de desenvolvimento intelectual, que seria uma espécie de “síntese de todos os tipos de

jornalismo: o objetivo, o científico, o defensor, o pedagógico e o inovador, com a ‘semente vanguardista de ideias’” (KUNCZIK, 2002, p. 149).

Em última instância, Kunczik ainda alerta sobre a forma que indica ser mais apropriada para a busca do verdadeiro sentido desse tipo de jornalismo. “O jornalismo de desenvolvimento pode apoiar a estabilização de estruturas de domínio nitidamente injustas, caso se legitime a manipulação da informação a pretexto do bem comum” (KUNCZIK, 2002, p. 150).

A partir do raciocínio de jornalismo de desenvolvimento, via Kunczik, nos parece fundamental questionar o papel que o jornalista assume na promoção e na divulgação das informações que teriam como finalidade o interesse social, tal qual se mostram interessados os que questionam os atuais padrões de desenvolvimento a partir da noção de Desenvolvimento Local. É nesse sentido que entendemos existir uma relação indissolúvel entre o local e o global na busca pelo entendimento dos atuais processos de globalização. Os estudos sobre Desenvolvimento Local ganham fôlego porque o local não é visto sob a ótica da redução de territorialidade, como sinônimo de pequeno espaço, mas sim assume outro caráter e pode significar um distrito, um município ou até mesmo um país, segundo a proposição de Franco:

O conceito de local adquire, pois, a conotação de alvo socioterritorial das ações e passa, assim, a ser redefinido como o âmbito abrangido por um processo de desenvolvimento em curso, em geral, quando esse processo é pensado, planejado, promovido ou induzido (FRANCO, 2000, p. 27).

A globalização, ao mesmo tempo em que possibilitou uma aparente homogeneidade de alcance mundial, também contribuiu para fragmentar as identidades nacionais, despertando o interesse pelo local. De acordo com Hall, “ao invés de pensar no global como ‘substituindo’ o local seria mais acurado pensar numa nova articulação entre ‘o global’ e o ‘local’” (HALL, 2006, p. 77). A imbricação entre o global e o local fez surgir um novo termo, a *glocalização* (FRANCO, 2000), que reflete o processo que ocorre concomitantemente.

As visões permeadas pelo Desenvolvimento Local, especificamente, questionam os atuais padrões de desenvolvimento, ou seja, levantam o debate sobre os efeitos que a produção e consumo sem planejamento causarão na qualidade de vida das gerações futuras. Esse conceito ganhou força na área ambiental, impulsionado, sobretudo, pelas interrogações sobre as intervenções humanas no ecossistema, vindas desde o Relatório do Clube de Roma<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Esse relatório, publicado em 1972, identifica os principais problemas do planeta, principalmente aqueles com efeitos de longo prazo. Foi resultado das reuniões do Clube de Roma, fundado na Itália, em abril de 1968,

até a Eco-92<sup>8</sup> (FRANCO, 2000, p. 18). Outra contribuição partiu das organizações da sociedade civil, também nos questionamentos sobre o padrão de desenvolvimento, ao incorporarem a ideia “de cidadania em sentido amplo, no enfrentamento do fenômeno da exclusão social” (FRANCO, 2000, p. 20).

Franco amplia o conceito de Desenvolvimento Local ao incorporar nele os adjetivos *integrado* e *sustentável*, na tentativa de identificar uma visão mais sistêmica sobre o processo de desenvolvimento. Segundo o autor, o que se denomina hoje por Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável (DLIS) foi lançado institucionalmente em 1997 pelo Conselho da Comunidade Solidária e significa “uma denominação mais ampla para vários tipos de processos de desenvolvimento local” (FRANCO, 2000, p. 23). Ao contrário do desenvolvimento que prioriza as veias econômicas como destino final, o DLIS incorpora a comunidade como ambiente de descobertas de potencialidades, que somente serão possíveis caso haja investimento no aumento do nível educacional da população. Assim se refere Franco:

Para tornar dinâmica uma potencialidade é preciso identificar uma vocação e descobrir as vantagens de uma localidade em relação às demais. Mas isso não basta. Porque desenvolvimento não é só desenvolvimento econômico. É preciso que um conjunto de fatores de desenvolvimento seja estimulado. Basicamente, é preciso que as pessoas tenham acesso à renda, à riqueza, ao conhecimento e ao poder. [...] O desenvolvimento local é um modo de promover o desenvolvimento que leva em conta o papel de todos esses fatores para tornar dinâmicas potencialidades que podem ser identificadas quando olhamos para uma unidade socioterritorial delimitada (FRANCO, 2000, p. 31).

A preocupação do autor se volta para a necessidade de acesso à cidadania e aos recursos da vida moderna por parte da população, ou seja, o nível de desenvolvimento não está relacionado ao número de prédios de uma localidade, porque “cidade desenvolvida é cidade boa para se viver e não cidade grande” (FRANCO, 2000, p. 35). A garantia de atender as necessidades do hoje sem comprometer o amanhã é o grande objetivo do desenvolvimento

---

através da união de acadêmicos, industriais, diplomatas e membros da sociedade civil. Fonte: [http://www.fiesp.com.br/download/acao\\_politica/clube\\_roma.pdf](http://www.fiesp.com.br/download/acao_politica/clube_roma.pdf). Acesso em: dez. 2010.

<sup>8</sup> A Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUCED), realizada em junho de 1992, ganhou o nome de Rio-92 e foi realizada na cidade do Rio de Janeiro, reunindo representantes de 175 países. Nela, a preocupação girava em torno das mudanças climáticas e a biodiversidade. Fonte: [http://www.ambientebrasil.com.br/composer.php3?base=/\\_gestao/index.html&conteudo=/\\_gestao/artigos/rio92.html](http://www.ambientebrasil.com.br/composer.php3?base=/_gestao/index.html&conteudo=/_gestao/artigos/rio92.html). Acesso em: dez. 2010.

que contemple as instâncias humanas, sociais e ambientais. Sobre esse aspecto, Franco assegura que:

Quando se fala aqui em desenvolvimento, fala-se, portanto, em melhorar a vida das pessoas (desenvolvimento humano), de todas as pessoas (desenvolvimento social), das que estão vivas hoje e das que viverão amanhã (desenvolvimento sustentável) (FRANCO, 2000, p. 36).

De acordo com Franco (2000), por muito tempo se acreditou que o capital existia apenas para descrever o acúmulo de riquezas de determinada sociedade, porém, na contemporaneidade, sabe-se da existência de outros tipos de capital, considerados por ele como decisivos no processo de desenvolvimento: o capital empresarial, o capital humano, o capital social e o capital natural.

O capital humano se refere mais diretamente ao conhecimento, ao *know-how* e à capacidade de criá-lo e recriá-lo – o que envolve a educação, a saúde, a alimentação e a nutrição, a cultura e a pesquisa e várias outras áreas. [...] O capital social diz respeito aos níveis de organização de uma sociedade. [...] O capital natural diz respeito às condições ambientais e físico-territoriais herdadas (FRANCO, 2000, p. 38).

Já o capital empresarial, segundo Franco (2000), diz respeito à propriedade produtiva, à riqueza. Para ele, “é preciso aumentar os graus de acesso das pessoas não apenas à renda, mas também à riqueza, ao conhecimento e ao poder ou à capacidade e à possibilidade de influir nas decisões públicas” (FRANCO, 2000, p. 2000). Franco ainda colabora para essa perspectiva indicando que o caminho para a promoção do desenvolvimento perpassa por todos esses capitais, objetivando o empoderamento das populações. Segundo o autor, para promover o desenvolvimento, é necessário

... gerar renda, multiplicar o número de proprietários produtivos, elevar o nível de escolaridade da população e aumentar o número de organizações da sociedade civil. Ou seja, aumentar a produção e democratizar o acesso à riqueza, ao conhecimento e ao poder (no sentido de *empoderar* as populações) (FRANCO, 2000, p. 40).

Coleman (2001) corrobora no entendimento do capital social como instrumento do Desenvolvimento Local ao considerar que este tipo de capital é inerente às estruturas de relações entre os atores sociais. Para o autor, este conceito, empregado no contexto da família e da comunidade, contribui, por sua vez, na formação de capital humano. Sobre isso, diz Coleman: “el concepto de capital social sirve tanto para explicar los diferentes resultados en

el nivel de los actores individuales como para dar cuenta de las transiciones micro-macro sin elaborar los detalles socio-estructurales que se producen a su través (COLEMAN, 2001, p. 55). Coleman también asegura que o potencial de informação inerente às relações sociais é considerado uma importante forma de capital social, pois “la información es importante porque proporciona una base de acción” (COLEMAN, 2001, p. 59).

Na visão de Putnam (2001), uma comunidade provida de forte capital social é capaz de trabalhar em conjunto através de suas próprias relações de organização e cooperação. Para ele, o conceito de capital social perpassa pela confiança e pelo benefício mútuo. Assim ele se refere:

... el “capital social” se refiere a características de la organización social, como por ejemplo redes, normas y confianza, que facilitan La cooperación y la coordinación em beneficio mutuo. El capital social aumenta los beneficios de la inversión en capital físico y humano. Trabajar juntos es más sencillo en una comunidad bendecida con una reserva sustancial de capital social (PUTNAM, 2001, p. 90).

O capital social, ao lado da cultura, é considerado por Kliksberg (2002) uma das possibilidades de contribuição para o desenvolvimento econômico e social. Citando os estudos de Putnam (1994), Kliksberg diz que o capital social

... é, fundamentalmente, formado pelo grau de confiança existente entre os atores sociais de uma determinada sociedade, pelas normas de comportamento cívico praticadas e pelo nível de associativismo que a caracteriza. Estes elementos evidenciam a riqueza e a força do tecido social interno de uma sociedade (KLIKSBERG, 2002, p. 20).

Todos esses capitais são considerados instrumentos de Desenvolvimento Local e não atuam de forma excludente, mas se complementam nos esforços de transformação da sociedade. Sobre isso diz Bourdieu (2000):

Los diferentes tipos de capital pueden obtenerse con ayuda de *capital económico*, pero solo al precio de um mayor o menor *esfuerzo de transformación*, que resulta necesario para producir la forma de poder efectiva en el campo correspondiente. Existen así, por ejemplo, algunos bienes y servicios que pueden obtenerse gracias al capital económico, inmediatamente y sin costes secundários; pero existen también otros que solamente pueden obtenerse por virtud de un capital social de relaciones u obligaciones (BORDIEU, 2000, p. 157, grifo do autor).

Jara (2001) preceitua que o desenvolvimento ideal leva em consideração uma perspectiva mais holística dos fenômenos, não tendo como finalidade o acúmulo de bens

materiais, mas a busca pela melhoria da qualidade de vida. Portanto, vale-se mais o ser e não o ter nas relações sociais. Diz esse autor:

O conceito tradicional de desenvolvimento associa-se à produção de bens materiais para a satisfação das necessidades básicas e para a melhoria das condições de vida. A proposta atual pauta-se em perspectiva holística, tendo por foco o desenvolvimento do ser humano. Parte do capital social, do capital humano e do empoderamento para dar conteúdo à real democracia. A ênfase do desenvolvimento sustentável está nas coisas que as pessoas podem fazer e nas realizações que definem o ser das pessoas, e não no que elas podem ter (JARA, 2001, p. 24).

É nessa proposta que Jara põe o desenvolvimento rural sustentável como caminho para o meio rural, a partir da priorização de variáveis como o bem-estar econômico e produtividade, capital humano e qualidade de vida, capital social e equidade, e gestão ambiental integrada dos recursos naturais. Jara assegura que o desenvolvimento local depende mais das forças humanas e da capacidade afetiva da população – incluindo acesso à informação e articulação entre os agentes econômicos – do que das potencialidades produtivas.

Faz-se necessário, dessa forma, compreender com mais profundidade os fenômenos que influenciam no Desenvolvimento Local para passar a entendê-lo como possibilidade de atuação da Extensão Rural/Comunicação Rural. Observa-se a contribuição de Callou (2004) a essa perspectiva, quando enumera esse tipo de desenvolvimento como um dos vetores que influenciaram os estudos da Comunicação Rural na última década:

Os estudos de Comunicação Rural/Extensão Rural no Brasil vêm passando, nesses últimos 10 anos, por transformações teórico-metodológicas consideráveis. Pelo menos três vetores contribuíram para o surgimento dessas transformações: a influência dos estudos em desenvolvimento local, aqui compreendido como um processo de concertação/orquestração dos diferentes atores sociais empenhados no desenvolvimento sustentável das potencialidades econômicas endógenas; a disseminação dos *Cultural Studies* ingleses nas pesquisas em Comunicação da América Latina; e as novas concepções sobre o rural brasileiro que enlaçam atividades agrícolas e não agrícolas num mesmo território agrário (CALLOU, 2004, p. 168).

A Comunicação Rural passou a assumir a função de mediar os contextos populares no sentido de possibilitar ou gerir os processos de comunicação na concertação para o Desenvolvimento Local, juntando-se às noções de participação e de cultura popular nessa nova abordagem (CALLOU, 2004, p. 168). A cultura popular não é considerada passiva, mas sim como produtora de sentido, tendo como base as concepções de Néstor García Canclini e

Jesús Martín-Barbero nos estudos sobre a cultura popular e suas interações com a cultura massiva, desenvolvidos, sobretudo, a partir dos anos 1980. Buscamos essas conceituações para traçar os caminhos que possibilitaram as aproximações entre Comunicação e Desenvolvimento Local. Essas conclusões são pertinentes para estimular o empenho em compreender o papel do jornalista nesse novo cenário da Comunicação Rural/Extensão Rural.

## Capítulo 2

### Regionalização midiática: o local como fonte de informação

A globalização da comunicação, ao mesmo tempo em que possibilitou a ultrapassagem de barreiras para a difusão das informações mundialmente, foi responsável por despertar o interesse pelo local, através do apego às raízes e da valorização da cultura das comunidades. De acordo com Peruzzo (2003), esse cenário fez surgir a revitalização das mídias locais e regionais, como reflexo da reivindicação dos cidadãos pelo direito à diferença. As pessoas sentem necessidade de ter o seu cotidiano retratado nos veículos de comunicação, pois é nesse local onde estão os seus principais interesses econômicos, sociais e culturais.

A relação global-local não é observada como sinônimo de exclusão, mas ocorre em processo concomitante e interconectado, pois, como alerta Peruzzo (2003), “o local e o regional só podem ser compreendidos na relação de um com o outro, ou deles com outras dimensões especiais, como o nacional e o global”. O termo local está longe de ser compreendido apenas como dimensão territorial ou geográfica, na sua relação com o meio físico. Ele é observado a partir da inclusão de outros tipos de territórios, como os de “base cultural, ideológica, de idioma, de circulação da informação, etc.” (PERUZZO, 2003, p. 68). O local se configura, então, como um ambiente de trocas e de identificação. Isso significa que, acrescenta Peruzzo, “em outras palavras, o local se constitui num espaço característico constituído por partes que se relacionam, mas que ora se identificam, dependem umas das outras, e ora são excludentes (PERUZZO, 2003, p. 68)”.

Na visão de Ortiz (1999), o local absorve características peculiares, como a diversidade:

O “local” participa ainda de uma outra qualidade: a diversidade. Na verdade, ele se opõe ao “nacional” e ao “global” apenas como abstração. Visto de perto, qualitativamente, ele constitui uma unidade coesa. Seria, pois, mais correto falarmos de “locais”, no plural. Cada lugar é uma entidade particular, uma descontinuidade espacial (ORTIZ, 1999, p. 59).

Abandonada a ideia da dialética excludente entre o global e o local, este último acaba surgindo como temática emergente no contexto da globalização das comunicações. As tecnologias da informação e da comunicação possibilitaram a compreensão do local para além da noção de território, porque se observa que, no atual contexto contemporâneo, as relações de familiaridade podem ser compartilhadas sem a dependência do ambiente territorial. Nessa

perspectiva, os elos de vizinhança e sentimento de pertença são reforçados por estarem presentes na configuração do local como ambiente para troca de sentidos. O local, portanto, consegue possibilitar laços de pertencimento entre uma determinada comunidade, conforme assegura Peruzzo:

Importa entender que o local se caracteriza como um espaço vivido em que há elos de proximidade e familiaridade, os quais ocorrem por relacionamentos (econômicos, políticos, vizinhança, etc.) e laços de identidades os mais diversos, desde uma história em comum, até a partilha dos costumes, condições de existência e conteúdos simbólicos, e não simplesmente em decorrência de demarcações geográficas (PERUZZO, 2003, p. 69).

À mídia acrescenta-se o conceito de local para caracterizar aquele tipo de comunicação focada intencionalmente no local como ambiente de trocas de experiência e sintonia com o cotidiano dos receptores. A valorização desse tipo de mídia se deu no auge da globalização, pois esta, por ocorrer em processo concomitante com o local, foi capaz de ressaltar o interesse pela regionalidade.

O diferencial peculiar à mídia local é a ideia de proximidade, pois, de acordo com Peruzzo, “a mídia local se ancora na informação gerada dentro do território de pertença e de identidade em uma dada localidade ou região” (PERUZZO, 2005, p. 5). Carlos Camponez (2002), ao observar o processo de regionalização da mídia em Portugal, que se deu no fim da década de 1980, argumenta que a aproximação com o público é inerente à própria prática jornalística. Diz ele:

... a questão da proximidade está longe de ser apanágio da imprensa regional. Na realidade, trata-se de uma questão transversal no jornalismo, no esforço de comunicar conteúdos considerados pertinentes aos seus leitores e, particularmente na definição de estratégias empresariais com o objectivo de conseguirem a fidelização dos públicos (CAMPONEZ, 2002, p. 113).

Para o autor, essa tentativa de comunicar para os leitores não é apenas estratégia única dos meios regionais e locais. Os veículos de expressão nacional têm o seu esforço de proximidade na medida em que dão maior abertura aos espaços destinados ao leitor, como ocorreu, em Portugal, com o Diário de Notícias, que criou as edições Norte, Centro e Sul para diferenciar os seus próprios leitores. Na visão de Camponez (2002), a redescoberta do conceito de proximidade ganhou evidência, nos últimos anos, exatamente na época em que o número de leitores de jornais passou por uma redução paulatina, e acabou se tornando estratégia para atrair o público dos grandes meios de comunicação. Essa redescoberta, segundo ele,

constituiu-se como “uma estratégia para recuperar imensas franjas de públicos que normalmente estão alheados dos grandes meios de comunicação de massa, quer pelo acesso ao seu conteúdo, quer pela possibilidade de se constituírem como sujeitos de comunicação” (CAMPONEZ, 2002, p. 114).

No caso lusitano, Camponez identifica alguns sinais dessa mudança de perspectiva, como os novos investimentos e a renovação de projetos editoriais por parte dos veículos de comunicação que passaram a dar ênfase na comunicação regional e local. Outro estímulo para o reconhecimento da importância da informação local se deu também do ponto de vista político. Segundo ele, “entre as razões evocadas pelos defensores do gorado projecto de regionalização, no referendo de 1998, insistia-se precisamente nas vantagens de uma gestão e de uma administração pública exercida localmente” (CAMPONEZ, 2002, p. 115).

A noção de proximidade é considerada um dos critérios de valor-notícia para a escolha daquilo que será veiculado pelos meios de comunicação. A ligação com o local é condição primordial para a produção do conteúdo, pois os acontecimentos que nos são mais próximos acabam sendo compreendidos de forma mais consistente. É nisso em que acredita Teun Van Dijk (1996 apud CAMPONEZ, 2002, p. 116), quando considera que a proximidade local e ideológica é transversal a todos os outros valores-notícia, tais como a novidade, atualidade e a relevância.

A proximidade local inclui a pressuposição de conhecimentos adquiridos, bem como da relevância: sabemos mais sobre a nossa própria aldeia, cidade, país, continente, em parte pela nossa experiência directa e pelas comunicações informais das experiências de outros que conhecemos (TEUN VAN DIJK, 1996 apud CAMPONEZ, 2002, p. 117).

Segundo Raimundo (s.d. apud CAMPONEZ, 2002, p. 117), a proximidade no jornalismo emerge da “preocupação de conquistar as boas graças do público, através da criação de invisíveis cadeias de cumplicidade”. Ele compreende que esse tipo de comunicação, porém, pode ser utilizada com finalidades benéficas ou não – entendendo o fim maléfico como resultado do sensacionalismo na divulgação de informações regionais. Para o autor, o conceito de proximidade tem o indivíduo como centro e se desenvolve em quatro vertentes: geográfica (acontecimentos que ocorrem na rua, cidade, país, etc.); temporal (distância do leitor face ao momento dos acontecimentos); psico-afetiva (diz respeito aos valores como sexo, vida, morte, segurança, dinheiro e destino) e social (temas relacionados com a família, profissão, classe social, religião, ideologia e política). Para Peruzzo (2003), está na premissa da proximidade o diferencial da mídia local.

O diferencial básico dos meios de comunicação locais é a noção de proximidade que eles imprimem em suas práticas e nas políticas editoriais. Proximidade significa ligação, sintonia e compromisso com o mundo vivo pelos receptores (PERUZZO, 2003, p. 80).

O crescente interesse das pessoas pelas informações que têm relação com o seu cotidiano seria justificado por essa relação de proximidade com o local. Quanto mais os veículos de comunicação abordam temas que tratam sobre assuntos ligados diretamente à vida dos cidadãos, mais interessados eles estariam por consumi-los, por partilharem um sentimento de familiaridade e inserção com esses conteúdos informacionais.

No Brasil, a mídia local existe desde que surgiram os meios de comunicação de massa (PERUZZO, 2005). A Constituição Federal de 1988<sup>9</sup>, no artigo 221, inciso III, prevê que a produção e programação das emissoras de rádio e televisão devem atender ao princípio da “III – regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei”. Esse processo de aproximação com o regional, porém, ocorreu com mais força por volta da década de 1980, sobretudo estimulado pelas modificações pelas quais passava a comunicação no país, com a criação de novas emissoras, lançamento de satélites domésticos, surgimento de emissoras UHF e o constante intercâmbio com corporações internacionais que passaram a investir na radiodifusão brasileira (PERUZZO, 2005).

É nesse cenário de novidades que algumas emissoras de rádio e televisão buscaram abrir filiais em cidades interioranas, muitas das quais hoje abrigam as maiores redes regionais de comunicação no Brasil. Essa oportunidade de aproximação com o público acabou servindo de estratégia mercadológica para os meios de comunicação, que identificaram na regionalização da mídia a porta para explorar novos mercados potenciais.

A regionalização da mídia, todavia, não pode ser compreendida apenas na perspectiva ideológica de compromisso com o cidadão, pois se sabe que, muitas vezes, os interesses mercadológicos ultrapassam a necessidade de ter uma mídia focada no interesse público. Sobre isso, diz Peruzzo:

... o regional, no caso da interiorização da tv, é visto essencialmente como oportunidade de mercado, como uma alternativa para a geração de renda [...] O que se questiona é a prática da subserviência política e econômica em detrimento do interesse público e do jornalismo de qualidade (PERUZZO, 2003, p. 79).

---

<sup>9</sup> Fonte: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm). Acesso em: dez. 2010.

A autora ressalta ainda que a publicidade do interior do país serve de atrativo para a instalação dessas empresas:

O interesse da grande mídia pelo local, num primeiro momento, apresenta-se mais por seu lado mercadológico do que pela produção de conteúdo regionalizado. A televisão, por exemplo, explora a diferenciação local como nicho de mercado, interessada que está em captar os recursos provenientes da publicidade do interior do país (PERUZZO, 2005, p. 03).

Algumas emissoras de TV se atraem pelo interior pela possibilidade de aproveitar as festas e eventos regionais para desenvolver projetos de mídia e campanhas publicitárias específicas. Uma prova desse interesse pelo local por efeitos mercadológicos está presente no Caderno de Mídia da Revista Imprensa, edição de agosto de 2010. A publicação destaca na capa que “as festas e eventos para públicos locais são oportunos para ações de marketing e têm atraído cada vez mais clientes, veículos e agências”. No Nordeste, a reportagem elenca projetos regionais desenvolvidos pela TV Jornal, em Pernambuco, como Verão Positivo, São João e Temporada do Frio. Segundo a reportagem,

As empresas de comunicação e, em especial, as emissoras afiliadas de televisão aproveitam as datas comemorativas para a criação de programas especiais com extensa cobertura de cada dia de festa, além de elaborar outras atividades e eventos para preencherem o calendário do mercado publicitário e movimentarem as cidades em que atuam (IGNACIO, 2010, p. 5).

Atualmente, dos oito grupos que dominam a radiodifusão brasileira, cinco são regionais: a Rede Brasil Sul (RBS) – localizada na região Sul, as Organizações Jaime Câmara (OJC) – localizado no Centro-Oeste, a Rede Amazônica de Rádio e Televisão (RART) – localizada no Norte, Zahran – localizada em Mato Grosso, e Verdes Mares – localizada no Nordeste (CABRAL, 2006, p. 3).

O peso dado ao regional pode ser verificado no processo de interiorização da TV no país, no momento de revalorização da mídia local face à globalização. Sobre isso, diz Peruzzo:

Em suma, a globalização não mata as regionalidades, pelo contrário contribui para sua revalorização. É justamente no momento em que o local e o comunitário se apresentam com uma inesperada vitalidade que a grande mídia passa a aumentar os espaços de regionalização de seus conteúdos e que se desenvolve com mais rigor a interiorização da televisão no País (PERUZZO, 2003, p. 71).

A RBS, criada em 1957, em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, foi pioneira no modelo regional de televisão no Brasil, processo que ganhou ritmo diferenciado em 1979,

quando a TV abriu filial no Estado de Santa Catarina. A empresa é afiliada à Rede Globo, cujo projeto de regionalização ganhou força, na década de 1980, com a implantação da Central Globo de Afiliadas e Expansão (CGAE), um setor específico para tratar de assuntos de interesse das afiliadas. A RBS representa hoje o maior grupo regional em atuação no país e a maior empresa de comunicação da região Sul. A rede possui 18 TVs abertas, 2 emissoras de TV comunitárias, 1 emissora de TV focada no agronegócio, 25 rádios, 8 jornais diários, 4 portais, além de editora, gráfica e gravadoras próprias, segundo informações detalhadas no site<sup>10</sup> do grupo.

O processo de expansão da rede cada vez mais abrange novos mercados comunicacionais no sul do país. Em entrevista à Revista Imprensa (edição de julho de 2010), o presidente do grupo, Nelson Sirotsky, assegurou que a RBS, instalada em uma região com o melhor índice de leitura<sup>11</sup> de jornais do Brasil, vai expandir os negócios para além da região sul.

Temos razoavelmente claros os caminhos em que a nossa empresa quer andar e está perseguindo. Um dos eixos desses caminhos é a continuidade como operadora dos meios de comunicação tradicionais do RS e SC, que são mercados altamente relevantes e representam quase o tamanho de uma economia como a do Chile. O segundo mundo em que vamos atuar é o mundo digital. [...] Outro campo em que a RBS também já está atuando: o mundo dos eventos, que leva ao consumidor novas formas de entretenimento e leva aos anunciantes novas formas e oportunidades de se comunicarem com seus respectivos públicos (MANZANO, 2010, p. 24).

Próximo à virada do século XX para o XXI, os grandes conglomerados de comunicação voltaram às atenções para a regionalização como caminho para suprir as frequentes perdas de audiência, especificamente no caso da televisão. Reunidos em um seminário em 1997, em São Paulo, empresários do setor de comunicação “afirmaram que a regionalização da programação da televisão é o principal fator de sobrevivência das emissoras no país” (BAZI, 2001, p. 11).

Foram dessas novas demandas que surgiu o interesse pela TV regional. De acordo com Bazi, esse tipo de televisão é caracterizado por “aquela que transmite seu sinal a uma determinada região e que tenha sua programação voltada para a mesma” (BAZI, 2001, p. 16). Sousa também identifica esse tipo de televisão como sendo um “...empreendimento instalado numa determinada área, com alcance limitado por lei e por recursos técnicos, quase sempre

<sup>10</sup> <http://www.rbs.com.br/>

<sup>11</sup> Segundo dados da Associação Mundial de Jornais (WAN), publicados no site da Associação Nacional de Jornais (ANJ), o Brasil ocupa a 101ª posição no ranking mundial de leitura de jornais. Fonte: <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/leitura-de-jornais-no-mundo/>

subordinado a uma grande rede e com alguma autonomia na grade de programação” (SOUSA, 2006, p. 105) .

Na visão de Simões, outros critérios também apontam para uma emissora de TV ser considerada regional:

... sua localização geográfica, ausência de participação em uma rede suprarregional, quantidade de comerciais ou quantidade de programas produzidos pelas afiliadas, quantidade de comerciais ou programas produzidos por cada afiliada (e qualidade e duração/tempo destes programas) (SIMÕES, 2006, p. 28).

Na introdução da obra *Televisão regional: globalização e cidadania*, Sousa (2006) chega a quatro conjuntos de conclusões – consideradas por ele como parciais – sobre o conceito de televisão regional, visto que, apesar dos esforços de teóricos para chegar a um consenso sobre como se configura esse tipo de mídia, as investigações continuam despertando novos parâmetros e características sobre seu funcionamento. Diz Sousa sobre suas quatro reflexões a respeito da TV regional:

a) O termo *regional*, a exemplo de muitos outros que vivaram moda, perdeu força explicativa; precisa ser resgatado, reconstruído, ressignificado. [...]; b) tal qual a globalização, a regionalização deve ser compreendida em sua forma dinâmica, seu movimento de passagem – ato ou efeito de regionalizar, mudança em curso; c) a televisão regional se constrói, como experiência, dos modelos totalizadores aos quais se afilia para viabilizar-se como empreendimento midiático, [...] d) [...] modela-se nas interações com o meio, em processos que envolvem disputas mercadológicas, estratégias de conquistas de audiência e ressignificação de conteúdos (SOUSA, 2006, p. 10).

No cotidiano das centenas de emissoras regionais existentes no Brasil, a prática mostra que muitas delas são as responsáveis por levar ao público os assuntos de interesse das cidades de sua cobertura, dando bastante ênfase no município mais importante de sua região que, na maioria das vezes, é onde está instalada a sede da empresa. Esse, por exemplo, foi um dos resultados identificados por Silva (2006), ao analisar os limites e possibilidades da TV regional, a partir da experiência da mídia regional da Baixada Santista – com três emissoras comerciais e uma de caráter educativo. O autor tentou identificar quais os assuntos mais abordados durante cinco dias nos dois telejornais das tevês afiliadas à Globo e Record e chegou à conclusão que, por muitas vezes darem mais destaque à cidade mais importante de sua região, as tevês regionais têm recebido críticas sobre o papel que deveriam prestar na localidade.

As empresas se defendem afirmando que não possuem equipes suficientes para realizar uma cobertura cabal ou às vezes não se justifica enviar uma equipe para um município muito distante sem haver razão maior. Após o levantamento dos dados no período pesquisado, percebeu-se que a Baixada Santista não é exceção a esta regra. [...] Os números apontam que das 66 matérias realizadas pela Tribuna, 39 ou 59,09%, foram feitas no município principal (SILVA, 2006, p. 292).

No entender dele, a postura assumida por dezenas de TVs é redutora, por estarem “preocupadas em veicular publicidade regional e nenhuma informação que interesse à população local” (SILVA, 2006, p. 295). O autor diz ainda que, através do jornalismo, as pessoas poderiam se sentir mais próximas de seus direitos ou de terem respostas sobre suas necessidades.

Segundo Silva, a regionalização da televisão foi um processo já aguardado pelo mercado e antecipado por estudiosos da área, por ser reflexo da necessidade que o público sente de receber notícias sobre sua região. A legislação do país também contribuiu para esse processo:

No Brasil, a legislação não permite que nenhuma emissora possua mais de cinco estações de televisão, por isso, as grandes redes, para efetuarem suas expansões, utilizam o sistema de afiliadas. Este consiste em firmar um contrato com as emissoras regionais para retransmissão do sinal (SILVA, 2006, p. 290).

Em Pernambuco, o processo de interiorização da TV ocorreu na década de 1980 por iniciativa estatal. As primeiras emissoras instaladas no Estado se concentraram na capital: a TV Rádio Clube, Canal 6, inaugurada em 4 de junho de 1960, a TV Jornal, inaugurada em 18 de junho de 1960, e a TV Globo Nordeste, inaugurada em 1972, que também transmitia sinal para a Paraíba, o Rio Grande do Norte e Alagoas.

Somente 24 anos depois do aparecimento da televisão em Pernambuco, as emissoras passaram a olhar para o interior. Em 1984, foi inaugurada em Caruaru a TV Tropical, pelo Canal 12. O apelo regional na iniciativa foi destacado no discurso do então governador do Estado, Roberto Magalhães. No evento de inauguração da emissora, o político falou sobre o ganho para o interior com a chegada do veículo à região: “A TV Tropical está sendo e continuará a ser, estou certo, a imagem de um novo Pernambuco. Um Pernambuco que não se restringe nem ao litoral, nem apenas à faixa de 11% da zona da mata”<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> O trecho deste discurso está no documentário A Trajetória da TV no País de Caruaru, elaborado pelos estudantes de jornalismo Ricardo Carvalho e Marlon Vital em 2009 como projeto de conclusão de curso na Faculdade do Vale do Ipojuca (Favip), em Caruaru.

Com o slogan “A imagem viva do Nordeste”, a TV Tropical de Caruaru transmitia programas com foco para cultura, como o Programa Forró Verso e Viola, Programa Reginaldo Rei, um programa focado no colunismo social e o telejornal Noticentro. Em 1988, a emissora adotou o nome de TV Pernambuco<sup>13</sup>, que hoje tem uma área de cobertura que atinge quase todo o Estado. Nos dias atuais, dois programas são produzidos em Caruaru e transmitidos pela TV Pernambuco: o Meio de Campo, exibido às 20h dos domingos, com foco no jornalismo esportivo, e O Canto dos Violeiros, exibido aos sábados, às 18h.

Já a primeira emissora afiliada à Rede Globo no interior de Pernambuco chegou em 1991, quando foi inaugurada em Caruaru a TV Asa Branca, cujo nome foi inspirado na letra da canção de Luiz Gonzaga e Humberto Teixeira. Uma mensagem escrita pelos sócios-diretores da TV – Inocêncio Oliveira, Vicente Jorge Espíndola e Luiz de França, publicada no livro *Meio século depois – televisão Pernambucana*, de Jorge José de Santana, destaca a motivação do surgimento da emissora no interior:

Em agosto de 1991, nasceu a TV Asa Branca, fruto da certeza de que essa era uma maneira de contribuir para o desenvolvimento de Pernambuco. A parceria com a Rede Globo uniu o global e o local em um meio de comunicação preocupado em retratar, discutir e preservar os costumes de um povo... (SANTANA, 2010, p. 33).

O primeiro programa da TV, o Asa Branca Especial, estreou em 1º de agosto de 1991, foi um especial de 30 minutos narrando a chegada da emissora à região. Em seguida, a TV passou a investir na produção de flashes que eram exibidos durante os intervalos comerciais, o Asa Branca Acontecendo e o Asa Branca Já. O ano era 1992, mesmo período das primeiras inserções na programação de telejornais da Globo, quando o NETV, telejornal da Globo Nordeste, passou a ter dois blocos regionais.

A TV Asa Branca também começou a abrir sucursais em outras cidades do interior para ampliar o raio de atuação e potencializar os mercados consumidores. Em 1993, a emissora inaugurou a sucursal em Garanhuns, cidade no Agreste Meridional de Pernambuco, onde existe uma equipe para fazer a cobertura dos acontecimentos do município e da região no entorno. Já em 2006, a TV Asa Branca abriu outra sucursal, desta vez no Sertão pernambucano, na cidade de Serra Talhada. Em 19 de novembro de 2010, a emissora

---

<sup>13</sup> A TV Pernambuco está com uma nova equipe gerencial e um grupo de trabalho que realizou debates e reuniões públicas com entidades para ouvir sugestões sobre as mudanças necessárias para a TV estatal. O resultado está presente no Relatório do Grupo de Trabalho de Reformulação da TV Pernambuco, documento que está disponível no site da emissora, no endereço eletrônico [http://www.tvpernambuco.pe.gov.br/arquivos/proposta\\_tvpe.pdf](http://www.tvpernambuco.pe.gov.br/arquivos/proposta_tvpe.pdf). Acesso em: dez. 2010

inaugurou a terceira sucursal do grupo, desta vez na cidade de Palmares, na Zona da Mata Sul de Pernambuco.

Em 1994, foi criada a revista eletrônica semanal ABTV, mesmo ano da estreia do ABTV 2ª edição, telejornal diário. Em 1997, surgiu o ABTV 1ª edição, exibido na faixa horária do meio dia. A TV Asa Branca, cuja área de cobertura atinge 108 municípios do interior de Pernambuco, localizados na Zona da Mata Sul, Agreste e Sertão, foi uma das pioneiras na transmissão via satélite para todas as cidades da área de cobertura.

Nos últimos anos, a TV Asa Branca foi ampliando a grade de programação local, pois, com o surgimento de outras emissoras de televisão em Caruaru, a empresa foi perdendo espaço e reduzindo os índices de audiência. Em fevereiro de 2008, entrou no ar o AB Notícia, programa com duração de 3 minutos exibido de segunda a sexta-feira após o Bom Dia Brasil e nos intervalos comerciais do programa Mais Você, da Rede Globo. O AB Notícia traz a prestação de serviços e informações sobre os acontecimentos de Caruaru e região.

Há pouco mais de dois anos, também foi criado o quadro Cidade Real para o telejornal ABTV 1ª Edição, com a proposta de aproximar a comunidade e o programa, objetivando uma participação mais efetiva da audiência. A ideia é mostrar duas faces do local: as dificuldades e boas iniciativas, conforme destacam Souza e Mota:

O quadro se apresenta na forma de duas matérias exibidas às quintas-feiras: uma traz como tema principal o problema do bairro; a outra com “o que tem de bom na comunidade” para mostrar que, apesar das dificuldades, os moradores têm algo de importante do lugar onde vivem para apresentar como exemplo às outras comunidades. Além das matérias, há também duas entradas ao vivo no telejornal: uma com alguma autoridade que possa responder às questões sobre o problema apresentado, sobre como resolvê-lo, e o outro com uma atração cultural no bairro (SOUZA; MOTA, 2010, p. 7).

O processo de produção do quadro é o seu diferencial, pois, em vez de aguardar a denúncia de moradores através de telefonemas, cartas ou emails, o quadro é quem procura a comunidade, através da chamada “Caravana do Cidade Real”:

Uma equipe de produção se instala na comunidade na semana em que o quadro vai ser exibido. Então, na segunda-feira, um grupo composto por três produtores fica na comunidade com um questionário para fazer o levantamento dos principais problemas da comunidade. [...] O problema com maior número de votos é escolhido pela produção e a equipe faz uma matéria para ser exibida na quinta-feira seguinte. [...] Na quinta-feira, depois da apresentação da matéria, o representante é entrevistado e pressionado a dar um prazo para resolver o problema (SOUZA; MOTA, 2010, p. 7).

Outro espaço na grade de programação concedida há pouco tempo para a TV Asa Branca foi aproveitada para a exibição do programa Globo Esporte, que passou a ser produzido com foco em Caruaru e região, a partir de abril de 2010. São aproximadamente dez minutos de produção com reportagens sobre esporte amador e o desempenho dos times de futebol em campeonatos regionais e nacionais.

Credita-se à criação da TVI, em 2004 - afiliada ao SBT, tendo como fundadores dois dos acionistas da TV Asa Branca, a grande mudança na televisão regional no Agreste de Pernambuco, pois a emissora começou com quatro horas de programas locais diários, quantidade considerada bastante expressiva se comparada à programação local que existia na época na emissora concorrente. A TVI, cujo slogan era “A sua TV inteligente”, tinha como proposta o jornalismo regional. A grade teve início com flashes com duração de 1 minuto que eram rodados nos intervalos comerciais, o TVI Agora. Em seguida, a TV estreou os programas TVI Meio Dia, TVI Notícias, Encontro com Você, Positivo, Jornal da Manhã e O Povo na TV. Além desses que eram produzidos na redação da emissora, havia também os programas terceirizados: Jerimun, Veste Brasil e Sem Meias Palavras.

A TVI durou aproximadamente dois anos, quando, em maio de 2006, a empresa foi vendida para o Sistema Jornal do Comercio de Comunicação (SJCC) e passou a se chamar TV Jornal Caruaru. No interior, a cobertura inicial atingia 67 municípios, chegando a totalizar aproximadamente 872 mil domicílios, numa população estimada em 3.421.144 pessoas, sendo 2.029.162 na área urbana e 1.391.982 na rural<sup>14</sup>. O SJCC passou a ter abrangência em todo o Estado, com uma emissora em Recife, abrangendo a capital e região metropolitana, e a outra em Caruaru, atingindo a totalidade de 2 milhões de lares em 120 cidades de Pernambuco.

A TV Jornal Caruaru possui atualmente uma grade com cinco programas locais, além de um terceirizado, o Programa Sem Meias Palavras. Na faixa horária do meio dia são exibidos os programas TV Jornal Meio Dia e O Povo na TV, seguido do Sem Meias Palavras. O TV Jornal Meio Dia é um telejornal que aborda as principais notícias do dia, principalmente nas áreas de economia, política e cultura. Já o programa O Povo na TV é voltado para abordar os problemas das comunidades, com reportagens nas áreas de saúde, saneamento básico, direitos humanos, etc. À noite, às 19h20, é exibido o TV Jornal Notícias, que traz um tipo de jornalismo mais analítico, em que o apresentador faz comentários sobre os assuntos de maior repercussão no momento. Já aos sábados, a emissora exhibe o programa Positivo, uma revista semanal eletrônica que contempla cultura, moda, saúde, etc.

---

<sup>14</sup> Informações presentes em notícia divulgada no dia da inauguração, no portal JC online.

Nos últimos anos, a TV Jornal Caruaru vem se consolidando como líder de audiência no interior do Estado. De acordo com o mapa de cobertura da TV Jornal Caruaru, a emissora atinge 82 municípios, cuja população chega a 2.649.273 pessoas, em uma área com 756.851 domicílios com TV.

Uma reportagem publicada no JC Agreste em julho de 2008, pouco mais de dois anos depois da inauguração da emissora, mostra os resultados da pesquisa do Ibope, que identificou o aumento no número de telespectadores em todos os programas locais, levando a emissora a assumir a liderança absoluta na faixa horária de 12h às 14h. De acordo com a matéria, neste horário, a TV Jornal Caruaru teve uma média de 35,64 pontos de audiência, de segunda a sexta-feira, número 51% maior do que a segunda colocada no horário. O gerente de programação e jornalismo da TV Jornal Caruaru, Augusto Netto, e o diretor comercial da TV Jornal, Vladimir Melo, creditaram à informação voltada na comunidade a razão para a liderança em audiência, como traz a reportagem:

Esses números mostram que o telespectador confia na informação que transmitimos. Fazemos nossos programas pensando na comunidade e a reciprocidade recebida é grande”, ressalta Augusto Netto, gerente de programação e jornalismo da TV Jornal Caruaru. [...] A principal preocupação da emissora ao planejar programas gravados na capital do Agreste é a qualidade da informação voltada para a comunidade e prestação de serviços. “Esta é uma audiência que vem crescendo e se destacando há três anos. Ela prova que estamos acertando ao valorizar o regionalismo, a informação e a cultura local”, explica Vladimir Melo, diretor comercial da TV Jornal (DORNELAS, 2008).

As duas principais emissoras de Caruaru parecem um exemplo oportuno de como a mídia regional, especificamente a televisão, atua no interior de Pernambuco, seja no aspecto da prestação de serviços e aproximação com a comunidade – como pode ser percebido no amplo número de quadros dedicados a essa finalidade, seja na necessidade de potencializarem mercados consumidores para tentar posicionamento privilegiado diante da guerra acirrada de audiência.

A TV regional hoje consegue criar suas próprias estrelas, estimular padrões de programas e apresentar uma programação regional tão diversa quanto o país. Essa foi a perspectiva narrada em reportagem da Revista Veja, de agosto de 2009, que traz um panorama sobre as estrelas e programas líderes de audiências nas diversas emissoras de televisão espalhadas pelo Brasil. A reportagem descreve que “nos últimos anos, contudo, uma maior valorização da ‘cor local’ se impôs. Nos noticiários, tornou-se questão de sobrevivência investir nos temas que estão na esquina do espectador” (MARTHE, 2009, p. 146). O texto cita

ainda um projeto de lei que tramita no Congresso Nacional com a intenção de regulamentar percentuais que seriam dedicados exclusivamente para a programação local das emissoras:

Desde 1991, tramita no Congresso Nacional um projeto de lei da deputada federal Jandira Feghali (PCdoB-RJ) que pretende regular a questão. Sua versão original previa que as emissoras dedicassem 30% da programação às atrações regionais. O texto sofreu mudanças ao ser aprovado numa comissão da Câmara: estabeleceram-se cotas de programação local crescentes conforme o tamanho da cidade. A tramitação do projeto está parada no Senado desde 2003 – o que não impediu que a produção regional continuasse florescendo. É de perguntar se a camisa de força das cotas é de fato necessária num mercado que há décadas vem autorregulando (MARTHE, 2009, p. 148).

Nos últimos anos, as novas demandas da sociedade contemporânea motivaram as tendências atuais da mídia local, identificadas por Peruzzo (2005) a partir de alguns aspectos que contribuem para entender melhor o papel que esse tipo de comunicação exerce hoje. Para sustentar sua hipótese, a autora ratifica seu entendimento de jornalismo local:

Pressupõe-se que o jornalismo local seja aquele que retrate a realidade regional ou local, trabalhando, portanto a informação de proximidade. O meio de comunicação local tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais etc (PERUZZO, 2005, p. 7).

A prática do jornalismo local revela a tendência de manutenção dos laços fortes com políticos locais, chegando a comprometer a informação de qualidade, pois muitas vezes as informações são tratadas de forma tendenciosa ou com omissão de fatos. De acordo com Peruzzo, os *press-releases* enviados por assessorias de comunicação das esferas executiva e legislativa contribuem nesse sentido.

Outra tendência bastante presente no jornalismo contemporâneo local seria a ausência de cobertura e apuração dos acontecimentos de forma mais detalhada no nível local e regional. Peruzzo credita essa característica à estrutura de produção pequena, com poucos profissionais, mantida pela mídia local. Assim se refere Peruzzo:

Nessas condições o jornalismo local deixa de explorar seu imenso potencial de trabalhar com a informação isenta e atender a todos os setores que perfilam a vida de uma “comunidade”. Perde, assim, uma oportunidade de mercado, a de trabalhar com competência a informação de proximidade, que é a razão de ser da imprensa local (PERUZZO, 2005, p. 8).

Peruzzo acrescenta ainda como tendência da mídia local a reprodução da grande imprensa, ou seja, os veículos regionais e locais tendem a seguir o estilo de tratamento da informação, copiando os modelos praticados nas grandes empresas. Dedicam-se também amplos espaços para notícias nacionais e internacionais, pelo contato com agências de notícias ou apropriação de reportagens, deixando uma lacuna em alguns conteúdos que exigiriam uma produção jornalística mais apurada na mídia local. Silva contribui para esse debate ao identificar que:

ao mesmo tempo que o noticiário se aproxima do seu público consumidor, ele pode ser limitado pelos fatos rotineiros da região. Criando o hábito de sempre ouvir as mesmas pessoas, ou valorizar apenas algumas cidades em detrimento de outras que não representem o que acredita-se ser de interesse jornalístico ou audiência (SILVA, 2006, p. 291).

Essas tendências identificadas por Peruzzo podem ser reflexo de uma série de entraves que acabam por prejudicar a atuação da mídia local. No caso da televisão, um dos entraves é o limite de tempo imposto pelas redes, que, na maioria das vezes, é pouco se comparado à grade de programação nacional. Outro empecilho é o tipo de horário destinado à programação local, que geralmente é o de menor audiência – com exceção dos programas jornalísticos, ou seja, tarde da noite ou na faixa horária da madrugada. Sabe-se ainda que os custos da regionalização são altos e o grande desafio dessas emissoras é manter uma programação de qualidade, voltada para a comunidade.

No capítulo 3, **As abordagens do Desenvolvimento Local no telejornalismo caruaruense: análise da TV Asa Branca e da TV Jornal**, trataremos a análise sobre a abordagem dos quatro tipos de capitais – empresarial, humano, social e natural – nos telejornais ABTV 1ª edição e TV Jornal Meio Dia. A partir das entrevistas realizadas com os jornalistas que trabalham nesses dois programas, buscamos compreender quais os sentidos que eles atribuem ao Desenvolvimento Local e de que forma esses profissionais influenciam na escolha dos conteúdos que serão veiculados.

### Capítulo 3

#### As abordagens do Desenvolvimento Local no telejornalismo caruaruense: análise da TV Asa Branca e da TV Jornal

Para analisar o telejornalismo da TV Asa Branca e da TV Jornal, do município de Caruaru, Pernambuco, no que se refere à abordagem de temas relacionados ao Desenvolvimento Local, buscamos observar a ocorrência de matérias com esta temática e também compreender a interferência dos jornalistas nas escolhas desses conteúdos. Acredita-se que, dessa forma, os resultados possam ser mais fiéis aos entraves e contratempos que fazem parte do cotidiano jornalístico e que, em muitos casos, são responsáveis por limitar a abrangência de determinados temas no meio noticioso das emissoras.

Esses dois telejornais<sup>15</sup> trazem, diariamente, notícias a respeito do cotidiano das 181 cidades localizadas na área de cobertura das emissoras, que vão desde o Litoral Sul ao Sertão de Pernambuco. Além da variedade de temas (do factual a assuntos mais complexos), os programas apresentam as notícias das mais variadas formas de exibição, seja em formato de VT ou de notas, incluindo ainda *links* e *stand-ups*. Os dois telejornais trazem alguns quadros exibidos semanalmente. O ABTV 1ª edição possui os quadros *De olho no emprego* (às segundas-feiras), *AB Saúde* (às terças-feiras), *Cidade Real* (às quintas-feiras) e *Coisas da Terra* (às sextas-feiras). Já no TV Jornal Meio Dia, são exibidos os quadros *Cidadão Atento* e *Fora da Lei*, além de possuir a participação de comentaristas (esportivo e econômico).

Para facilitar a compreensão da análise que faremos a seguir, julgamos ser pertinente caracterizar cada tipo dessas abordagens, de acordo com o glossário de Paternostro (1999) e as definições de Prado (1996):

**Entrevista<sup>16</sup>:** “o diálogo entre repórter e a personagem que é a fonte de informação” (PATERNOSTRO, 1999, p. 142).

**Link:** “é a entrada ao vivo do repórter dentro de um telejornal ou na programação da emissora de um ponto fora dos estúdios. A palavra vem do verbo *to link*, que em inglês significa conectar, unir.” (PRADO, 1996, p. 87).

**Matéria:** “o que é publicado ou se destina a ser publicado em qualquer veículo de informação. É usado como sinônimo de reportagem” (PATERNOSTRO, 1999, p. 145)

<sup>15</sup> Segundo Curado (2002), o decreto lei 52.795, de 31 de outubro de 1963, estipula que 5% do horário da programação diária das emissoras devem ser destinados a programas noticiosos (CURADO, 2002, p. 15).

<sup>16</sup> Nas duas emissoras, as entrevistas feitas ao vivo, no estúdio, são denominadas apenas *estúdio*.

**Nota<sup>17</sup> ao vivo:** “notícia lida pelo apresentador do telejornal sem qualquer imagem de ilustração” (PATERNOSTRO, 1999, p. 146).

**Nota coberta:** “são textos noticiosos redigidos pelos editores e gravados pelos apresentadores dos telejornais e que são cobertos por imagens na ilha de edição” (PRADO, 1996, p. 43).

**Nota pé:** “uma nota ao vivo, lida no final de uma matéria trazendo informação complementar ou que faltou à reportagem” (PATERNOSTRO, 1999, p. 146).

**Stand-up:** “quando o repórter faz uma gravação no local do acontecimento para transmitir informações do fato. Normalmente, ele está de pé, em primeiro plano, e permanece no vídeo durante todo o boletim ou *flash*. É usado quando a notícia que o repórter tem para dar é tão importante que, mesmo sem imagem, vale a pena.” (PATERNOSTRO, 1999, p. 151)

**Vídeotape ou VT<sup>18</sup>:** “equipamento eletrônico que grava o sinal de áudio e vídeo gerado por uma câmera. Acoplados, um ou mais videotapes são usados para edição de matérias nas ilhas de edição” (PATERNOSTRO, 1999, p. 153).

Esses formatos aparecem em todas as edições dos telejornais analisados e nos ajudam a compreender melhor qual o espaço que os programas dedicam aos assuntos relacionados à noção de Desenvolvimento Local que orienta esta pesquisa, como pode ser visto nos itens a seguir.

### 3.1 – Abordagens do Desenvolvimento Local no ABTV 1ª edição da TV Asa Branca

Na TV Asa Branca, durante o período analisado – semana de 12 a 16 de abril de 2010 – observa-se uma ocorrência mais frequente de conteúdos jornalísticos voltados para uma das dimensões do Desenvolvimento Local, o capital humano, ou seja, matérias que destacam assuntos que fazem parte da cidadania dos telespectadores, tais como saúde, alimentação e cultura. Na emissora, a presença do quadro Cidade Real oportuniza a divulgação de matérias com essas temáticas no telejornal ABTV 1ª edição. Logo na segunda-feira, o programa mostra os detalhes da produção do quadro no próprio local (cidade e bairro) que será tema da edição do Cidade Real, exibido às quintas-feiras.

Em 12 de abril de 2010, o ABTV 1ª edição trouxe dez VTs, três notas simples, duas entrevistas de estúdio, dois *links* e três *stand-ups*. Dentro desse conteúdo, é possível encontrar

<sup>17</sup> As duas emissoras analisadas caracterizam esse tipo de nota como *nota simples*.

<sup>18</sup> Na TV Asa Branca e da TV Jornal, VT é usado como sinônimo de matéria ou reportagem.

reportagens que abordam os capitais ligados ao Desenvolvimento Local, como mostra o quadro abaixo:

**Quadro 1:** Programa ABTV 1ª edição – Edição de 12 de abril de 2010

<b>Tipos de capital</b>	<b>Ocorrência<sup>19</sup></b>
Capital empresarial	VT EMPREGO BORDADOR STAND VAGAS EMPREGO
Capital humano	<i>LINK</i> J. CARLOS OLIVEIRA
Capital social	VT INAUGURAÇÃO ACIC NS ELEIÇÃO CONSELHEIROS
Capital natural	SD ESTADO EMERGÊNCIA GUS VT REPERCUSSÃO CHUVAS NOTA INFOS SERRA VT PREVENÇÃO RIBEIRINHA ESTÚDIO DEFESA CIVIL

**Fonte:** Quadro construído a partir da coleta de dados (2010).

Essa edição do ABTV 1ª edição de 12 de abril de 2010 destaca como reportagem principal as chuvas em algumas cidades do interior de Pernambuco. O telejornal abre mostrando a situação das cidades de Garanhuns, Serra Talhada e Caruaru, destacando o número de famílias desalojadas, as ruas interditadas e o que o poder público fez para reverter a situação. Ao destacar a cidade de Caruaru, o programa aborda o Rio Ipojuca e os efeitos que ele provoca em período chuvoso devido à sua poluição e a sujeira acumulada nas áreas ribeirinhas pelas plantas baronesas.

Em seguida, o ABTV cita os telefones dos órgãos que fazem atendimento à população, como o Corpo de Bombeiros, e dá sequência ao tema com uma entrevista com o responsável pela Defesa Civil de Caruaru, o coronel João Bosco. É possível inferir que o telejornal não se prende ao factual, ou seja, não destaca apenas o “desastre” chuvoso como tema principal, mas alerta a população sobre os cuidados que deve ter em situações como essas. Esse tipo de abordagem é resultado da linha editorial do programa, que, segundo os jornalistas que estão nos seus bastidores, tem foco na prestação de serviço. Sobre isso, a jornalista 01 diz que o

<sup>19</sup> Seguimos em todos os quadros as mesmas retranscrições (são as palavras que identificam a matéria. A mesma retranscrição é utilizada em todas as etapas da produção do telejornal) das matérias utilizadas no espelho (relação que indica as matérias – identificadas pelas retranscrições – que serão exibidas no telejornal, prevendo o tempo de duração de cada bloco) do programa analisado.

programa tenta trazer temas que contribuam para o conhecimento dos telespectadores. Assim se refere:

Um homicídio por um homicídio a gente não noticia. A gente pode até dar uma nota, mas o homicídio por homicídio, pelo menos a mim, não atrai, nesse sentido. Eu acho que dele tem que vir com alguma coisa pra gente alertar alguém. Aquele lugar é esquisito, foi um taxista, então é uma categoria que está sendo vitimada, um acidente foi um buraco que originou, então eu sempre tento passar pros meninos que ver daquele factual se a gente consegue destrinchar outra coisa. O factual a gente não vai deixar de fazer, infelizmente, mas eu acho que a gente prioriza mais essa parte da comunidade mesmo (Jornalista 01 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Nessa edição, se compreendermos os tipos de abordagens sobre a situação das chuvas como sendo relacionadas ao capital natural, esse seria, então, o capital que recebeu maior destaque do programa ABTV 1ª edição. Nota-se a ocorrência de reportagens também trabalhando o que Franco (2000) assinala como capital empresarial, ou seja, assuntos que tratem das propriedades produtivas. Nessa edição, o capital empresarial foi destaque do quadro *De Olho no Emprego*, criado com a proposta de levar aos telespectadores informações a respeito do mercado de trabalho. Em 12 de abril, o programa mostrou as oportunidades para quem deseja trabalhar como operador de máquina de bordado, principalmente em empresas do Polo de Confeções do Agreste, onde está situada a emissora. A reportagem explica o dia da profissão, a remuneração e, em seguida, traz um *link* com o repórter na Agência do Trabalho falando sobre as oportunidades de emprego na área – que, no dia pesquisado, oferecia 139 vagas somente para operador de máquina de bordado. De acordo com o jornalista 02, assuntos ligados à empregabilidade são prioridades da linha editorial da emissora. Diz ele:

Priorizamos principalmente o comunitário, dando uma importância também pra questão do serviço. A pessoa está desempregada, a gente dá dica de onde tem emprego. A pessoa está com problema de saúde, a gente tem o quadro de saúde, e a pessoa fica por dentro daquele problema que tem (Jornalista 02 em entrevista concedida para esta pesquisa).

O ABTV 1ª edição destaca ainda, em dois momentos da edição de 12 de abril de 2010, assuntos relacionados ao associativismo, garantindo a ocorrência do capital social no programa. Na visão de Franco (2000), o capital social está relacionado à organização de uma sociedade e implica nas relações de associativismo, confiança e cooperação. Uma das reportagens é sobre a passagem dos 90 anos da Associação Comercial e Empresarial de Caruaru (Acic) e mostra a reinauguração do prédio da entidade, considerada a maior

associação comercial do Norte e Nordeste por reunir mais de 1,5 mil associados. Em outro momento do telejornal, através de uma nota, destaca-se a eleição para o Conselho Tutelar de Caruaru, indicando aos telespectadores que a lista completa com a relação dos candidatos está disponível no portal da emissora, o [www.maisab.globo.com](http://www.maisab.globo.com).

Apesar da ocorrência do tema na edição, observa-se que a abordagem está muito aquém daquela que poderia trabalhar níveis mais críticos e necessários ao capital social. Essas abordagens sobre associativismo, cooperativismo e outras relações de organizações são, na maioria das vezes, superficiais. De acordo com Paternostro (1999), apesar de a televisão possuir a informação visual como diferencial frente aos outros meios de comunicação, pois fornece a mensagem sonora juntamente com a mensagem visual, o veículo é limitado no aprofundamento das mensagens:

Se a televisão se impõe através da informação visual, é ainda limitada quanto à análise da mensagem que emite. A programação da TV – e aqui estamos falando de TV aberta – tem um ritmo contundente, próprio de sua natureza como meio de comunicação de massa, e acaba voltada à transmissão de notícias de maneira breve. O que se considera desvantagem da TV (superficialidade) aliada a uma vantagem (imagem) gera um momento peculiar dentro do processo global de informação. A TV estimula e provoca o interesse e a necessidade de se ampliar o conhecimento dos fatos: acreditamos no poder motivador da TV enquanto meio de informação (PATERNOSTRO, 1999, p. 64).

A autora ainda acrescenta que a própria dinâmica da televisão serve de motivação para essa superficialidade, pois, outros interesses – além do público – fazem parte do cotidiano das emissoras. Paternostro (1999) diz que:

O *timing*<sup>20</sup>, o ritmo da tv proporciona uma natureza superficial às suas mensagens. Os custos das transmissões, os compromissos comerciais e a briga pela audiência impedem o aprofundamento e a análise da notícia no telejornal diário. Há programas específicos de maior densidade jornalística (PATERNOSTRO, 1999, p. 65).

O tempo exíguo peculiar ao meio televisivo, porém, muitas vezes não é visto como empecilho pelos jornalistas. A equipe do ABTV 1ª edição considera suficiente o tempo do programa – que varia entre 35 e 40 minutos. Sobre isso, diz o jornalista 02:

---

<sup>20</sup> De acordo com a própria autora, *timing* é sinônimo de ritmo e essa expressão pode ser usada para designar o ritmo (*timing*) da televisão ou o ritmo (*timing*) da redação ou da matéria (PATERNOSTRO, 1999, p. 152).

O ABTV 1ª edição do tamanho que está hoje começou no dia 6 abril do ano passado [2009]. A gente tinha até então um tempo estimado entre 25 e 28 minutos. Hoje a gente tem entre 35 e 38 minutos, ou seja, a gente teve um ganho de 10 minutos. Com esse aumento do tempo da produção a gente conseguiu abordar assuntos que a gente tinha dificuldade quando o jornal era menor (Jornalista 02 em entrevista concedida à autora).

A mesma percepção é compartilhada pela jornalista 01:

A gente antigamente tinha 12 minutos só, eu não sei como era que a gente conseguia fazer. Ele [o programa] realmente era muito pequenininho. Hoje a gente faz, se tirar a parte do Globo Esporte, a gente faz até com quase 40, eu acho que é um tempo razoável, acho que dá pra abordar bem (Jornalista 01 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Por fim, nesta edição, aparecem assuntos relacionados ao capital humano, quando o telejornal trata sobre os problemas relatados pelos moradores que residem no Bairro José Carlos Oliveira, de Caruaru. No primeiro bloco, o ABTV 1ª edição mostra a produção recolhendo informações dos moradores dizendo que o quadro Cidade Real deste programa é um caminho para que eles consigam solução para as necessidades básicas da localidade, como saneamento, calçamento, iluminação e segurança. O ABTV 1ª edição é encerrado com um *link* ao vivo falando sobre as reclamações iniciais da população, que, no dia analisado (12 de abril de 2010), foram de pedidos de médicos a asfalto. A reportagem diz que “essa é a oportunidade de melhorar o lugar onde vive”, pois, segundo o programa, o quadro Cidade Real é um instrumento de ajuda para os telespectadores.

Essa importância dada à comunidade e aos anseios dos telespectadores pela melhoria da qualidade de vida contribui, de alguma forma, para levar à audiência a temática do Desenvolvimento Local, pois, seguindo o pensamento de Franco (2000), “baixos níveis de capital humano indicam baixos níveis de desenvolvimento humano” (FRANCO, 2000, p. 37), e, conseqüentemente, revelam baixos níveis de Desenvolvimento Local. O quadro Cidade Real, de alguma forma, se aliado a outros aspectos trabalhados pela população nos seus processos organizativos, contribuiria para a dinâmica das discussões, por parte dos telespectadores, sobre suas condições sociais e sobre a localidade onde estão inseridos. Essas mudanças estariam próximas daquilo indicado para Franco (2002) como mudança social que, segundo ele, é sinônimo de desenvolvimento. Diz ele:

Mudança social é mudança nos componentes e nas relações entre os componentes do conjunto que constitui o que chamamos de sociedade. Se não houver mudança dos componentes e das relações entre os componentes desse conjunto, não há desenvolvimento. Ora, esses componentes são os

seres humanos e essas relações são, em última instância, as relações que se estabelecem entre os seres humanos. Usando, metaforicamente, a linguagem econômica, poderíamos dizer que haverá mudança social quando houver alteração do capital humano e do capital social (FRANCO, 2002, p. 51).

Parece pertinente considerar que a presença de temáticas mais ligadas à realidade social no meio televisivo caruaruense, tal como ocorre no quadro Cidade Real, se deu não por uma preocupação da mídia com as questões sociais, mas sim por uma dura guerra pela audiência travada pelas emissoras TV Asa Branca e TV Jornal. Seria ingênuo considerar apenas o polo ideológico da mídia, como se refere Traquina (2004), sem questionar os mecanismos econômicos que dão sustentação aos veículos. A jornalista 03 assegura que a mudança de perfil do programa – que passou a focar mais o lado comunitário – nasceu de uma exigência do próprio mercado.

Eu acho que em primeira mão foi [a mudança de perfil] pela audiência, porque querendo ou não é o objetivo de toda emissora, em primeiro lugar está a audiência e você só consegue atingir audiência se você mostrar aquilo que o povo quer. Antigamente, a TV Asa Branca era conhecida como o jornal dos ricos. Então muito rico não assiste jornal, então por isso a audiência da gente era muito baixa. A primeira reta que a gente seguiu foi alcançar a audiência, chegar perto, pra ir depois passando, e como foi que a gente chegou a esta conclusão? Mostrar aquilo que o povo quer ver, que o povo quer ver é comunidade, é problema, são coisas que atingem a população, que informa a população aquilo que ela quer saber, todas as classes, não só A e B. Eu acho que melhorou e muito até em relação às fontes, a gente vem melhorando a cada ano, por essa aproximação (Jornalista 03 em entrevista concedida para esta pesquisa).

A disputa pela audiência e a preocupação em si com a comunidade são destacados pelo jornalista 02 como os indicadores que levaram o programa a investir em temas relacionados com a comunidade. Assim se refere:

Eu acho que é um pouco dos dois, porque, apesar de sermos uma emissora de televisão, a gente é uma empresa, e toda empresa trabalha visando o lucro. Tem uma questão mercadológica, que a gente sentiu que como havia no passado uma aproximação maior com a comunidade, com o tempo a gente foi perdendo um pouco isso, e com isso a gente foi perdendo audiência e com isso foi perdendo mercado publicitário, e aí se viu a necessidade de ter essa aproximação pra poder ganhar espaço, essa coisa de aumentar mesmo a questão mercado. E também teve uma questão de disputa de audiência mesmo (Jornalista 02 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Na edição de 13 de abril de 2010, o ABTV 1ª edição trouxe oito VT's, três entrevistas de estúdio, dois *links*, duas notas simples e um *stand-up*. Subdividindo os assuntos do programa nas categorias de análise estabelecidas, é possível chegar ao seguinte quadro:

**Quadro 2:** Programa ABTV 1ª edição – Edição de 13 de abril de 2010

<b>Tipos de capital</b>	<b>Ocorrência</b>
Capital empresarial	<i>LINK EMPRESAS SEBRAE</i>
Capital humano	VT COBRA VILA BONANÇA ESTÚDIO NORMAS MÉDICAS <i>LINK SAÚDE NORMAS</i> NOTA PRORROGA PRÓ-JOVEM SD PREPARA FEMUART
Capital social	Não aparece nesta edição
Capital natural	NOTA DESMATAMENTO MARAIAL VT SUÍTE EMERGÊNCIA NOTA-PÉ CHUVAS HUS VT REPERCUTE CHUVAS

**Fonte:** Quadro construído a partir da coleta de dados (2010).

As abordagens relacionadas ao capital natural nessa edição de 13 de abril de 2010, em sua maioria, são continuação das reportagens exibidas no dia anterior a respeito das chuvas que atingiram algumas cidades do interior do Estado, aqui consideradas no âmbito do capital natural. A edição do ABTV 1ª edição traz, inicialmente, uma nota simples sobre o desrespeito ao meio ambiente na cidade de Maraial, Zona da Mata de Pernambuco, onde há um desmatamento de 21 hectares de terra com cem toneladas de toras de madeira. Em seguida, o programa mostra a situação dos estragos provocados pelas chuvas em Garanhuns, relatando a situação das famílias que ainda não voltaram para suas casas e estão recebendo auxílio da Prefeitura. Logo após, uma nota informa sobre o que a Prefeitura havia realizado para ajudar os moradores, já que a cidade havia decretado situação de emergência.

Esse tema serve como gancho para a reportagem produzida em Caruaru sobre a situação do Rio Ipojuca na cidade. No VT REPERCUTE CHUVAS, o programa mostra que os moradores das áreas ribeirinhas estão receosos com a possibilidade voltar a chover forte e provocar alagamentos. Importante destacar que categorizamos essas reportagens como tendo relação com o capital natural porque este, segundo Franco (2000), “diz respeito às condições ambientais e físico-territoriais herdadas” (FRANCO, 2000, p. 38). Os alagamentos, em sua maioria, são provocados pela construção de casas em locais irregulares, principalmente no leito dos rios, e esses problemas acabam passando pelas gerações sem soluções práticas.

Nota-se a presença, nessa edição, de uma entrevista cuja temática está relacionada ao capital empresarial. No estúdio, os apresentadores entrevistam o contabilista Marcos Oliveira, que fala sobre o programa Empreendedor Individual, que tem como finalidade estimular a formalização das empresas, garantindo facilidades na abertura de contas bancárias, empréstimos e isenção de tributos como o Imposto de Renda, PIS e Cofins. Entende-se que o tema é relevante para a região, pois, segundo recente estudo (VASCONCELOS; FERREIRA, 2010) sobre a informalidade do Polo de Confeções do Agreste, o setor de confeções das cidades que o compõem – Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe – é constituído em grande parte por pequenos fabricos, muitos deles sem amparo social ou legal. Durante a conversa, o entrevistado fala sobre as relações que podem se enquadrar no programa Empreendedor Individual para obter os benefícios governamentais.

O maior destaque dessa edição de 13 de abril de 2010, em termo de abordagens relacionadas ao Desenvolvimento Local, está nas reportagens ligadas à comunidade, ou seja, mais uma vez o programa noticia o capital humano como temática do conteúdo apresentado aos telespectadores. Durante as entrevistas com os jornalistas da emissora, observamos que muitos deles compreendem o desenvolvimento relacionado apenas ao crescimento econômico. Quanto perguntada o que significa Desenvolvimento Local, a jornalista 03 responde: “Eu acredito que seja o desenvolvimento do local onde você está. Você pega Caruaru e você vai ver as formas de desenvolvimento dele, seja na área econômica, seja na área de confecção, seja na área de saúde” (Jornalista 03 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Com base na Teoria do *Newsmaking*, podemos inferir que o conhecimento dos jornalistas sobre determinados assuntos pode influenciar na definição das pautas e, portanto, a nossa preocupação se volta aos conhecimentos precários que os jornalistas têm sobre o que é Desenvolvimento Local. Apesar de todos os profissionais entrevistados da TV Asa Branca acreditarem que a emissora contribui para o Desenvolvimento Local, apenas dois dos quatro jornalistas possuem uma compreensão mais específica sobre esse tipo de desenvolvimento muito próximas da perspectiva teórica abordada nesta pesquisa. O jornalista 02 acrescenta o termo “sustentável” ao Desenvolvimento Local. Diz ele:

Desenvolvimento Local está muito ligado ao desenvolvimento sustentável. O Desenvolvimento Local é tudo aquilo que influencia no crescimento e bem estar da sociedade, pode ser de uma rua, pode ser de um bairro, pode ser de uma cidade, pode ser de um estado, pode ser de um país, pode ser de um continente. Então, tudo aquilo que vai contribuir pra o crescimento dessa localidade na questão do turismo, na questão econômica, na questão da indústria, na questão da saúde pública, da segurança, enfim, tudo isso trabalhado, elaborado projetos, planejamento, vai contribuir para o Desenvolvimento Local (Jornalista 02 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Já a jornalista 01 percebe o Desenvolvimento Local como sinônimo da integração entre vários setores que movem determinada sociedade:

Eu não consigo ver o Desenvolvimento Local se não houver uma integração entre os vários setores produtivos. Assim, eu acho que educação está inteiramente ligada à cultura, a turismo. Não adianta querer desenvolver o turismo se as pessoas nem sequer têm educação pra despertar o interesse por teatro, por uma peça. Pra haver o Desenvolvimento Local tinha que ter uma integração de vários setores: setor econômico, setor educacional, setor turístico (Jornalista 01 em entrevista concedida para esta pesquisa).

A jornalista 03, quando perguntada sobre o que é Desenvolvimento Local, diz: “Depende do ponto de vista que for Desenvolvimento Local. Por exemplo, se for da parte desenvolvimento de confecção, dessas coisas, a gente ouve muito pouco e mostra muito pouco. É mais economia” (Jornalista 03 em entrevista concedida para esta pesquisa). Já a jornalista 04, quando perguntada sobre o mesmo tema, disse desconhecer o seu significado e nunca soube a respeito de nenhuma experiência sobre Desenvolvimento Local. Porém, todos são enfáticos em dizer que acreditam que, de alguma forma, a emissora onde trabalham contribui para o desenvolvimento da região, conforme pode ser visto na resposta do jornalista 02:

Eu acho que as experiências positivas que a gente teve até agora com o Cidade Real é um reflexo disso, a participação do telespectador nas entrevistas tanto de saúde quanto de questões trabalhistas e previdenciárias, a gente recebe muitas ligações, a gente recebe umas 20 perguntas, a gente tem uma participação muito boa, isso porque a gente abre o canal para o telespectador na hora do jornal, a gente abria antes pra colocar chamadas durante a programação. Eu acho que também na cobertura de eventos culturais da região, desde uma exposição agropecuária que está sendo realizada na cidade, ao São João de Caruaru, o Festival de Inverno de Garanhuns, que são grandes eventos e que promovem o Desenvolvimento Local de um município (Jornalista 02 em entrevista concedida para esta pesquisa).

A jornalista 04 acredita que a contribuição da TV para o desenvolvimento da região está relacionada ao conteúdo que é apresentado aos telespectadores.

Acredito que sim, porque, por exemplo, a gente faz um ao vivo sobre pequenos empreendedores, o que eles devem fazer para se tornarem empresa, pra ter CNPJ, pra deixar o negócio todo regularizado, então se essas pessoas assistem com atenção, pegam as dicas, elas vão conseguir investir melhor naquele pequeno negócio que elas têm (Jornalista 04 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Para a jornalista 01, a TV Asa Branca contribui para o desenvolvimento porque também é uma empresa que gera empregos na região.

Eu acho, não só pelas matérias que a gente desperta o interesse de alguém, a gente divulga vagas de emprego, a gente faz matéria que ensina coisas que as pessoas podem criar, eu acho que a gente desenvolve sim. E também o investimento que se dá. Quantas pessoas não trabalham aqui? É um desenvolvimento, porque se as pessoas não trabalhassem aqui estavam todas desempregadas ou a maioria não teria um emprego (Jornalista 01 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Já na opinião da jornalista 03, a TV Asa Branca de alguma forma atua em função do Desenvolvimento Local: “Sim, porque diariamente a gente leva informação para a região, já que a gente atinge muitas cidades” (Jornalista 03 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Inserir determinadas temáticas dentro do cotidiano televisivo depende do interesse do jornalista em colocar tais assuntos na pauta do dia, principalmente daqueles ligados à produção. Na definição de Curado (2002), o pauteiro – sinônimo de produtor – precisa ser determinado e curioso para enxergar a notícia. Diz ela:

O bom pauteiro é dos profissionais mais raros no mercado. Tem características complexas: faro para a notícia, fascínio pelos detalhes que podem apontar para o surgimento de uma boa história, capacidade de estabelecer conexões imprevisíveis e reveladoras. [...] O pauteiro não pode ser um burocrata da agenda e dos calendários, mas se parecer com o guardião do farol (CURADO, 2002, p. 41).

Para Barbeiro e Lima (2002), a participação do produtor no programa jornalístico tem início na reunião de pauta, realizada no dia anterior à exibição do telejornal, quando se discute as formas dos assuntos que serão mostrados no dia seguinte. Por isso, o envolvimento do produtor com temas específicos pode sim contribuir para que ele consiga sugerir uma pauta que venha posteriormente a ser feita. A jornalista 04 é enfática ao responder que o seu conhecimento sobre determinados assuntos influencia numa produção mais apurada. Assim se refere:

Sim, influencia. Eu posso falar, porque eu gosto de moda. Então assim: quando eu pego uma pauta de moda, eu com certeza vou produzi-la bem, porque eu gosto do assunto, então eu vou fazer bem. Mas se eu pego uma pauta sobre política, que eu não gosto tanto do assunto, eu vou quebrar mais a cabeça pra poder concluir aquela pauta e até conduzi-la melhor (Jornalista 04 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Na percepção da jornalista 01, é como se o conhecimento particular de cada um acerca dos assuntos que serão noticiados gerasse uma sensação de segurança no ato da produção da pauta:

É como se você se sentisse mais segura, você tem mais propriedade, é aquela coisa do bom vendedor, às vezes, a gente compra uma coisa que a gente nem está precisando, mas o bom vendedor acaba te induzindo a isso. Então, entre pegar uma pauta, por exemplo, de assunto político, não é um assunto que eu domino muito e talvez eu não tenha tanto entendimento, entre outra que até de educação, lazer. Eu acho que por si só já atrai, porque você se sente mais à vontade pra produzir, tem mais gosto, você consegue visualizar melhor como é que aquilo vai ser feito. Se você tem um conhecimento mais limitado sobre determinado assunto não tem como você nem visualizar direito o que é que vai ser feito (Jornalista 01 em entrevista concedida para esta pesquisa).

A influência também passa pela gerência de jornalismo e pelo perfil das próprias reportagens – factuais ou matérias produzidas<sup>21</sup>, como assegura o jornalista 02:

A influência, na verdade, é a seguinte: a gente vem pra reunião de pauta e, de acordo com aquilo que está pautado pro dia seguinte, a gente vê o que é que tem de extrema relevância, não que os assuntos não sejam relevantes, mas tem alguns que têm uma relevância maior não só pra comunidade, pra gente atender a comunidade de uma forma melhor, mas também essa questão da audiência. A gente tenta de certa forma fazer um balanceamento dessa questão dos temas mais complexos e dos mais produzidos. Eu tento dar um equilíbrio maior entre aquilo que é mais complexo e aquilo que é mais produzido (Jornalista 02 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Se os jornalistas asseguram que, na sua própria prática profissional, suas escolhas interferem no conteúdo que é apresentado no telejornal, isso nos leva a inferir que, caso tenham um conhecimento mais detalhado sobre algum tema, a forma de produção e apuração dessa matéria será mais aprofundada do que outro assunto que não desperte interesse do jornalista. No VT COBRA VILA BONANÇA, o ABTV 1ª edição do dia 13 de abril de 2010

---

<sup>21</sup> O termo “matéria produzida” é um jargão utilizado pelos jornalistas para indicar as reportagens que exigem mais tempo de produção e apuração. Pelo fluxo contínuo de matérias no dia a dia da redação, esses tipos de reportagens são mais comuns em séries ou para abordar temáticas mais complexas.

aborda a espera de quatro anos de moradores da Vila Bonança, em Caruaru, por apartamentos doados pela Prefeitura. A cobrança (presente até mesmo na retranca da reportagem) faz parte do quadro Cidade Real, que faz uma retrospectiva do problema, mostrando quando começou e o que a Prefeitura da cidade está fazendo para reverter tal situação.

Ainda dentro da temática do capital humano, o programa trata de questões sobre a saúde, ao falar sobre o novo código de ética médica, contendo 118 normas que estabelecem uma relação mais humana entre médico e paciente. O delegado regional do Conselho Regional de Medicina de Pernambuco (Cremepe), Jameson Lima, fala sobre as principais queixas dos pacientes e a importância do novo código para a conduta profissional.

Em seguida, o programa mostra uma entrevista ao vivo direto da Secretaria de Saúde de Caruaru mostrando de que forma a cidade vai cumprir as novas determinações. O entrevistado é o gerente de Atenção e Promoção à Saúde da Secretaria de Saúde, Pedro Melo.

Aparecem ainda, nessa edição, uma nota simples sobre a prorrogação do prazo para inscrição no Programa Nacional de Inclusão de Jovens (Pró-jovem) – que foca a inclusão social de jovens de 18 a 29 anos que não concluíram o ensino fundamental, e um *stand-up* sobre os preparativos do 6º Festival de Música e Arte de Garanhuns (Femuart), que, apesar de não possuir competições, consegue reunir, em média, 80 mil pessoas nos dois dias de evento, realizado em abril.

O ABTV 1ª edição de 14 de abril de 2010 apresenta, assim como os dois programas iniciais da semana, reportagens relacionadas ao Desenvolvimento Local. Neste dia, a edição foi composta por sete VTs, quatro notas simples, dois *links*, uma nota coberta e três entrevistas de estúdio.

Todos os capitais aqui considerados como dimensões do Desenvolvimento Local reaparecem nas matérias dessa edição, segundo o Quadro 3, a seguir:

**Quadro 3:** Programa ABTV 1ª edição – Edição de 14 de abril de 2010

<b>Tipos de capital</b>	<b>Ocorrência</b>
Capital empresarial	VT MOVIMENTO DECLARAÇÕES
Capital humano	VT SITUAÇÃO CAMPO AB I VT FLAMBAGEM DENGUE <i>LINK</i> INSC. SÃO JOÃO
Capital social	<i>LINK</i> PARALISAÇÃO PF VT ENCONTRO CREA SERRA
Capital natural	VT SAI BARONESAS GRAVATÁ

**Fonte:** Quadro construído a partir da coleta de dados (2010).

Dentro das atividades relacionadas ao setor empresarial, o cumprimento de prazos para pagamento de impostos é uma preocupação permanente pra quem deseja estar em dia com as obrigações fiscais. Por isso, compreende-se que uma reportagem abordando os prazos para entrega da declaração do Imposto de Renda, como o VT MOVIMENTO DECLARAÇÕES, seja relacionado ao capital empresarial, que lida com a propriedade produtiva. Nesta edição, mais uma vez, a emissora opta por prolongar o tema ao levar para o estúdio uma entrevista com o delegado da Receita Federal de Caruaru, Saulo de Tarso. Inclusive, como a entrevista teve continuidade no terceiro bloco do programa, o ABTV 1ª edição informou, em nota simples, que os telespectadores poderiam enviar suas dúvidas sobre a declaração. Essa preocupação em trazer os vários aspectos de uma notícia, segundo a jornalista 01, é uma premissa do aspecto educativo conferido ao telejornal da emissora:

Jornal impresso ele tem uma vantagem enorme porque você consegue se aprofundar muito. O cara lê ali e já sai bem informado porque você tem um espaço maior, a televisão ela não tem tanto espaço. Às vezes quando a gente vê que uma matéria e a gente não conseguiu abordar todos os aspectos sobre aquele assunto, a gente sempre tenta complementar com alguma coisa. [...] A gente se preocupa sempre em deixar bem redondinho aquele assunto para que ele não seja vago, para que ele não fique assim: ele venha sem nenhum propósito e vá sem nenhum propósito. Todo conteúdo que a gente debate é sempre assim: o que é que dessa matéria as pessoas vão tirar de ensinamento, o conteúdo da gente, as pautas que são discutidas, é sempre nesse intuito de ensinamento (Jornalista 01 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Dentro dessa perspectiva, percebe-se que nem sempre é possível trabalhar as várias nuances de um assunto, porque, o factual, o relato superficial, ganha destaque em determinados programas televisivos – como os analisados por esta pesquisa. Assim como ocorreu com o registro da passagem dos 90 anos da Associação Comercial e Empresarial de Caruaru (Acic), na edição de 12 de abril de 2010, as duas reportagens cujas temáticas têm ligação com o capital social se prenderam, na edição de 14 de abril, ao factual.

Logo no primeiro bloco, o programa apresenta uma entrada ao vivo do repórter falando sobre a paralisação de 24 horas da Polícia Federal. Limita-se a informar os serviços que a categoria vai deixar de oferecer, mas não se preocupa em abordar questões mais amplas sobre condições de trabalho, pretensões com o movimento grevista ou até mesmo as relações de confiança entre o grupo. A outra reportagem trata sobre um encontro que o Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia de Pernambuco (Crea-PE) promove na cidade de Serra Talhada com o objetivo de identificar construções irregulares e profissionais sem registro. Mais uma vez, portanto, apesar de as notícias dizerem respeito a categorias

importantes do Desenvolvimento Local, elas acabam por se revelarem superficiais, na medida em que se detêm apenas ao factual.

O capital natural, por sua vez, aparece no ABTV 1ª edição de 14 de abril de 2010 muito timidamente no VT SAI BARONESAS GRAVATÁ<sup>22</sup>. A nota coberta mostra as imagens de uma máquina da prefeitura da cidade de Gravatá tirando as baronesas que se encontram no Rio Ipojuca. Assim como foi possível detectar em outras matérias do telejornal, a nota coberta está bem aquém das possibilidades que o telejornal teria para cobrir a temática ambiental dentro do programa em questão.

O próprio formato de exibição escolhido pelo telejornal (nota coberta) contribui para que a informação seja passada de uma forma rápida, servindo apenas como registro. Compreendemos que o assunto, caso tivesse sido abordado de outra forma (como, por exemplo, mostrando as causas do aparecimento das plantas e seus efeitos sobre o meio ambiente), teria servido como fonte de informação e educação para os telespectadores.

A edição de 14 de abril de 2010 do ABTV 1ª edição traz o VT SITUAÇÃO CAMPO CARUARU, o qual incluímos dentro das abordagens sobre o capital humano. Nele, o ABTV 1ª edição mostra os efeitos da escassez de chuvas na zona rural de Caruaru sobre a produção de milho, pois, no mês de março, choveu 50% menos do que o esperado. Apesar da ocorrência do tema relacionado ao Desenvolvimento Local, a superficialidade da abordagem se faz presente nessa reportagem porque, na maioria das vezes, as abordagens sobre o meio rural aparecem neste telejornal apenas quando as notícias dizem respeito a plantações e colheitas de determinadas comunidades, deixando de lado as novas atividades que potencializam o espaço rural para além do setor agrícola.

Apesar de as teorias já sinalizarem para um novo espaço rural existente no Brasil, a mídia insiste em revelar uma “caricatura” do espaço rural, tratado quase sempre como sinônimo do atraso ou como sinônimo apenas da produção agrícola – em que também se mostra com ênfase a rusticidade laboral do campo.

O Novo Rural vem sendo estimulado por atividades econômicas derivadas da produção direta de bens e serviços agropecuários, produção de bens e serviços não-agropecuários, atividades derivadas da grande disponibilidade de mão-de-obra, consumo final não agrícola pelo urbano (como o turismo rural) e serviços públicos rurais. No caso do Brasil, há também o estímulo da demanda da população rural não agrícola de baixa renda por áreas

---

<sup>22</sup> Seguindo o espelho, a matéria aparece como VT, porém, ao analisar o programa, identificamos que se trata de uma nota coberta.

de lazer, demanda da população urbana de baixa renda por moradias rurais e a demanda por terras não-agrícolas por parte de indústrias e prestadores de serviços.

Brose (2004) também contribui para essa corrente, quando afirma que o pensamento dominante mesmo nos tempos atuais é que “quem ‘ainda’ se preocupa com o mundo rural muitas vezes é visto como um romântico incurável, um saudosista” (BROSE, 2004, p. 07), mas até mesmo nas economias ditas globalizadas, o fluxo ainda depende das comunidades rurais, mesmo que seja no âmbito da exploração da mão-de-obra barata. Muitos jornalistas não compreendem o meio rural como espaço de múltiplas funções e corroboram para manter uma “imagem” distorcida sobre o campo.

Ainda dentro das abordagens relacionadas ao capital humano, o telejornal traz uma reportagem sobre uma nova técnica utilizada pela Secretaria de Saúde de Caruaru para combater o mosquito transmissor da dengue. O VT FLAMBAGEM DENGUE tem um tom educativo, mostrando como funciona a técnica da flambagem e os custos do método, por aplicação.

Além disso, essa mesma edição do ABTV é encerrada com um *link* sobre o prazo de inscrições para os trios de forró pé-de-serra que desejam participar das festividades do São João de Caruaru. Em entrevista, o presidente da Associação dos Forrozeiros e Trios de Forró Pé-de-serra, Didi Caruaru, informa o que é necessário para se inscrever e ressalta a representatividade que a própria associação tem buscado para a categoria musical da cidade. O tema cultura – sendo uma das nuances do capital humano – é, portanto, também abordado na edição de 14 de abril de 2010.

Seguindo a sequência de análise, a edição de 15 de abril de 2010 do ABTV 1ª edição é composta por sete VTs, três notas simples, uma entrevista de estúdio e seis *links* (quadro 4). O número excessivo de *links* é justificado pela exibição do quadro Cidade Real, que ocorre sempre às quintas-feiras.

**Quadro 4:** Programa ABTV 1ª edição – Edição de 15 de abril de 2010

<b>Tipos de capital</b>	<b>Ocorrência<sup>23</sup></b>
Capital empresarial	<i>LINK TV LANÇA FEST. JEANS</i>
Capital humano	VT COMP. POSTO SAÚDE NOTA-PÉ CREMPE RESPONDE NS VACINAÇÃO H1N1 <i>LINK CHAMA BOM JCO</i> <sup>24</sup> VT PERFIL CR JCO <i>LINK DEVOLVE BOM JCO</i> VT COBRA JOSÉ CARLOS <i>LINK COBRANÇA CR JCO</i> VT SONORA KIKO BELTRÃO VT CAVALGADA DOENÇA <i>LINK TV MELÃO FLORESTA</i>
Capital social	Não parece nesta edição
Capital natural	Não parece nesta edição

**Fonte:** Quadro construído a partir da coleta de dados (2010).

O capital empresarial aparece no *LINK TV*<sup>25</sup> LANÇA FEST. JEANS, feito com o presidente da Associação Comercial e Empresarial de Toritama (Acit), Luciano Cavalcanti, a respeito do lançamento da 9ª edição do Festival do Jeans da cidade. O evento movimentava a classe empresarial da região do Polo de Confecções do Agreste, principalmente os empresários de Toritama, considerada a 2ª maior produtora de jeans do país. Na entrevista, Luciano fala sobre a expectativa de público para o festival – que chega a 150 mil visitantes, de acordo com as previsões da organização – e os benefícios que um evento como este traz para o setor. O *link* trata somente do factual, ou seja, o lançamento do festival (a festa ocorreria somente no período de 14 a 18 de maio).

Esta mesma edição traz uma abordagem relacionada ao capital humano. É uma entrevista ao vivo com o secretário de Produção Rural da cidade de Floresta, Murilo Almeida, que fala sobre um seminário que vai tratar sobre a diversidade agrícola da produção de melão no Sertão de Pernambuco. O *LINK TV MELÃO FLORESTA*, assim como *link* descrito acima

<sup>23</sup> Seguimos as mesmas retrancas das matérias utilizadas no espelho do programa analisado.

<sup>24</sup> JCO é a abreviação do Bairro José Carlos de Oliveira, de Caruaru.

<sup>25</sup> A sigla TV aparece no espelho como uma indicação que a entrevista está sendo ao vivo, na própria emissora, mas não nos estúdios.

sobre o Festival do Jeans, se volta apenas para o factual, para a realização do seminário, informando que existe uma produção de 10 mil toneladas de melão por ano em Floresta, gerando renda para entre 300 a 500 agricultores. Entende-se que, por uma questão de estrutura física, a televisão optou por convidar alguém da cidade em vez de ir até o município mostrar como é a produção do melão. Isso é comum em emissoras que possuem uma abrangência de muitos municípios, mas a infraestrutura não permite o atendimento por igual às demandas de cada um – e acaba se restringindo à cidade sede que, neste caso, é Caruaru.

De acordo com Silva (2006), as emissoras “se defendem afirmando que não possuem equipes suficientes para realizar uma cobertura cabal ou às vezes não se justifica enviar uma equipe para um município muito distante sem haver razão maior” (SILVA, 2006, p. 292). A TV Asa Branca, que abrange 108 municípios, segundo a jornalista 03, tenta diversificar ao máximo os conteúdos para minimizar os danos por não possuir equipe suficiente para cobrir todas as áreas:

A gente tenta ao máximo diversificar até porque a gente também atinge 108 cidades, então a gente tem que diversificar em tudo, seja tanto em perfil, que seja na área de saúde, de comunidade, de entretenimento, como também nas cidades, que seja de Caruaru, que seja de São Caetano, de Agrestina (Jornalista 03 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Outros assuntos envolvendo o capital humano também aparecem na edição de 15 de abril de 2010 do ABTV 1ª edição. No 1º bloco, o telejornal mostra um VT sobre uma lei criada, desde maio de 2009, pela Prefeitura de Caruaru que tornou obrigatória a impressão das receitas médicas emitidas pelos profissionais de saúde nas unidades de saúde públicas e privadas do município. A reportagem quis mostrar que a lei não estava sendo cumprida na cidade. Em seguida, o telejornal traz uma nota-pé do Conselho Regional de Medicina informando que compete à Prefeitura colocar impressoras e computadores para informatizar as unidades de saúde e facilitar o cumprimento da lei. Ainda no primeiro bloco, o telejornal traz outro assunto ligado à saúde e, conseqüentemente, relacionado ao capital humano. É uma nota simples informando sobre o período de vacinação da gripe H1N1 em Caruaru, que está abaixo do esperado. Na nossa compreensão, receitas médicas legíveis e vacinação estão relacionadas ao capital humano porque dizem respeito aos direitos básicos de cidadania dos telespectadores, uma vez que, caso não consigam ler corretamente a indicação de um remédio, podem correr o risco de tomar medicação errada levando risco à saúde, e a vacinação previne uma série de doenças.

Dentro dessa temática envolvendo o capital humano, especificamente questões envolvendo a saúde, a edição em questão traz o VT CAVALGADA DOENÇA, que trata a respeito de uma cavalgada saída de Garanhuns com destino a Tamandaré, no litoral sul de Pernambuco. O objetivo é levar orientação para criadores e pecuaristas sobre doenças infecciosas que atingem cavalos, burros e jumentos. Esses ensinamentos são importantes porque previnem o contágio das pessoas com animais doentes. A reportagem mostra que, em cinco dias de viagem, os participantes querem percorrer oito municípios, totalizando 257 quilômetros, e em cada parada vão realiza palestras e panfletagem. Com esse tipo de produto jornalístico, fica evidente, mais uma vez, que mesmo preocupado com o factual, o telejornal tenta trabalhar temáticas que levem orientação para seus telespectadores, como lembra a jornalista 01:

Os problemas da comunidade é uma coisa que a gente faz muito até pela questão de se aproximar, porque é o que eles querem ver, eles querem que o esgoto da porta dele seja resolvido, [...] mas claro que a gente tenta sempre mesclar ali alguma coisa de cultura pra ver se a gente até serve como incentivador por alguma forma, de alguma coisa desse tipo, algo econômico para que eles tenham uma percepção, mas ele é um jornal mais de serviço mesmo (Jornalista 01 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Conforme observamos no quadro 4, essa edição do telejornal contempla, em dois dos seus quatro blocos, matérias e *links* ao vivo tratando sobre a situação do Bairro José Carlos Oliveira, em Caruaru, pois ele foi escolhido como tema principal do quadro Cidade Real. A abertura do segundo bloco é feita com um *link* direto do bairro escolhido, onde, no caso da edição de 15 de abril de 2010, a repórter diz ter encontrado muitos problemas e gente participativa. Em seguida, é exibido um VT mostrando o bairro, quando surgiu, quantos habitantes possui, quais as peculiaridades do lugar, como uma espécie de perfil – como diz a retranca da reportagem. Após o VT, o telejornal mostra um *link* ao vivo com a repórter no bairro falando sobre o que achou das conversas com os moradores. No *link*, o programa alerta que a matéria mostrando os principais problemas do bairro só será exibida no bloco seguinte. No terceiro bloco do ABTV 1ª edição, o quadro Cidade Real exhibe o VT COBRA JOSÉ CARLOS, que apresenta as necessidades do bairro.

O diferencial desse quadro é que a produção não é feita na redação do telejornal, pois uma equipe vai até o bairro escolhido às segundas-feiras para conversar com os moradores e saber quais as principais dificuldades. O resultado desse levantamento é mostrado às quintas-feiras. No caso do Bairro José Carlos de Oliveira, 13 problemas específicos foram citados 206

vezes enquanto a produção estava no local e dentre eles estão falta de saneamento e calçamento.

A reportagem apresenta as dificuldades de muitos moradores que moram às margens de esgotos, sujeitos diariamente a várias doenças. A própria associação de moradores do bairro diz que há mais de 12 anos luta para conseguir calçamento e saneamento junto à prefeitura em mais de 90 ofícios enviados, mas a solução até o momento não apareceu.

Um aspecto importante do quadro, que aparece logo em seguida da exibição do VT, é que ele traz a resposta dos órgãos a quem compete a resolução dos problemas. No caso do Bairro José Carlos de Oliveira, o telejornal exibiu uma entrevista com o então secretário de Infraestrutura de Caruaru, Kiko Beltrão, que falou sobre os prazos para o cumprimento das obras de saneamento no bairro. De acordo com o jornalista 02, por ser considerado o carro-chefe do programa, o quadro Cidade Real acaba sendo um elo entre os telespectadores e o poder público. Diz ele:

Tem o quadro Cidade Real que hoje é o carro-chefe do telejornal, porque a gente tentou com o Cidade Real ter uma aproximação maior com a comunidade. A programação dos telejornais seria uma espécie de mediador entre o público e, digamos, as autoridades, autoridades não só na questão política, mas autoridades que sejam responsáveis por cada uma das áreas, passando pela saúde, trabalho (Jornalista 02 em entrevista concedida para esta pesquisa).

A jornalista 04 acrescenta que a criação do quadro facilitou a aproximação com a comunidade. Sobre isso, diz ela:

Antes, a gente não priorizava tanto comunidade e depois do Cidade Real essa linha veio pra ficar realmente, porque está aí a aproximação com o público e a comunidade de uma forma sem que ela seja posta para as pessoas de uma forma irônica, mas de uma forma mais séria (Jornalista 04 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Segundo a Teoria do *Newsmaking* (PENA, 2006), o jornalista é quem escolhe os assuntos que se tornarão notícia, já no quadro Cidade Real, são os próprios moradores dos bairros que fazem a escolha. Eles dizem os principais problemas do local, que se tornarão tema principal da reportagem que será exibida no quadro.

Concluindo a sequência de análise do ABTV 1ª edição da TV Asa Branca, identificamos que a edição de 16 de abril de 2010 é composta por 10 VTs, um *stand-up*, duas notas simples, duas notas-pés, além de três *links* e uma entrevista de estúdio. Neste dia,

observa-se a presença das seguintes matérias ligadas aos capitais relacionados ao Desenvolvimento Local contemplados por esta pesquisa:

**Quadro 5:** Programa ABTV 1ª edição – Edição de 16 de abril de 2010

<b>Tipos de capital</b>	<b>Ocorrência</b>
Capital empresarial	Não aparece nesta edição
Capital humano	VT APRESENTA ZONA AZUL <i>LINK TV ZONA AZUL</i> VT CONFERE OBRAS ALUÍZIO <sup>26</sup> NOTA-PÉ ALUÍZIO PINTO <i>LINK TV LEMBRA AFTOSA</i> VT BODE LEITEIRO VT UFPE ENEM NOTA-PÉ UFPE ENEM <i>LINK TV CONCURSO IFPE</i> VT COISAS TERRA ALKIMENIA NOTA-PÉ ABRIL PRO ROCK
Capital social	NOTA MAIS OCUPAÇÕES MST
Capital natural	VT RISCO PASSAGEM RIACHÃO

**Fonte:** Quadro construído a partir da coleta de dados (2010).

A edição de 16 de abril de 2010 do ABTV 1ª edição traz, no primeiro bloco, uma reportagem sobre um trecho do Rio Ipojuca, em Caruaru, que liga dois bairros da cidade – o Bairro Riachão ao Indianópolis. A matéria trata sobre os riscos de uma ponte, pois, quando chove, a água transborda e invade o local, impossibilitando a passagem de veículos e pedestres. Nesse caso, considera-se que o telejornal contemplou reportagem relacionada com o capital natural.

O capital social aparece no telejornal com uma nota simples a respeito das ocupações do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST). A nota informa que o grupo ocupou mais duas áreas em Pernambuco, como resultado da jornada nacional de luta pela reforma agrária. Os níveis de organização de determinada sociedade são considerados instrumentos do capital social para o Desenvolvimento Local. A nota do MST, portanto,

<sup>26</sup> Aluízio é a abreviação utilizada pela equipe para o Bairro Aluízio Pinto, de Garanhuns.

estaria relacionada a este tipo de capital, embora o conteúdo jornalístico tenha abordado apenas o factual.

Como é possível observar no quadro 5, o ABTV 1ª edição também aborda variados assuntos que têm relação com o capital humano. São reportagens sobre saúde, cultura, meio rural e educação. No início do segundo bloco, o telejornal traz uma reportagem sobre a implantação da Zona Azul em Caruaru, que tentará resolver o problema do trânsito na cidade. O VT APRESENTA ZONA AZUL mostra que o poder público municipal vai investir R\$ 4 milhões no projeto, que inclui a instalação de câmeras, modernização dos semáforos e segue a iniciativa desenvolvida na cidade de Taubaté, no interior de São Paulo. Para aprofundar o assunto, o telejornal complementa a matéria com um *link*, com entrevista do engenheiro de trânsito Ângelo Leite, falando sobre o prazo para instalação da Zona Azul e como vai funcionar, na prática, a fiscalização.

Dentro do eixo do capital humano, o ABTV 1ª edição de 16 de abril de 2010 exibiu o VT CONFERE OBRAS ALUÍZIO, em que mostra que desde o dia 10 de abril a equipe esteve no Bairro Aluízio Pinto, em Garanhuns, para falar sobre um esgoto estourado na BR 424, que liga a cidade a Arcoverde. A cabeça<sup>27</sup> da matéria, lida pelo apresentador, destaca o seguinte: “a gente vem insistindo num assunto para tentar resolver um problema lá em Garanhuns”. Depois de exibida a reportagem, eles ainda acrescentam: “pelo visto a gente ainda vai ter que fazer muita matéria por lá”. Essa ideia de acompanhamento faz parte da rotina jornalística do que se denomina *suíte*. Na definição de Paternostro (1999), *suíte* é “a sequência que se dá a um assunto quando a notícia é quente e continua a despertar interesse dos telespectadores. A *suíte* deve sempre conter elementos que a atualizem” (PATERNOSTRO, 1999, p. 151).

Em outro momento, essa edição traz uma entrevista com o gerente regional da Agência de Defesa e Fiscalização Agropecuária de Pernambuco (Adagro), João Maurício Barbosa, sobre o prazo de vacinação da febre aftosa para o rebanho da região. A entrevista explica quais os procedimentos que o produtor deve tomar para adquirir as doses da vacina gratuitamente e qual a expectativa da agência para a vacinação. Dando sequência, neste mesmo bloco, o telejornal traz um VT sobre um bode leiteiro existente na cidade de Jataúba, interior de Pernambuco. Mais uma vez, como pôde ser visto na edição de 14 de abril de 2010 do ABTV 1ª edição (que exibiu o VT SITUAÇÃO CAMPO), a matéria pouco contribuiu para levar à população informações sobre o meio rural que não se prendam às atividades agrícolas.

---

<sup>27</sup> Cabeça é o lead da matéria lido pelos apresentadores no estúdio e dá gancho para a notícia que é exibida em seguida.

A temática de educação aparece nesta edição com uma reportagem sobre o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), que passará a ser considerado como um dos caminhos para entrar em algumas universidades. Apesar de o VT ter sido feito na capital Recife, o tema tem relevância para todo o Estado, pois diz respeito a estudantes de escolas públicas que poderão utilizar a nota da prova como pontuação para o ingresso na universidade. Ainda com o tema educação, o telejornal traz um *link* com o diretor geral do Instituto Federal de Pernambuco (IFPE), Sérgio Guimarães, sobre a abertura de edital do concurso público para professor, técnico e enfermeiro.

Finalizando a análise desta edição do ABTV 1ª edição, observa-se a presença do quadro Coisas da Terra, que tem a participação do cantor e compositor caruaruense Valdir Santos, conhecido na região por seu trabalho com crianças e adolescentes carentes da cidade. Neste caso, por se tratar de cultura, percebe-se a presença do capital humano no telejornal. Esse quadro é exibido sempre às sextas-feiras encerrando o telejornal e traz entrevistas com artistas que desenvolvem trabalhos com música. Na edição de 16 de abril de 2010, Valdir Santos mostrou a banda caruaruense de rock Alkimênia, que iria participar do Abril pro Rock<sup>28</sup>. Como nota-pé, o ABTV trouxe a informação que a banda tem apresentação neste dia em Olinda.

A tabela 2, a seguir, traz os dados estatísticos da ocorrência dos conteúdos jornalísticos relacionados ao Desenvolvimento Local durante o período analisado.

**Tabela 2:** Temas relacionados ao Desenvolvimento Local no ABTV 1ª edição

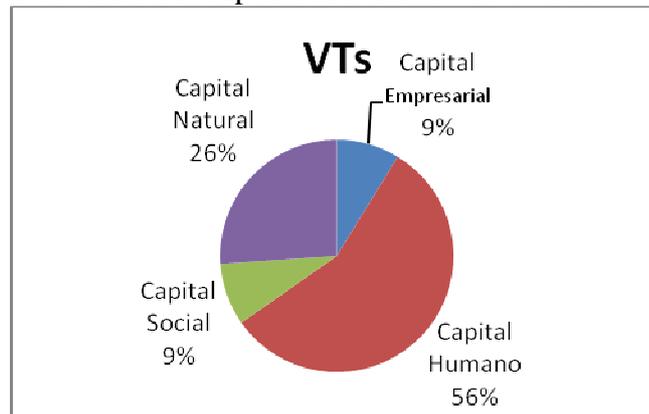
<b>Formatos jornalísticos televisivos (exibidos no período de 12 a 16 de abril de 2010 no ABTV 1ª edição)</b>	<b>Quantidade geral</b>	<b>Temas relacionados ao Desenvolvimento Local</b>	<b>Percentual</b>
VT	36	23	63,88%
<i>Stand-up</i>	05	03	60%
Nota simples (incluindo nota-pé)	18	11	61,11%
Nota coberta	05	0	-
<i>Link</i>	16	13	81,25%
Estúdio	10	2	20%
Áudio-tape	1	0	-

**Fonte:** Tabela construída a partir da coleta de dados (2010).

<sup>28</sup> O Festival Abril pro Rock ocorreu nos dias 16 e 17 de abril, no Centro de Convenções, em Olinda. A banda Alkimênia se apresentou no dia 16, juntamente com outras nove bandas brasileiras e estrangeiras.

No período analisado, dos 91 conteúdos do telejornal, 52 estavam ligados ao Desenvolvimento Local, ou seja, 57,14%. Dentro desses temas, buscamos as ocorrências dos capitais empresarial, humano, social e natural. Os gráficos abaixo descrevem de que forma esses conteúdos foram apresentados aos telespectadores:

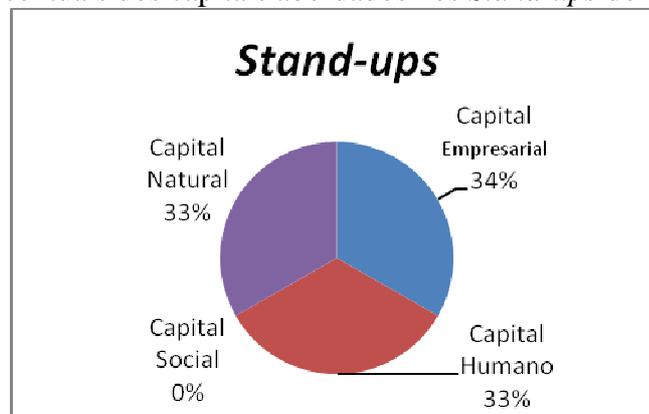
**Gráfico 1:** Percentuais dos capitais abordados nos VTs do ABTV 1ª edição



**Fonte:** Gráfico construído a partir da coleta de dados (2010).

Dos 23 VTs relacionados ao Desenvolvimento Local exibidos no ABTV 1ª edição durante o período analisado, 13 foram dedicados à temática do capital humano, ou seja, 56,52% dos conteúdos abordaram assuntos como saúde, alimentação, cultura, educação, lazer e meio rural. Parece pertinente considerar que esses conteúdos conseguiram maior destaque, em comparação com os outros tipos de capitais, porque representaram mais de 50% dos VTs exibidos e esse tipo de formato jornalístico é sinônimo de reportagem. Já os três *stand-ups* presentes no período analisado tiveram como foco temas ligados aos capitais empresarial, humano e natural, não aparecendo, portanto, o capital social no telejornal através de *stand-ups*, conforme pode ser visto no gráfico 2.

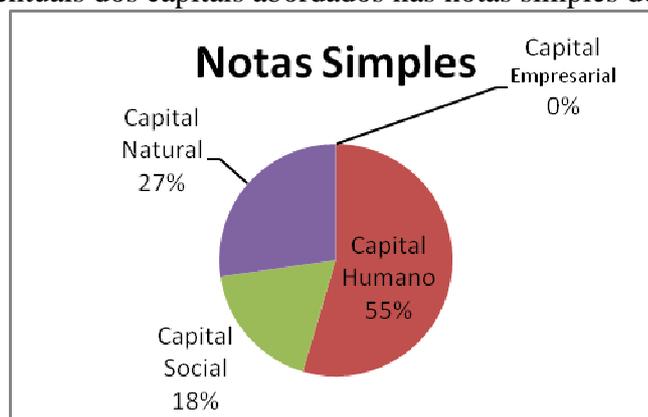
**Gráfico 2:** Percentuais dos capitais abordados nos *Stand-ups* do ABTV 1ª edição



**Fonte:** Gráfico construído a partir da coleta de dados (2010).

Das notas exibidas no ABTV 1ª edição no período de 12 a 16 de abril de 2010, o maior destaque foi para o capital humano, que motivou 6 das 11 notas do programa ligadas ao Desenvolvimento Local, representando 55% do total. O gráfico 3 mostra também que o capital empresarial não esteve entre os temas das notas exibidas pelo programa.

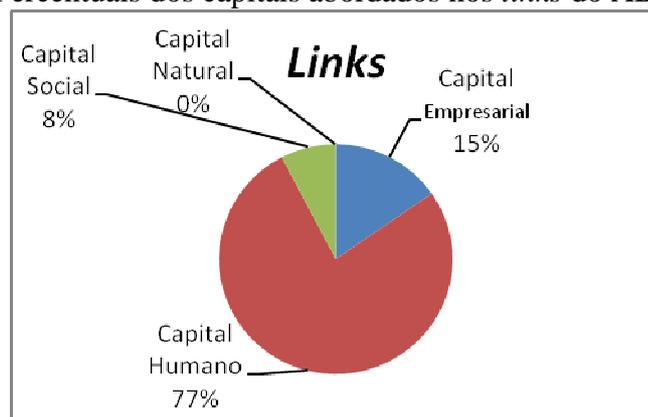
**Gráfico 3:** Percentuais dos capitais abordados nas notas simples do ABTV 1ª edição



**Fonte:** Gráfico construído a partir da coleta de dados (2010).

O capital humano representou 77% dos *links* presentes no ABTV 1ª edição durante o período analisado, como pode ser verificado no gráfico 4. Dos 13 *links*, 10 destacaram esse tipo de capital, ou seja, 77% do total. A maioria desses *links* esteve presente na edição de 15 de abril de 2010, dia da exibição do quadro Cidade Real.

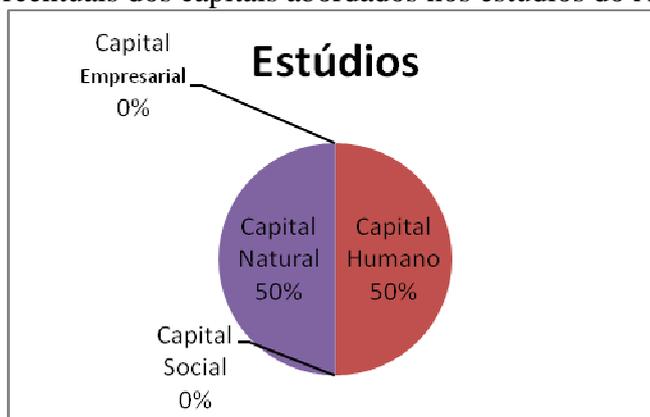
**Gráfico 4:** Percentuais dos capitais abordados nos *links* do ABTV 1ª edição



**Fonte:** Gráfico construído a partir da coleta de dados (2010).

Já o gráfico 5, abaixo, mostra que o capital natural e o capital humano despertaram assunto para ser trabalhado no estúdio do ABTV 1ª edição durante o período analisado.

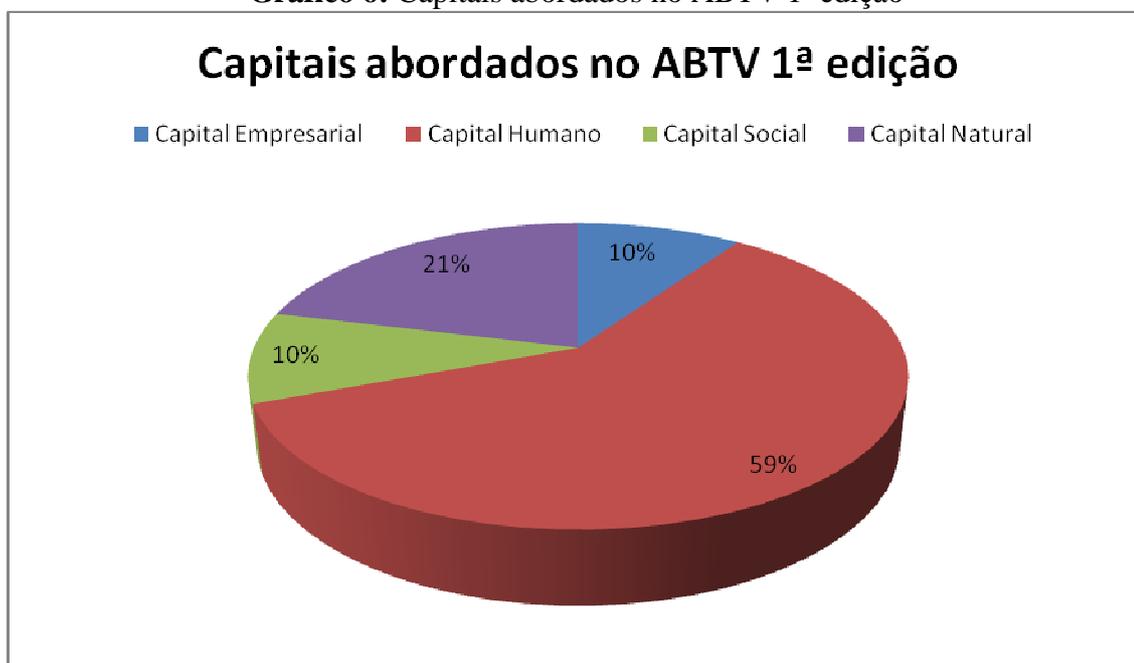
**Gráfico 5:** Percentuais dos capitais abordados nos estudos do ABTV 1ª edição



**Fonte:** Gráfico construído a partir da coleta de dados (2010).

O gráfico 6 mostra, em termos percentuais, os conteúdos exibidos no ABTV 1ª edição durante o período observado por esta pesquisa na abordagem dos quatro tipos de capital ligados ao Desenvolvimento Local (consideramos todos os tipos de conteúdos jornalísticos – VT, *stand-up*, notas, *links*, etc).

**Gráfico 6:** Capitais abordados no ABTV 1ª edição



**Fonte:** Gráfico construído a partir da coleta de dados (2010).

O capital humano recebeu maior destaque durante a semana analisada e a razão disto pode estar relacionada ao quadro Cidade Real, que tem como proposta aproximar a emissora da comunidade, servindo de instrumento para que a população possa reivindicar melhoria da qualidade de vida, nos aspectos de infraestrutura, saúde, educação e saneamento. Como já foi

discutido anteriormente, a motivação do quadro Cidade Real advém dos interesses mercadológicos em manter a emissora TV Asa Branca na disputa pela audiência. O capital natural aparece como segundo tema mais abordado no telejornal, porque incluímos dentro deste capital notícias sobre chuvas na região e o mês analisado (abril), geralmente, concentra um período bastante chuvoso. Já o capital social e o capital empresarial são poucos explorados nos conteúdos do telejornal, denotando a carência que esse programa tem nesses conteúdos. Podemos inferir que esse baixo percentual no tratamento de notícias relacionadas ao capital social parece ser motivada pelo conhecimento escasso que os jornalistas aparentam ter sobre os movimentos associativistas da região e de que forma essas formas de organização promovem o desenvolvimento local. As “amarras” do factual acabam por prender o jornalista a tratar somente o fato e não o assunto, limitando-se a trabalhar notícias mais simples e menos descritivas. O pouco destaque que o capital empresarial recebe parece denotar a lacuna deixada por essa emissora para trabalhar temas ligados à esta temática na região, pois, por estar inserida no Polo de Confeções do Agreste, são muitos os temas que poderiam demandar matérias no telejornal.

No período analisado, foi possível perceber que o ABTV 1ª edição dedica mais de 50% de seu conteúdo a temas relacionados ao Desenvolvimento Local, sejam eles tratando sobre temas de educação, saúde, meio ambiente, meio rural ou movimentos associativistas. Dessa forma, pode-se concluir que, apesar de os conhecimentos dos jornalistas sobre Desenvolvimento Local aparecerem precários, os profissionais responsáveis pela produção/edição da emissora estão contribuindo de alguma forma para levar à audiência assuntos relacionados a este tipo de desenvolvimento.

A própria missão da TV Asa Branca traz como uma de suas preocupações o desenvolvimento da região. Em um quadro exposto na redação da emissora, está escrito o seguinte texto:

Missão da TV Asa Branca: Distribuir conteúdo de boa qualidade, com a programação da Rede Globo, atendendo aos anseios da comunidade de sua área de cobertura através de bons programas jornalísticos, educativos e de lazer, e participar de campanhas sociais e educacionais que aproximem os telespectadores dos fatos, fazendo-os participar. Contribuir com o desenvolvimento da região onde está localizada, gerando resultados positivos e agregando valor no contexto nacional.

Apesar de muitas vezes apresentarem uma compreensão de desenvolvimento muito próxima a crescimento econômico, os jornalistas da TV Asa Branca reconhecem as limitações

de tempo e de infraestrutura para trabalhar temáticas como meio ambiente, saúde, educação e cultura com mais aprofundamento e frequência. O jornalista 02 analisa essa questão do ponto de vista do telespectador:

Eu acho que a gente ainda peca um pouco, eu acho que a gente poderia trabalhar melhor isso. É porque, na verdade, o que é bom pro Agreste pode não ser bom pro Sertão e o que é bom pro Sertão pode não ser bom pra Mata Sul. Então, como a gente tem uma área de cobertura muito grande, são 108 municípios, a gente procura abordar assuntos que sejam comuns às três regiões, e aí eu acho que a gente peca um pouco em relação a isso (Jornalista 02 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Já para a jornalista 04, as motivações surgem na operacionalização do telejornal: “A gente poderia explorar mais algumas questões. Eu acho que se a gente tivesse maior disponibilidade de equipe, material, a gente poderia fazer melhor do que já faz” (Jornalista 04 em entrevista concedida para esta pesquisa).

No item que segue, buscamos compreender como as abordagens sobre o Desenvolvimento Local são feitas no TV Jornal Meio Dia, da TV Jornal Caruaru, e quais as compreensões que os jornalistas que trabalham na emissora possuem a respeito do tema.

### **3.2 – Abordagens do Desenvolvimento Local no TV Jornal Meio Dia da TV Jornal**

Conforme abordamos no Capítulo 2, o processo de interiorização da televisão em Pernambuco se deu na década de 1980. Em Caruaru, a TV Tropical surgiu em 1984, a TV Asa Branca – filiada à Rede Globo – foi inaugurada em 1991, e, em 2004, surgiu a TVI, afiliada ao SBT, que, alguns anos depois (2006), seria incorporada ao Grupo João Carlos Paes Mendonça e se transformou na TV Jornal Caruaru.

Com o surgimento da TV Jornal Caruaru, o telejornalismo regional ganhou força no interior, pois a grade de programação inicial local era maior do que a que existia, na época, na TV Asa Branca, o que facilitou a aproximação da TV Jornal Caruaru com os assuntos relacionados às cidades de sua cobertura. A grade de programação é diversificada com programas jornalísticos, de comunidade, policiais e de entretenimento. Dentro da atual grade, está o telejornal TV Jornal Meio Dia, exibido de segunda a sexta-feira, às 11h55, com duração média de 20 minutos, cujo *slogan* é “Informação também alimenta”, que resume bem o papel principal do programa: informar os telespectadores sobre as principais notícias do dia, dentro de uma noção de proximidade. Como lembra Peruzzo (2005), a ideia de pertencimento gerada

dentro de um determinado território é uma das âncoras da mídia local e é desta forma que os veículos conseguem chamar a atenção dos telespectadores.

A proximidade, sendo um dos principais critérios de valor-notícia utilizados pelos meios de comunicação para decidir o que será notícia, na TV Jornal toma dimensão mais abrangente, ao ser considerada a sua própria missão enquanto veículo. O jornalista 05 assinala qual é a proposta maior da emissora. Assim ele se refere:

É se aproximar ao máximo da população. O principal mandamento dele<sup>29</sup> é estar cada vez mais próximo e isso não é de agora, desde quando ele assumiu o grupo, em 1989, ele dizia que a população estava sendo pouco assistida pelas emissoras e na época tinha TV Jornal e Globo só, não tinha TV Tribuna, não tinha TV Clube, então ele achava a Globo distante e ele queria uma televisão que fosse mais a cara do povo mesmo, de Pernambuco. A TV Jornal tem 50 anos e sempre teve isso, mas ele queria um jornalismo mais incisivo no combate à corrupção, essas coisas. E aí mais próximo da comunidade (Jornalista 05 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Por haver essa ligação com o local como premissa para a produção de conteúdo, o telejornal acaba abordando temas que são relacionados ao Desenvolvimento Local, isto é, os capitais empresarial, humano, social e natural, que contemplam temas como saúde, educação, cultura, associativismo, meio ambiente e meio rural. Um dos principais focos do TV Jornal Meio Dia é também levar prestação de serviço à comunidade, como ressalta o jornalista 06, quando perguntado sobre o objetivo do programa:

É, basicamente, prestação de serviços. A gente informar ao telespectador o que aconteceu nas primeiras horas da manhã, mas basicamente é prestação de serviços, é fazer valer o direito deles [os telespectadores], fazer com que eles tenham conhecimento dos direitos que têm, que são muitos direitos que às vezes não sabem que têm, que existe esse direito e como é que ele pode usufruir (Jornalista 06 em entrevista concedida para esta pesquisa).

O caráter do TV Jornal Meio Dia de noticiar os principais assuntos do dia também é destacado pelo jornalista 07:

Acima de tudo é informar e a essência dele é trazer as informações atualizadas do que está acontecendo na cidade, Caruaru, a cidade principal da região, mas também do interior, os principais fatos, as principais notícias. Ele tem esse objetivo primeiro de informar, atualizar o telespectador do que está acontecendo em sua cidade, a sua região, naquele dia, mas também ele também tem a orientação de prestar serviço à comunidade de coisas que são

---

<sup>29</sup> João Carlos Paes Mendonça, presidente do Sistema Jornal do Commercio, ao qual pertence a TV Jornal Caruaru.

necessárias para a cidadania, para educação, para formação e ele também tem esse papel de trazer essas informações que muitas vezes as pessoas não têm acesso e não têm tempo de procurar por outros canais, outros meios, essa informação (Jornalista 07 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Durante o período analisado, que foi de 12 a 15 de abril de 2010, observou-se a ocorrência de assuntos relacionados ao Desenvolvimento Local abordados no TV Jornal Meio Dia, assim como também ocorreu na TV Asa Branca, através do ABTV 1ª edição. A edição de 12 de abril do TV Jornal Meio Dia foi composta por seis VTs, duas notas simples, uma nota coberta, uma nota-pé e entrevista de estúdio. Neste dia, o telejornal contemplou alguns tipos de capitais, como pode ser visto no quadro 6:

**Quadro 6:** Programa TV Jornal Meio Dia – Edição de 12 de abril de 2010

<b>Tipos de capital</b>	<b>Ocorrência</b>
Capital empresarial	Não aparece nesta edição
Capital humano	VT NOVA LICENÇA POLUIÇÃO
Capital social	NS INVAÇÃO MST
Capital natural	VT CHUVAS BAIRRO TUIUTI <sup>30</sup> NS CHUVAS PESQUEIRA VT CHUVAS PESQUEIRA

**Fonte:** Quadro construído a partir da coleta de dados (2010).

O TV Jornal Meio Dia noticia como assunto de destaque na edição de 12 de abril de 2010 os efeitos que a chuva provocou no Bairro Tuiuti, em Garanhuns. A cidade, localizada no Agreste Meridional, possui em seu relevo estruturas chamadas de voçorocas, que se agravam em períodos chuvosos. No VT, o repórter mostra o buraco com 15 metros de profundidade e mais de cem metros de extensão localizado em área residencial. A reportagem destaca o caos provocado por essa situação, que é responsável por tirar moradores de suas casas – principalmente, aquelas condenadas pela Defesa Civil do município por risco de desabamento. Por essas características, identifica-se que a edição abordou o capital natural. Dando sequência dentro deste mesmo eixo, o TV Jornal Meio Dia traz, ainda no primeiro bloco, uma nota simples informando que aquela edição ainda vai noticiar os estragos provocados pelas chuvas na cidade de Pesqueira, assunto que aparece encerrando o telejornal, no 3º bloco.

<sup>30</sup> O Bairro Tuiuti faz parte da cidade de Garanhuns, no Agreste Meridional de Pernambuco.

O VT CHUVAS PESQUEIRA mostra que, em apenas quatro dias, choveu na cidade o equivalente a 40% do esperado para o ano, o que provocou estragos e deixou moradores em alerta. Em uma das entrevistas, uma moradora fala que gostaria que a cidade tomasse medidas preventivas para evitar transtornos em período chuvoso. Na nossa visão, acreditamos que este seria um importante *gancho* para que o telejornal se detivesse mais sobre prevenção e não se prendesse ao factual ao abordar a temática da chuva na região. Tomando como base os questionamentos levantados por Marcondes Filho (2009) sobre o perfil atual do jornalista, a este está cada vez mais difícil a missão de refletir na melhor forma de divulgar as notícias, pois o teor volátil da notícia acaba distanciando essa possibilidade. O jornalista 07 dá sinais que compreende as limitações do veículo TV e credita a isso as escolhas feitas pela equipe em abordar alguns assuntos de maneira diferenciada. Assim ele se refere:

Televisão nem sempre permite isso, a instantaneidade e a velocidade nem sempre permitem que a gente se atenha da maneira tão intensa em determinado assunto, mas a gente procura trazer essa abordagem, trazer esse conceito para as reportagens, para que as pessoas não tenham apenas uma visão superficial, isso outros meios fazem até mais eficientemente, embora televisão também tenha a velocidade como uma marca sua característica, mas a gente procura trazer essa abordagem o quanto mais ampla possível para que as pessoas possam compreender melhor aquele assunto (Jornalista 07 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Dentro da edição de 12 de abril de 2010 do TV Jornal Meio Dia, observa-se a ocorrência do capital social, através de uma nota divulgada a respeito do MST. A informação trata sobre as invasões do movimento intitulado “abril vermelho”, responsável pela ocupação de oito propriedades em Pernambuco. Assim como detectamos no ABTV 1ª edição da TV Asa Branca, o TV Jornal Meio acaba se prendendo ao factual e não explica com mais detalhes os objetivos do movimento, quais as reivindicações, etc. Já na abordagem sobre capital humano, o TV Jornal Meio Dia apresenta uma reportagem sobre uma recomendação do Ministério Público para que os bares e restaurantes de Caruaru passem a ter uma licença especial de funcionamento, com o objetivo de reduzir a poluição sonora na cidade.

Julgamos ser necessário ressaltar que, nessa mesma edição, o telejornal dedica um dos seus três blocos para abordar notícias sobre esportes, especificamente, o futebol. O tempo de quase 6 minutos e meio – considerado muito para o veículo televisão – é destinado a tratar sobre a rodada do fim de semana do Campeonato Pernambucano. No estúdio, o programa recebe o comentarista Iran Carvalho, radialista da Rádio Jornal de Caruaru (que faz parte do Grupo JCPM), que fala sobre as possibilidades dos times do interior na competição. Apesar

de consideramos o esporte como uma das vertentes ligadas ao capital humano, não incluímos esse bloco como registro da ocorrência deste tipo de capital, porque as reportagens trabalhadas e o amplo tempo dedicado ao assunto não trazem como foco ações/iniciativas ligadas ao esporte nas comunidades, mas focalizam apenas as rodadas de jogos do Campeonato Pernambucano.

Já na edição de 13 de abril de 2010, o TV Jornal Meio Dia foi composto por cinco VTs, três *links* ao vivo, um *stand-up* e uma nota simples. Dentre os capitais relacionados com o Desenvolvimento Local, o telejornal aborda assuntos ligados ao capital humano e capital natural. É importante lembrar, porém, que, neste dia, o ex-prefeito de Caruaru Neginho Teixeira estava sendo ouvido no Fórum da cidade e mais de 30% do telejornal é dedicado apenas a este assunto<sup>31</sup>. O quadro 7, abaixo, revela a ocorrência dos capitais nesta edição.

**Quadro 7:** Programa TV Jornal Meio Dia – Edição de 13 de abril de 2010

<b>Tipos de capital</b>	<b>Ocorrência</b>
Capital empresarial	Não aparece nesta edição
Capital humano	VT PERDA SAFRA MILHO
Capital social	Não aparece nesta edição
Capital natural	VT NÍVEL RIO CARUARU SD CHUVAS PESQUEIRA NS LAMEPE

**Fonte:** Quadro construído a partir da coleta de dados (2010).

O TV Jornal Meio Dia mostra uma reportagem sobre a perda da safra de milho para os agricultores da comunidade de Serra Velha, zona rural de Caruaru, o que incluímos como ocorrência do capital humano nesta edição. O VT PERDA SAFRA MILHO traz a informação que houve prejuízo quase total porque nos meses de janeiro e fevereiro choveu muito, mas em março as chuvas foram irregulares, o que vai acabar comprometendo a oferta de milho durante o período junino da região. Esta ocorrência apresenta características semelhantes às observadas na edição de 14 de abril do telejornal ABTV 1ª edição, da TV Asa Branca, pois, ambas as emissoras, ao mostrar o mesmo assunto relacionado ao meio rural, acabam se prendendo à imagem *caricaturada* do rural, mostrando chão seco, plantações e alguns agricultores reclamando sobre os prejuízos. Na nossa visão, o telejornal deixa de dar sua

<sup>31</sup> Conferir espelho deste dia em Anexos.

contribuição na perspectiva do Desenvolvimento Local porque não prioriza, na produção de reportagens como essa, a busca de um olhar diferente sobre o meio rural e não procura saber o que o poder público tem feito para melhorar a realidade do campo. As novas ruralidades têm contribuído para essa nova perspectiva do rural e os jornalistas envolvidos no processo de produção do TV Jornal Meio Dia parecem desconhecer que o campo não se resume apenas a atividades agrícolas, mas incorpora outras atividades não agrícolas, como ações de turismo.

Se, por teoria, os jornalistas são responsáveis por transformar fatos em notícias (WOLF, 2001; TRAQUINA, 2004; PENA, 2006), é possível inferir que, se tais profissionais estivessem mais imbuídos da sua missão em contribuir com o Desenvolvimento Local, a escolha das matérias e a própria forma de produzir a reportagem seria feita de outra forma. Os veículos de comunicação, portanto, acabam mostrando apenas uma *parcela* da realidade. Sobre isso, cabe-nos retomar uma reflexão de Marcondes Filho (2009a), descrita na introdução deste estudo:

O jornalismo extrai da realidade o que lhe interessa (ou aos seus leitores) e isso se transforma em notícia: da realidade é extraída somente uma *parte útil*, sendo que essa utilidade é avaliada segundo objetivos puramente particularistas. ... em suma, na mão do editor está a definição *política* de como o fato deverá repercutir na sociedade (MARCONDES FILHO, 2009a, p. 125, grifo do autor).

A jornalista 08, que participa da discussão e produção das pautas do telejornal, diz que o primeiro critério que julga para decidir o que será notícia é o interesse público:

Como o perfil da gente é quase destinado à mulher, tem também a questão do serviço, a gente procura matérias que girem em torno disso, do que realmente pode interessar ao telespectador, seja na geração de emprego, enfim, o que possa trazer mais informação pra vida dele, da pessoa que está assistindo e não especular tipo algum assunto de política que talvez não interesse tanto, como é mais perfil do Notícias<sup>32</sup> a opinião, levantar o questionamento. Eu acho que o descarte da notícia começa por aí (Jornalista 08 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Dentro da edição de 13 de abril de 2010, o telejornal traz o VT NÍVEL RIO CARUARU, abordando o sangramento da Barragem Pedro Moura, da cidade de Belo Jardim, e seus efeitos no nível das águas do Rio Ipojuca em Caruaru. Somando ao *stand-up* CHUVAS PESQUEIRA e NS LAMEPE, as três ocorrências estariam relacionadas ao capital natural. O

---

<sup>32</sup> A produtora se refere ao TV Jornal Notícias, telejornal exibido de segunda a sexta-feira, na TV Jornal, às 19h20

*stand-up*, na verdade, é uma suíte do que o jornal mostrou na edição do dia anterior sobre as chuvas que caíram em Pesqueira. Em seguida, o telejornal, na nota simples LAMEPE<sup>33</sup>, dá o resultado da meteorologia para as chuvas no Agreste de Pernambuco.

É possível observar que existe um esforço do próprio telejornal em garantir a diversidade de assuntos para não se prender apenas à cidade onde a emissora está inserida, Caruaru. A TV Jornal Caruaru abrange mais de 70 municípios e, por possuir sucursal apenas em Garanhuns, utiliza recursos como áudio-tape e *stand-ups* (cuja edição é mais simples do que um VT) para tentar trazer assuntos do maior número possível de municípios. O jornalista 05 tem a seguinte opinião sobre essas demandas que surgem de outras cidades:

A gente acha que não acontece nada numa cidade que tem 20 mil habitantes, mas um problema que está lá, que a prefeitura está desviando dinheiro, pra gente que não está lá em Itacuruba, que tem 13 mil habitantes, talvez não seja importante, mas pra eles é muito importante. Eu queria estar presente nessas cidades, que são as mais precisadas. [...] Com uma equipe a mais, a gente poderia distribuir mais, porque a gente centra muito em Caruaru. A gente está com uma sucursal agora em Garanhuns e está abrindo outra em Serra Talhada, essas sucursais vão ajudar com conteúdo para os jornais (Jornalista 05 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Em algumas edições, grande parte dos conteúdos acaba se concentrando em Caruaru, como na edição de 13 de abril, por exemplo, que trouxe assuntos de apenas outras duas cidades, além de Caruaru: Santa Cruz do Capibaribe e Pesqueira. Silva (2006) detectou que um dos limites da TV regional é a ênfase dada ao município mais importante de sua região, deixando os demais em segundo plano. De acordo com Silva (2006), esta situação acaba gerando inúmeras críticas sobre o papel que as emissoras regionais poderiam prestar na região onde estão inseridas. O telejornal acaba dando visibilidade às ações realizadas em Caruaru – o que contribui, até certo ponto, para o Desenvolvimento Local –, porém deixa de dar sua parcela de contribuição às outras cidades do entorno de Caruaru, porque se limita, quase sempre, a trazê-las para o programa apenas quando se refere a assuntos factuais.

Essa percepção valida o compromisso que pode ser assumido por um meio de comunicação enquanto instrumento de Desenvolvimento Local. Silva (2006) dá outra contribuição para esse pensamento: “A tevê regional precisa descobrir seu caminho para não cair na mera cobertura do dia a dia, sem levar alguma reflexão ou informação mais consistente para o telespectador” (SILVA, 2006, p. 294).

---

<sup>33</sup> Lamepe é o Laboratório de Meteorologia de Pernambuco

Seguindo a análise, a edição de 14 de abril de 2010, foi composta por sete VTs, quatro notas simples e duas nota-pé. O quadro 8 mostra a ocorrência dos capitais relacionados ao Desenvolvimento Local:

**Quadro 8:** Programa TV Jornal Meio Dia – Edição de 14 de abril de 2010

<b>Tipos de capital</b>	<b>Ocorrência</b>
Capital empresarial	Não aparece nesta edição
Capital humano	VT BALANÇO PEDOFILIA NP PEDOFILIA VT PROBLEMA CORRESPONDÊNCIA VT TÍTULO ELEITOR DETENTOS VT DIETA IDEAL VT CONSCIÊNCIA USO AGROTÓXICO
Capital social	VT PARALISAÇÃO PF NP GREVE MT VT FISCALIZAÇÃO TAXISTAS
Capital natural	Não aparece nesta edição

**Fonte:** Quadro construído a partir da coleta de dados (2010).

O TV Jornal Meio Dia, na edição de 14 de abril de 2010, abre como principal assunto do dia a paralisação dos policiais federais, o que contemplaria a ocorrência do capital social, tendo em vista que o assunto diz respeito a uma determinada classe em luta por direitos em comum. Porém, a notícia se resume a dizer os serviços que passarão a ficar disponíveis para a população e não questiona quais os reais motivos da paralisação ou até mesmo o ônus que um movimento como esse recai sobre a população. Em seguida, o telejornal dá uma nota sobre a paralisação de outra categoria, desta vez, os servidores do Ministério do Trabalho e Emprego, que estão em greve por melhores condições de trabalho. Nos dois registros, a abordagem se dá focando o factual.

Esta edição do telejornal, ainda dentro do eixo do capital social, aparece o VT FISCALIZAÇÃO TAXISTAS, noticiando a fiscalização que está havendo em Caruaru para combater taxistas clandestinos. A reportagem é uma suíte de casos antecedentes que estavam sendo mostrados pelo telejornal, como indica o texto lido pelo apresentador: “Você já acompanhou aqui na TV Jornal denúncias de que taxistas clandestinos estariam circulando em Caruaru”.

Já nas abordagens relacionadas ao capital humano, esta edição traz o VT BALANÇO PEDOFILIA, apresentando uma campanha do Ministério Público para combater casos de abusos sexuais contra crianças e adolescentes. Em seguida, uma nota-pé indica como a população pode denunciar. O VT PROBLEMA CORRESPONDÊNCIA também se aproxima do capital humano, porque mostra a situação dos moradores do Bairro Vila Kennedy, em Caruaru, que sofrem com a deficiência nos serviços dos Correios na localidade.

Ainda dentro desta temática, nesta edição do dia 14 de abril de 2010, o VT TÍTULO ELEITOR DETENTOS mostra que 12 mil detentos de Pernambuco terão direito a votar nas Eleições que ocorreriam em outubro. Em um dos trechos da reportagem, o encarcerado fala: “é uma demonstração da nossa cidadania, apesar de ser um detento”. Isso mostra que o telejornal tem o compromisso de não só noticiar o sistema carcerário quando ocorrem rebeliões ou fugas nas prisões. Ações de cidadania e de ressocialização também geram pauta para o programa, o que julgamos ter uma perspectiva de Desenvolvimento Local. Segundo Óbregon (2009), para a mudança social, a comunicação se torna um agente mobilizador e de *empowerment*. Citando um parecer realizado pela Fundação Rockefeller, de 2002, ele argumenta que a aproximação entre comunicação e mudança social tende a melhorar a vida de grupos marginalizados, seja no aspecto político ou econômico, tendo como parâmetro a participação ativa de todos. O Desenvolvimento Local, na visão de alguns autores (FRANCO, 2001; JARA, 2001; BUARQUE, 2002; MILANEZ, 2003), emerge como processo de mobilização de pessoas e instituições com o intuito de melhorar a qualidade de vida da população.

Pesquisas recentes (Andrade Neto, 2007; Freire, 2009; Gurgel, 2009; Mesquita, 2009) têm considerado a importância da comunicação como caminho para levar à opinião pública assuntos ligados às necessidades locais, modelos associativistas, condições naturais herdadas, que, de alguma forma, contribuem para a discussão sobre o Desenvolvimento Local. De acordo com o jornalista 07, a produção do conteúdo jornalístico da emissora contribui, sim, para o Desenvolvimento Local:

A gente sabe que faz parte disso no momento em que a gente evidencia algumas discussões, evidencia atividades, evidencia até mesmo a cobrança, aproxima enquanto um canal de reivindicação. A gente sabe que isso também, em vários aspectos, social, econômico, isso contribui para esse desenvolvimento até mesmo na consciência do telespectador. O telespectador são as pessoas que fazem o dia a dia das cidades e também nessa vertente a televisão também se posiciona (Jornalista 07 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Para o jornalista 05, ao cobrar do poder público, a televisão trabalha como instrumento de desenvolvimento. Assim ele se refere:

Eu acho que a gente está contribuindo na maneira que a gente cobra das autoridades que elas cumpram o que prometeram. A maneira que a gente divulga as festas populares, que a gente divulga o comércio, as oportunidades para o consumidor, a gente está contribuindo com isso. A gente está cobrando das pessoas o que elas prometeram e está disseminando informação, eu acho informação nunca é demais e nosso papel é esse (Jornalista 05 em entrevista concedida para esta pesquisa).

A temática saúde, dentro do capital humano, aparece na edição de 14 de abril de 2010 em uma reportagem sobre a alimentação adequada. A reportagem mostra que é necessário balancear os alimentos durante o dia, principalmente na hora do almoço para não provocar danos à saúde.

Por fim, observa-se a ocorrência do capital humano no VT CONSCIÊNCIA USO AGROTÓXICO, que encerra a edição de 14 de abril do TV Jornal Meio Dia. Com teor bastante educativo, a reportagem mostra que os agricultores devem estar atentos para o uso adequado do agrotóxico. O VT apresenta o que seria uma roupa ideal para aplicar o veneno e um agrônomo falando sobre os riscos que o uso inadequado de agrotóxicos pode levar à saúde.

Dando sequência à análise do TV Jornal Meio Dia, identificamos que a edição de 15 de abril de 2010 é composta por quatro VTs, duas notas cobertas, duas nota-pé, duas notas simples, uma nota viva, dois ao vivo e duas entrevistas de estúdio. Neste dia, observa-se a presença das seguintes matérias relacionadas aos capitais do Desenvolvimento Local, como mostra o quadro 9:

**Quadro 9:** Programa TV Jornal Meio Dia – Edição de 15 de abril de 2010

<b>Tipos de capital</b>	<b>Ocorrência</b>
Capital empresarial	VT PRODUÇÃO CONFEC. COPA COMENTÁRIO ECONOMISTA
Capital humano	VIVO H1N1 VIVO ZONA AZUL
Capital social	Não aparece nesta edição
Capital natural	Não aparece nesta edição

**Fonte:** Quadro construído a partir da coleta de dados (2010).

Dois dos quatro capitais relacionados ao Desenvolvimento Local, considerados nesta pesquisa, não foram contemplados na edição de 15 de abril de 2010. Esta edição, especificamente, teve um teor policial muito forte, apesar de este não ser o assunto principal do telejornal, pois a emissora exibe o programa Sem Meias Palavras, logo após o programa O Povo na TV, veiculado após o TV Jornal Meio Dia. De acordo com o jornalista 06, o telejornal tenta, diariamente, equilibrar conteúdos factuais e notícias de prestação de serviço:

É dividido, tanto o factual quanto a prestação de serviços, porque se a gente vê um factual muito forte, que vá chamar mesmo a atenção, a gente opta por abrir logo o jornal com ele e dar preferência. [...] Quando não é nesse caso, é mais a prestação de serviços, aquilo que é mais urgente para a população saber, coisa que pode ser no formato social, alguma coisa que vai acontecer daqui a um mês, a gente pode dar uma segurada e colocar na gaveta (Jornalista 06 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Esse processo de escolha, segundo este jornalista, tem a temporalidade como principal item para julgar o que será noticiado ou não no telejornal:

Um dos critérios é a questão da temporalidade. [...] Coisa que foi muito antiga a gente já descarta, é tipo notícia velha. A gente sabe que a informação é cada vez mais rápida, a gente coloca resgatando a notícia velha vai perder a oportunidade de dar as notícias mais atuais. Em segundo lugar, aquilo que é de interesse, não exatamente nessa ordem, mas uma segunda questão é aquilo que é de interesse pra população. Um suicídio, por exemplo, a gente não divulga por conta que a gente avalia o que é de interesse da população. Se achar que isso não vai influenciar na vida daquela pessoa então é melhor nem colocar (Jornalista 06 em entrevista concedida para esta pesquisa).

A partir do pensamento desse jornalista e utilizando os estudos de Wolf (1994), Mayo (2004) e Vizeu (2005a) – que creditam à mídia o papel de tradutora da realidade social, é possível inferir que o TV Jornal Meio Dia influencia na apreensão da realidade por parte dos telespectadores que, ora acompanham conteúdos violentos e factuais, ora assistem a conteúdos mais ligados ao teor comunitário. O jornalista 07 possui uma visão crítica sobre o papel que a televisão exerce na comunidade:

Às vezes a gente imagina que o interesse das pessoas é só aquele de ver o sangue, é ver a tragédia, não, a gente fala de interesse, interesse é uma palavra que traz junto pra si muitos significados, muitos sentidos, vários assuntos podem ser interessantes para as pessoas. A gente precisa e o jornalista tem que ter capacidade pra isso, ter exatamente a percepção, a sensibilidade de identificar o que pode causar exatamente essa atenção, chamar atenção do telespectador, qual a necessidade da informação que ele tem no dia a dia (Jornalista 07 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Na edição de 15 de abril de 2010, o capital empresarial aparece no VT PRODUÇÃO CONFEC. COPA, que mostra como está a produção de artigos no Polo de Confecções do Agreste para a Copa do Mundo. A reportagem apresenta dados sobre o setor e como um evento esportivo, apesar de ser realizado em outro continente, influencia nas vendas da região. Para aprofundar a compreensão sobre o assunto, o telejornal traz o comentário do economista Robson Góis<sup>34</sup>, que fala sobre as possibilidades de empregos temporários e os reflexos na economia.

No eixo do capital humano, o telejornal aborda em uma entrevista ao vivo, através de um *link*, como estão as ações em Caruaru para intensificar a vacinação contra a gripe H1N1. A entrevista é feita com a diretora de Vigilância à Saúde da Secretaria de Saúde de Caruaru, Nara Sarayva, que faz um apelo às gestantes para que recebam a dose da vacina. Encerrando a edição deste dia, o TV Jornal Meio Dia traz outro *link*, desta vez sobre a instalação da Zona Azul em Caruaru, que trará a modernização no trânsito da cidade. A entrevista é feita com o presidente da Autarquia Municipal de Defesa Social, Trânsito e Transporte de Caruaru (Destra), coronel Clóvis Cavalieri. Ele explica como será o processo de adaptação dos motoristas na cidade e como será a fiscalização para acompanhar a novidade.

A tabela 3, a seguir, traz os dados estatísticos da ocorrência dos capitais relacionados ao Desenvolvimento Local durante o período analisado, no TV Jornal Meio Dia:

**Tabela 3:** Temas relacionados ao Desenvolvimento Local no TV Jornal Meio Dia

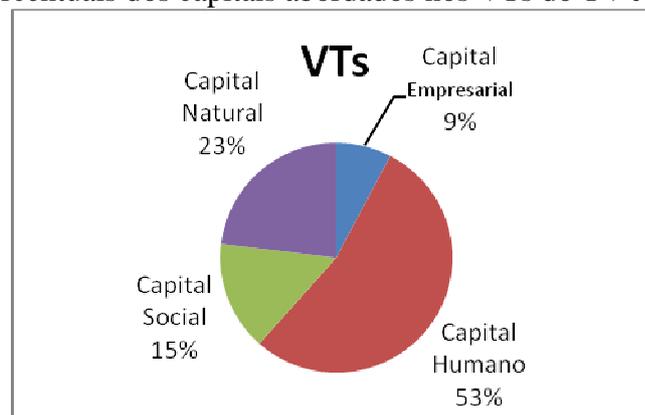
<b>Formatos jornalísticos televisivos</b> (exibidos no período de 12 a 15 de abril de 2010 no TV Jornal Meio Dia)	<b>Quantidade geral</b>	<b>Quantidade relacionada ao Desenvolvimento Local</b>	<b>Percentual</b>
VT	22	13	59,09%
<i>Stand-up</i>	01	01	100%
Nota simples (incluindo nota-pé)	14	05	35,71%
Nota coberta	04	0	0
<i>Link</i>	05	02	40%
Estúdio	03	01	33,33%
Áudio-tape	-	-	-

**Fonte:** Tabela construída a partir da coleta de dados (2010).

<sup>34</sup> A participação do comentarista é esporádica e varia de acordo com o assunto que o telejornal trará durante a semana. Em média, o economista aparece uma vez por semana.

No período analisado, contemplando quatro edições, dos 49 conteúdos do telejornal, 22 estavam ligados ao Desenvolvimento Local. Dentro desses temas, buscamos as ocorrências dos capitais empresarial, humano, social e natural. Os gráficos abaixo descrevem de que forma esses conteúdos foram apresentados aos telespectadores:

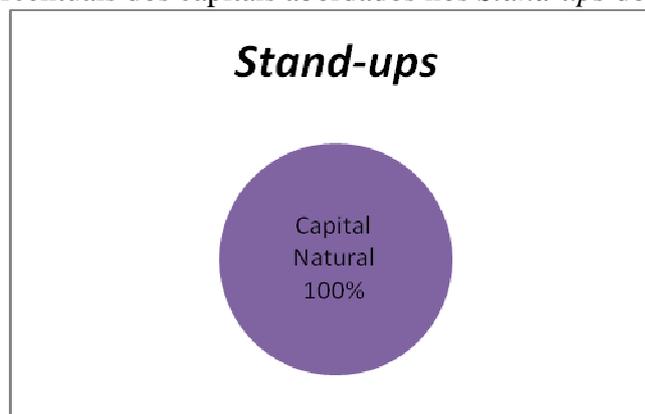
**Gráfico 7:** Percentuais dos capitais abordados nos VTs do TV Jornal Meio Dia



**Fonte:** Gráfico construído a partir da coleta de dados (2010).

Dos 13 VTs relacionados ao Desenvolvimento Local exibidos no TV Jornal Meio Dia no período analisado, 7 destacaram temas do capital humano (53%), 3 abordaram temas ligados ao capital natural (23%), 2 tiveram como foco o capital social (15%) e apenas 1 destacou assunto ligado ao capital empresarial (9%). Na semana analisada, apenas um *stand-up* abordou tema ligado ao Desenvolvimento Local, especificamente, o capital natural, como mostra o gráfico 8.

**Gráfico 8:** Percentuais dos capitais abordados nos *Stand-ups* do TV Jornal Meio Dia

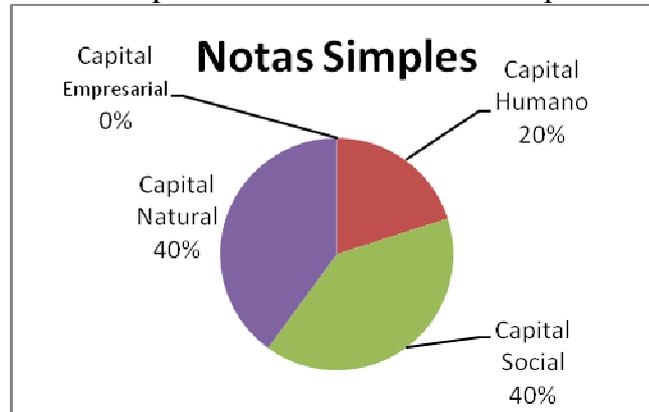


**Fonte:** Gráfico construído a partir da coleta de dados (2010).

No período analisado, foram exibidas 14 notas, das quais 5 destacaram temas ligados ao Desenvolvimento Local. Dessas 5, o capital social foi tema de 2 (40%), assim como o

capital natural (40%). Já o capital humano foi destacada em uma nota (20%) e o capital empresarial não apareceu nas quatro edições, conforme assinala o gráfico 9.

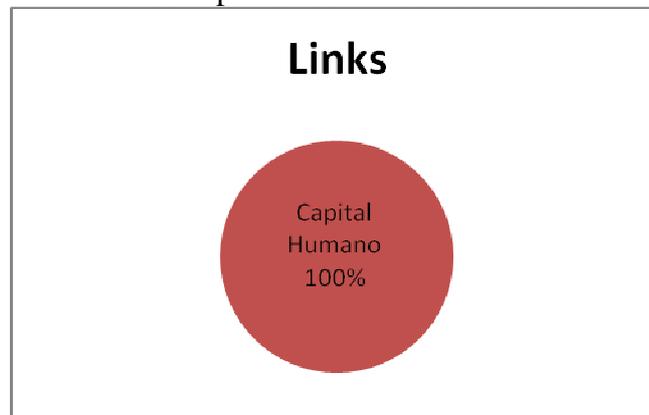
**Gráfico 9:** Percentuais dos capitais abordados nas notas simples do TV Jornal Meio Dia



**Fonte:** Gráfico construído a partir da coleta de dados (2010).

Por fim, o capital humano foi o único destaque nos dois *links* exibidos nas quatro edições analisados do TV Jornal Meio Dia. Já o capital empresarial foi o único que motivou estúdio (apenas um no período) do telejornal em questão, conforme pode ser visto nos gráficos 10 e 11.

**Gráfico 10:** Percentuais dos capitais abordados nos *links* do TV Jornal Meio Dia



**Fonte:** Gráfico construído a partir da coleta de dados (2010).

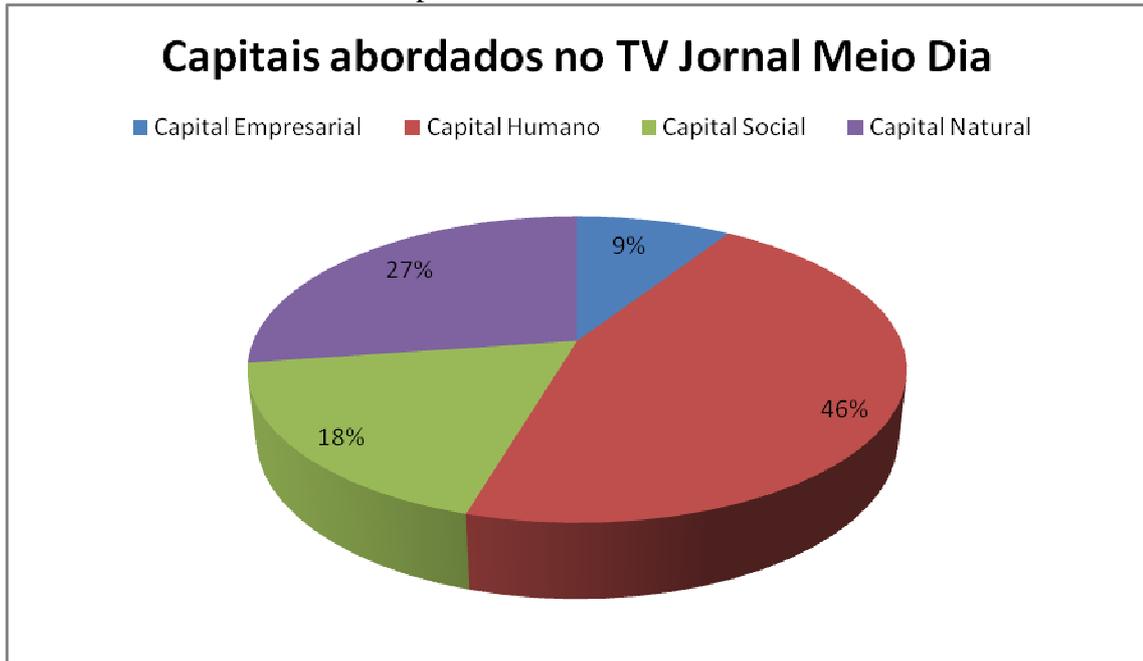
**Gráfico 11:** Percentuais dos capitais abordados nos estúdios do TV Jornal Meio Dia



**Fonte:** Gráfico construído a partir da coleta de dados (2010).

Assim como fizemos no ABTV 1ª edição, buscamos, dentro desses temas, as ocorrências dos quatro tipos de capitais considerados como categorias por esta pesquisa: empresarial, humano, social e natural. O gráfico 12 apresenta os percentuais dos capitais que tiveram maior visibilidade durante o período observado (consideramos todos os tipos de conteúdos jornalísticos – VT, *stand-up*, notas, *links*, etc).

**Gráfico 12:** Capitais abordados no TV Jornal Meio Dia



**Fonte:** Gráfico construído a partir da coleta de dados (2010).

O capital humano foi o tema que mais apareceu, nas quatro edições analisadas, no TV Jornal Meio Dia. Mesmo a TV Jornal Caruaru possuindo um programa específico voltado à comunidade, o Programa O Povo na TV (exibido de segunda a sexta-feira logo após o TV Jornal Meio Dia), os temas correlacionados ao capital humano aparecem em grande parte dos conteúdos do telejornal, confirmando aquilo em que acreditam os jornalistas como função do TV Jornal Meio Dia: prestar serviço à comunidade. Porém, essa constatação faz emergir um questionamento: até que ponto essas abordagens têm contribuído para a perspectiva do Desenvolvimento Local? Acreditamos que, de alguma forma, a exposição dos conteúdos leva informação à comunidade, mas a ausência de aprofundamento de determinados temas e a publicação recorrente do factual – sem buscar explicações melhores sobre o assunto minimizam a contribuição da televisão (especificamente, as emissoras analisadas) para o Desenvolvimento Local.

O capital natural aparece em 27% dos conteúdos jornalísticos exibidos no telejornal. Já o capital social está presente em 18% dos conteúdos e, na maioria das vezes, se resume a pequenas notas sobre greves ou paralisações de categorias, o que denota que o telejornal parece deixar de lado notícias sobre os níveis de organização da sociedade e de que forma esses movimentos contribuem para a comunidade. O capital empresarial, considerado por Franco (2000) como chave para o desenvolvimento local, como já observamos anteriormente, assim como também ocorreu na TV Asa Branca, foi o menos abordado durante o período analisado, constatando que as emissoras têm deixado uma lacuna quanto à publicação de reportagens relacionadas à cadeia produtiva da região.

O TV Jornal Meio Dia apresenta conteúdos essencialmente voltados para noticiar os principais assuntos do dia e, muitas vezes, notícias relacionadas ao Desenvolvimento Local acabam ficando em segundo plano, por esse caráter factual que o telejornal possui. Porém, durante o período analisado, foi possível detectar reportagens que tinham como foco a prestação de serviços, levando informação sobre assuntos importante do cotidiano dos telespectadores.

No que se refere à compreensão dos jornalistas responsáveis pela produção de conteúdo do telejornal – seja na gerência, seja na produção ou na apresentação – de sua própria prática, eles têm consciência de que seus conhecimentos sobre determinados assuntos influenciam na escolha das pautas. Sobre isso, diz o jornalista 05:

Cada um tem um ponto de vista. Eu tenho um ponto de vista, eu acho que um tema poderia ser abordado com mais intensidade e o chefe de reportagem acha que não, mas não é a minha palavra que prevalece. O grupo da gente é heterogêneo, na melhor forma de dizer a palavra, e isso faz com que a gente se dê muito bem assim. Eu influencio sim, porque alguém tem que dar o norte, em alguma decisão aqui dentro eu tenho que dar o norte. Todos os dias têm reuniões, há três reuniões por dia, e nas três a gente participa e discute (Jornalista 05 em entrevista concedida para esta pesquisa).

O jornalista 07 acrescenta:

Nós, enquanto jornalistas, precisamos ter uma visão muito ampla dos assuntos, a gente cobre aquela atividade do prefeito, da gestão pública, da medicina, enfim, a gente lida com uma diversidade de assuntos muito grande. Então o que a gente precisa buscar de fato é a informação, é estar atualizado ao máximo com aquelas coisas que são frequentes no seu dia a dia. A gente precisa ter a maturidade – e isso é uma luta diária – pra que isso aconteça, que a gente tenha a condição, a sensibilidade – acima de tudo e isso advêm de muita prática, pra saber selecionar esses assuntos (Jornalista 07 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Esses depoimentos ratificam a compreensão de que os jornalistas poderiam pautar com mais frequência assuntos relacionados ao Desenvolvimento Local se conhecessem acepção mais apropriada sobre esse conceito e se tivessem uma percepção mais crítica da realidade, tal como foi observado da TV Asa Branca, no item 3.1. O pouco tempo de produção, o ritmo veloz e a própria característica do veículo TV, mais uma vez, aparecem como empecilhos para essa nova perspectiva de produção jornalística. Alguns profissionais que trabalham na TV Jornal Caruaru, por sua vez, apresentam conceitos sobre o Desenvolvimento Local próximos do que se encontra na literatura da área, como o jornalista 07. Quando perguntado sobre o que é Desenvolvimento Local, ele responde:

A televisão em si contribui de uma maneira ou outra na formação, ela mobiliza a sociedade no sentido de conscientização, tanto pra o fato de acompanhar, fiscalizar os assuntos da população e eu acredito que, dentro disso, o resultado disso é exatamente o desenvolvimento de ideias, do sentido de formação social, do sentido de evidenciar as necessidades que uma cidade ou município tenha, e aí, através de nós, a população possa cobrar (Jornalista 07 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Na visão do jornalista 05, Desenvolvimento Local é “A preocupação não só do poder público, mas da sociedade como um todo, em desenvolver as potencialidades do município, a potencial turístico, o comércio, então essas reuniões pra desenvolver as cidades nesses meios” (Jornalista 05 em entrevista concedida para esta pesquisa). Já o jornalista 06 acredita que esse tipo de desenvolvimento “É a cidade se desenvolver economicamente nas diversas áreas sem depender de outros fatores de fora, de estado, de governo federal” (Jornalista 06 em entrevista concedida para esta pesquisa). Para a jornalista 08, o Desenvolvimento Local engloba várias áreas do convívio social:

Eu acho que é mais a expansão [...] da região da gente e até mesmo da educação das próprias pessoas, que essa informação chegue de forma coerente, que possam entender mais, possam brigar mais pelos direitos do que pelos deveres, que acho que, conseqüentemente, vem também a questão do desenvolvimento (Jornalista 08 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Apesar de essas visões parecerem superficiais quanto ao conceito de Desenvolvimento Local considerado por esta pesquisa, pois adotamos a visão de Franco de que o Desenvolvimento é um movimento sinérgico, que não se resume a crescimento (FRANCO, 2002), os jornalistas responsáveis pelo TV Jornal Meio Dia acreditam que a emissora onde

trabalham contribui para o desenvolvimento da região, assim como também o julgaram os profissionais da TV Asa Branca. O jornalista 05 questiona a função da televisão enquanto meio público:

A TV é uma concessão pública e um veículo de informação. Então qual o nosso papel aqui dentro: primeiro é cobrar do poder público o seu papel. Qual o papel do poder público? É calçar rua, então vamos cobrar por que não calçou aquela rua, se está havendo algum desvio a gente vai aprofundar a discussão. Quando tem tragédias enormes aí entra o nosso papel, quando tem festas populares, a gente cobre divulgando aquilo ali. De certa forma a gente está contribuindo, está levando pra o maior número de pessoas aquelas oportunidades pra cidade. O papel nosso é esse (Jornalista 05 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Para o jornalista 07, a função da televisão ultrapassa a mera transmissão de notícias e corrobora para que os telespectadores possam ter uma compreensão melhor sobre o mundo:

Quando eu penso num veículo de comunicação, eu penso, acima de tudo, que ele é a imagem amplificada da comunidade, da população em geral, não comunidade de produção jornalística de comunidade, das pessoas. Eu penso um veículo de comunicação nesse sentido: ele dá cara, ele dá voz, pode até parecer um clichê, mas não é exclusivamente uma frase de efeito. É na verdade uma atribuição, uma competência, até uma responsabilidade do veículo de comunicação (Jornalista 07 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Essa linha de pensamento indicada pelo jornalista 07 vai ao encontro da visão de Vizeu (2005a), que considera que os noticiários televisivos têm papel importante na imagem que as pessoas constroem da realidade social. Já na opinião do jornalista 06, a TV Jornal Caruaru contribui para o desenvolvimento da região na medida em que cobra ações do poder público.

Creio que sim, mostrando ao poder público onde é que ele precisa melhorar, que áreas é que está errado, onde é que deve haver um acerto, cobrando do poder público, ele vai atender o que a gente espera, que tome iniciativa de consertar aquele problema, divulgando também a cidade, a região, pra o Estado, pra o país ou até fonte internacional, ou pelo o mundo pela internet o que é que tem de bom por aqui, a produção cultural, a força da economia, através disso, o povo até diz que a gente é o quarto poder, quando a gente mostra então a força é grande (Jornalista 06 em entrevista concedida para esta pesquisa).

Esta análise do ABTV 1ª edição, da TV Asa Branca, e do TV Jornal Meio Dia, da TV Jornal, nos possibilita inferir que as duas emissoras abordam, dentro dos seus conteúdos noticiosos diários, assuntos relacionados aos principais capitais que compõem o Desenvolvimento Local. Porém, não se pode acreditar que esses registros se dão meramente pela preocupação que as duas televisões têm com a comunidade, pois sabemos que a mídia se move atualmente muito mais por uma dinâmica mercadológica do que por uma motivação ideológica. As emissoras vivem em constante disputa pela liderança na audiência e temáticas como comunidade, saúde e educação vêm, nos últimos anos, ganhando espaço por serem consideradas *atrativos* para a audiência, pois esses assuntos têm raízes no jornalismo local. De acordo com Peruzzo (2005), esse tipo de jornalismo retrata a realidade local ou regional a partir da informação de proximidade, mostrando o cotidiano dos moradores e as dificuldades por eles enfrentadas.

Na TV Asa Branca, credita-se à criação do Quadro Cidade Real – que, como foi possível perceber na análise, é um dos principais responsáveis pela ocorrência de temáticas relacionadas ao Desenvolvimento Local no programa – como a razão para a volta da emissora a ter bons índices na audiência, que tinha caído categoricamente depois da chegada da TV Jornal Caruaru, em 2006. Já na TV Jornal Caruaru, o próprio perfil do TV Jornal Meio Dia, de ser um resumo das principais notícias do dia, acaba afastando o telejornal de uma abordagem mais frequente e, talvez, mais aprofundada sobre os assuntos ligados ao Desenvolvimento Local.

Nas duas emissoras, existe a interferência dos jornalistas nas escolhas dos conteúdos. Por isso, inferimos que esses profissionais, caso tivessem uma percepção melhor sobre o Desenvolvimento Local, poderiam ajudar a construir uma nova forma de compreender a realidade, ajudando o telespectador a ser mais crítico e reflexivo.

## Conclusão

Este estudo teve como objetivo analisar o telejornalismo da TV Asa Branca e da TV Jornal, do município de Caruaru, Pernambuco, no que se refere à abordagem de temas relacionados ao Desenvolvimento Local. Buscamos analisar o papel dos jornalistas que trabalham nessas emissoras na definição das pautas e nas escolhas das matérias que são veiculadas nessas televisões locais, compreendendo de que forma essa mídia contribui para levar à audiência assuntos ligados ao Desenvolvimento Local.

Os telejornais analisados foram os programas TV Jornal Meio Dia e ABTV 1ª Edição, que são exibidos na faixa horária do meio-dia (na TV Jornal, das 11h55 às 12h20, e na TV Asa Branca, das 12h às 12h40). A abrangência das emissoras chega a 5 milhões de pessoas no interior de Pernambuco, denotando a importância que elas possuem na divulgação de notícias para a comunidade, principalmente por serem caracterizadas como veículos regionais e que se baseiam na informação de proximidade.

Observamos, em uma amostra de nove programas (sendo cinco da TV Asa Branca e quatro da TV Jornal), as ocorrências de conteúdos jornalísticos (incluindo VT, notas, *stand-ups*, *links*, etc.) tratando sobre assuntos relacionados ao Desenvolvimento Local, através de alguns dos capitais considerados por Franco (2000), Jara (2001) e Kliksberg (2002), como propulsores deste tipo de desenvolvimento: o capital empresarial (analisando a ocorrência de reportagens sobre atividades que geram negócio, atividades produtivas agrícolas e não agrícolas), o capital humano (buscando observar reportagens sobre saúde, alimentação, lazer, cultura, educação, meio rural), o capital social (verificando a ocorrência de reportagens sobre associativismo, cooperativismo, economia solidária, mobilização social) e o capital natural (analisando a ocorrência de reportagens tendo como foco o meio ambiente).

A análise mostrou que os dois telejornais dedicaram, no período em questão, em média, 50% do seu tempo a temas relacionados ao Desenvolvimento Local, com a exibição de reportagens com vários assuntos como comunidade, saúde, educação, meio rural e cultura. Na emissora TV Asa Branca, o ABTV 1ª edição dedica grande espaço a temas ligados ao capital humano e a razão disto parece estar ligada à criação do quadro Cidade Real, que visita comunidades para mostrar os principais problemas encontrados pelos moradores. Faz-se necessário destacar que, nos últimos anos, a emissora vinha perdendo espaço na audiência em função do surgimento da TV Jornal Caruaru, cuja característica mais marcante é a prestação de serviços e, para disputar com mais força os pontos do Ibope, a TV Asa Branca mudou o perfil de alguns programas, incluindo o ABTV 1ª edição, passando a incluir no noticiário mais

informações de cunho comunitário. Nessa concorrência de audiência, é possível inferir que os telespectadores acabaram ganhando mais destaque em termos de conteúdos, porque os telejornais abordam temas de interesse das comunidades onde os mesmos estão inseridos.

De acordo com Traquina (2004), a mídia se mantém alicerçada em dois polos: o econômico e o ideológico, conforme foi descrito no capítulo 1 deste trabalho. O polo econômico dá ênfase à notícia como negócio e a informação como mercadoria, constatando que, mesmo sendo uma concessão pública, os veículos de comunicação se movem como empresas e, portanto, visam ao lucro para se manter em funcionamento. Na visão de Marcondes Filho (2009), o dia a dia jornalístico hoje é movimentado pela explosão tecnológica, que, ao mesmo tempo em que facilitou o acesso às informações em escala mundial, também reduziu o tempo de reflexão para a escolha e produção das notícias. Essa falta de aprofundamento pôde ser constatada em muitas das reportagens exibidas durante a semana analisada do ABTV 1ª edição, da TV Asa Branca, como, por exemplo, na notícia divulgada sobre a inauguração das instalações da Associação Comercial e Empresarial de Caruaru (Acic), tema este relacionado ao capital social, considerado como instrumento de desenvolvimento econômico e social (KLIKSBERG, 2002).

Características semelhantes foram identificadas no programa TV Jornal Meio Dia, da TV Jornal Caruaru. Esse telejornal, durante as quatro edições analisadas, dedicou 44% de seu tempo para assuntos relacionados aos capitais considerados como categorias por esta pesquisa. Em alguns momentos, como na exibição de uma reportagem sobre a perda da safra de milho em Serra Velha, zona rural de Caruaru, o TV Jornal Meio Dia reforçou o formato mais comum de notícias relacionadas ao meio rural: limitar-se às plantações ou temas correlatos, rechaçando as teorias atuais sobre o rural – entre elas, as novas ruralidades – que já comprovaram que o campo não se compõe apenas das atividades agrícolas. Esse formato de abordagem também foi encontrado no telejornal ABTV 1ª edição, da TV Asa Branca, cuja edição de 14 de abril de 2010 tratou sobre a situação da zona rural caruaruense com a escassez de chuvas. O chão rachado e o agricultor falando dos prejuízos reforçam as imagens *caricaturadas* do rural, aspecto que, de alguma maneira, impede que a televisão – e os telejornais, em particular – deixe de apresentar os aspectos das novas ruralidades.

Sabemos que o veículo televisão, por sua própria natureza, é um pouco limitada para o aprofundamento das mensagens, porém, acreditamos que, muitas vezes, essa falta de conhecimento mais específico sobre determinados temas – o que poderia resultar em reportagens mais ricas em detalhes – surge por parte dos próprios profissionais responsáveis pelos programas. Durante esta pesquisa, observamos que os jornalistas das duas emissoras –

TV Asa Branca e TV Jornal – dão variados sentidos à noção de Desenvolvimento Local, muitos dos quais relacionados ao crescimento econômico.

Em contrapartida, os jornalistas entrevistados foram unânimes em ressaltar que as televisões contribuem positivamente para o desenvolvimento da região. Isso ocorre das maneiras mais distintas possíveis: exibindo reportagens de prestação de serviço, levando informação diária para as dezenas de cidades da área de cobertura da emissora, ao cobrar das autoridades, ao dar voz e vez aos telespectadores ou até mesmo por ser uma empresa e gerar empregos. Dessa forma, podemos inferir que existe uma lacuna na formação acadêmica dos jornalistas, pois grande parte dos cursos de jornalismo parece não ter incluído na grade curricular disciplinas que ajudem a compreender melhor o que é desenvolvimento e sua relação com a comunicação.

Acreditamos que esse tipo de debate seria útil para estimular o jornalista a pensar além do factual, buscando as razões para as condições de vida precárias encontradas em dezenas de cidades brasileiras. Tomando como referência a Teoria do *Newsmaking* (Wolf, 2001; Traquina, 2004; Pena, 2006), são os jornalistas os responsáveis por escolherem aquilo que se tornará notícia. Essa ideia contribui para inferirmos que o pouco conhecimento que esses profissionais possuem sobre o Desenvolvimento Local e os capitais a ele relacionados, como constatado durante as entrevistas realizadas com os jornalistas responsáveis pelos dois telejornais das emissoras, acabam minimizando os efeitos que os programas analisados poderiam ter na utilização da comunicação como instrumento de Desenvolvimento Local.

Consideramos conveniente nos reportar ao outro polo que sustenta a mídia identificado por Traquina (2004): o polo ideológico, que considera as notícias como um serviço público. Essas lentes teóricas nos ajudam a acreditar que os veículos de comunicação, mesmo imbuídos por motivações mercadológicas, podem sim servirem como instrumento de mudança, na medida em que dá voz aos telespectadores e noticiam as necessidades por eles enfrentadas no seu cotidiano, sempre trabalhando em função da melhoria da qualidade de vida da população.

Alguns resultados de estudos recentes que aproximam comunicação, jornalismo e Desenvolvimento Local (ANDRADE NETO, 2007; FREIRE, 2009; GURGEL, 2009; MESQUITA, 2009) dão sinais que, no campo da Extensão Rural/ Comunicação Rural, a comunicação tem desempenhado papel importante na promoção do Desenvolvimento Local. As preocupações com o Desenvolvimento Local são recentes e ainda estão em processo, pois essa temática só veio ganhar destaque no fim dos anos 1980 no Brasil, quando alguns teóricos começaram a questionar os padrões de desenvolvimento do país. Já a relação entre

comunicação e Desenvolvimento Local só começou a ser traçada em 1995 (TAUK SANTOS; CALLOU, 1995), ou seja, o campo ainda precisa de outras contribuições – até mesmo de outras áreas – que auxiliem a reavaliar o papel da mídia para o Desenvolvimento Local.

Para este estudo, também levamos em consideração as características das duas emissoras enquanto televisões regionais, que possuem peculiaridades deste tipo de veículo, como dar ênfase à cidade-sede das TVs – Caruaru – e basearem-se na informação de proximidade. O ABTV 1ª edição e o TV Jornal Meio disputam a faixa horária considerada como uma das mais importantes na grade de programação – o meio-dia – e, juntos, travam disputas diárias na guerra da audiência.

Esse trabalho pretende contribuir para o aperfeiçoamento teórico em torno da Extensão Rural/Comunicação Rural, pois o Desenvolvimento Local é tido como alternativa ao enfrentamento dos processos de exclusão social do meio rural. Sabe-se que o meio rural hoje não se limita apenas às atividades agrícolas, mas incorpora atividades não agrícolas, como o turismo, o artesanato, os serviços, por exemplo, e se coloca como partícipe dos processos de Desenvolvimento Local. A partir deste estudo, espera-se contribuir ainda para o ensino da Comunicação, principalmente voltada às questões do meio rural, no qual estamos envolvidos.

## Referências

AMORIM, Ceci do Eirado. *Comunicação rural e turismo rural na imprensa de Pernambuco – 1993-2001*. Dissertação (Mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural). Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2002.

ANDRADE NETO, Austriclínio Bezerra de. *Estratégias de comunicação para o desenvolvimento local: a experiência do programa de combate à pobreza rural em Pernambuco*. 2007. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local). Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2007.

ANTONIK, Luis Roberto. *Radiodifusão: uma abordagem numérica*. Biblioteca Abert. <[http://www.abert.org.br:8080/abert/sites/default/files/pdf/Radiodifusao\\_abordagem.pdf](http://www.abert.org.br:8080/abert/sites/default/files/pdf/Radiodifusao_abordagem.pdf)> Acesso em: 3 jun. 2010.

BACEGGA, Maria Aparecida. *Comunicação/Educação: aproximações*. In BUCCI, Eugênio (org.) *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de telejornalismo*. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

BAZI, Rogério. *TV Regional: trajetória e perspectivas*. Campinas: Alínea, 2001.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

BOURDIEU, Pierre. *Poder, derechos y clases sociales*. Bilbao: Desclée de Brouwer, 2000.

BROSE, Markus. *Participação na extensão rural: experiências inovadoras de desenvolvimento local*. Porto Alegre: Tomo editorial, 2004. (p. 7 a 19)

BUARQUE, Sérgio C. *Construindo o desenvolvimento local sustentável: metodologia de planejamento*. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

BUCCI, Eugênio (org.) *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

CABRAL, Eula Dantas Taveira. *A regionalização da mídia brasileira*. São Leopoldo: UNirevista, vol. 1, n. 3 (julho/2006). Disponível em: <[http://www.unirevista.unisinos.br/\\_pdf/UNIrev\\_Taveira.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Taveira.PDF)> Acesso em: 02 dez. 2010

CALLOU, Angelo Brás Fernandes. *Estratégias de comunicação em contextos populares: implicações contemporâneas no desenvolvimento local sustentável*. In: CIMADEVILLA, G. (Comp.). *Comunicação, tecnologia e desenvolvimento: debates atuais*. Rio Cuarto: Córdoba, 2004.

CALLOU, Angelo Brás Fernandes. *Extensão rural: polissemia e memória*. Recife: Bagaço, 2007.

CALLOU, Angelo Brás Fernandes; BRAGA, Brenda. Estratégias de comunicação para o desenvolvimento local: uma experiência governamental em Pernambuco, Brasil. *Revista UniRcoop*, Universidade de Sherbrooke, v. 3, n. 1, 177-191 set. 2005.

CAMPONEZ, Carlos. *Jornalismo de proximidade*. Coimbra: Minerva Coimbra, 2002.

COUTINHO, Iluska. Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento. In VIZEU, Alfredo (org.). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

COLEMAN, James S. *Capital social y creación de capital humano*. In HERREROS, Francisco; FRANCISCO, Andrés de (comps.). *Capital Social*. Zona Abierta, 2001.

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

DIJK, Teun A. La notícia como discurso – comprensión, estrutura y producción de La información. Barcelona, Buenos-Aires, México, Paidós. Col. Paidós Comunicación, 1996. apud CAMPONEZ, Carlos. *Jornalismo de proximidade*. Coimbra: Minerva Coimbra, 2002.

DORNELAS, Ana Luiza. Liderança na hora do almoço. *JC Agreste*, Caruaru, 6 jul. 2008.

FRANCO, Augusto de. *Capital social: leituras de Tocqueville, Jacobs, Putnam, Fukuyama, Maturana, Castells e Levy*. Brasília: Instituto de Política, 2001.

FRANCO, Augusto de. *Pobreza e desenvolvimento local*. Brasília: ARCA Sociedade do Conhecimento, 2002.

FRANCO, Augusto de. *Porque precisamos de desenvolvimento local integrado e sustentável*. 2. ed. Brasília: Instituto de Política, 2000.

FREIRE, Adriana do Amaral. *Rádio Mulher e desenvolvimento local: a recepção do Programa Rádio Mulher pelas mulheres da comunidade do Pirapama-PE*. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local). Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2009.

GOMES, Itania Maria Mota. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. *E-Compos*, Brasília, vol. 8, abr. 2007.

GURGEL, Washington. *Rádio comunitária, extensão pesqueira e desenvolvimento local: a recepção da emissora Boca da Ilha por pescadores e pescadoras da Ilha de Deus - Recife / PE*. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local). Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2009.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HARVEY, David. *A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Edições Loyola, 1989. (p. 257- 276)

IGNACIO, Ana. Folia todo dia. *Caderno de Mídia*, São Paulo, ano 2, n. 16, p. 5- 9, ago. 2010. Suplemento integrante da Revista Imprensa n. 259, ago. 2010.

JARA, Carlos Julio. *As dimensões intangíveis do desenvolvimento sustentável*. Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), 2001. p.99-121.

JESUS, Paulo de. Desenvolvimento local. In: CATTANI, Antonio David (Org.). *A outra economia*. Porto Alegre: Veraz Editores, 2003. p. 72-75.

KLIKSBURG, Bernardo. *Capital social e cultura: as chaves esquecidas do desenvolvimento*. Brasília, PREAL (Programa de promoção da reforma educativa na América Latina e Caribe), 2002.

KUNCZIK, Michael. *Conceitos de jornalismo: norte e sul: manual de comunicação*. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

MANZANO, Rodrigo. Ventos do sul. *Revista Imprensa*, São Paulo, ano 23, n. 258, p. 22-27, jul. 2010.

MARCONDES FILHO, Ciro. *O capital da notícia*. São Paulo: Ática, 1988.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Para entender a comunicação: contratos antecipados com a Nova Teoria*. São Paulo: Paulus, 2008.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria*. São Paulo: Paulus, 2009 a

MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões*. São Paulo: Paulus, 2009 b

MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão*. São Paulo: Scipione, 1994.

MARTHE, Marcelo. Como o Brasil vê televisão. *Revista Veja*, São Paulo, ano 42, n. 31, p. 144-151, ago. 2009.

MAYO, E. C. *La producción mediática de la realidad*. Madrid: Laberinto, 2004. p. 7-54.

MEDINA, Cremilda de Araújo. *Notícia produto à venda*. São Paulo: Summus, 1988.

MESQUITA, Giovana. *Jornalismo e desenvolvimento local: análise do Jornal do Commercio Agreste, Pernambuco*. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, 2009.

MILANEZ, Francisco. Desenvolvimento sustentável. In: CATTANI, Antonio David (Org.). *A outra economia*. Porto Alegre: Veraz Editores, 2003. p.76-84.

ÓBREGON, Rafael. *Comunicação, desenvolvimento e mudança social*. Portal de Comunicacion, 2009. Disponível em:  
<[http://www.portalcomunicacion.com/por/all.asp?id\\_llico=49](http://www.portalcomunicacion.com/por/all.asp?id_llico=49)>. Acesso em: 10 jun. 2009.

ORTIZ, Renato. Um outro território. In: BOLAÑO, César R. S. (org.). *Globalização e regionalização das comunicações*. São Paulo: EDUC/Editora da UFS/INTERCOM, 1999, p. 51-72.

PATERNOSTRO, Vera Íris. *O texto na TV: manual de telejornalismo*. 15 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

PENA, Felipe. *Teoria do jornalismo*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

PERUZZO, Cicília M. K. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a.26, n. 43, p. 67-84, 1. sem. 2005.

\_\_\_\_\_. Mídia local, uma mídia de proximidade. *Comunicação: Veredas*. São Paulo: Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UNIMAR, a. 2, n. 2, p.65-89, nov. 2003.

PRADO, Flávio. *Ponto eletrônico*. São Paulo: Editora Limiar, 1996.

PRIOLLI, Gabriel. Antenas da brasilidade. In BUCCI, Eugênio (org.) *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

PUTNAM, Robert D. La comunidad próspera. El capital social y la vida pública. In: HERREROS, Francisco; FRANCISCO, Andrés de (Comps.). *Capital social*. Zona Abierta, 2001.

RAIMUNDO, Orlando. A linguagem dos jornalistas – manual de escrita jornalística. Ericeira, O Acontecimento, s. d. apud CAMPONEZ, Carlos. *Jornalismo de proximidade*. Coimbra: Minerva Coimbra, 2002.

RAMONET, Ignacio. *A tirania da comunicação*. Trad. Lúcia Mathilde Endlich Orth. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

ROSSI, Clóvis. *O que é jornalismo*. 10. ed. São Paulo: Brasiliense, 2007.

SANTANA, Jorge José Barros. *Meio século: televisão pernambucana*. Recife: Ed. Do autor, 2010.

SERVA, Leão. *Jornalismo e desinformação*. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 2001.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Muito além do jardim botânico*. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, Edna de Mello. *Propostas metodológicas para análise de telejornais*. Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, setembro 2009.

SILVA, Robson Bastos da. Limites e possibilidades da TV regional. In MARQUES DE MELO, J.; SOUSA, Cidoval Moraes de; GOBBI, Maria Cristina. (Orgs.). *Regionalização*

*mediática: estudos sobre comunicação e desenvolvimento regional*. Rio de Janeiro: Sotese, 2006

SIMÕES, Cassiano Ferreira. Televisão regional e globalização. In SOUSA, Cidoval Morais. (org.) *Televisão regional, globalização e cidadania*. Rio de Janeiro: Sotese, 2006.

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

SOUSA, Cidoval Morais. A notícia, o público e a televisão regional. In SOUSA, Cidoval Morais. (org.) *Televisão Regional, globalização e cidadania*. Rio de Janeiro: Sotese, 2006.

SOUZA, Rosângela Araújo de, MOTA, Iraê Pereira. Possibilidades de rotinas produtivas: a experiência do quadro Cidade Real, da TV Asa Branca, em Caruaru-PE. In CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 12, 2010, Campina Grande. *Anais...* São Paulo: Intercom. 1 CD-ROM.

TAUK SANTOS, Maria Sallet. Comunicação rural – velho objeto, nova abordagem: mediação, reconversão cultural, desenvolvimento local. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FRAU-MEIGS, Divina; TAUK SANTOS, Maria Sallet (Org.). *Comunicação e informação: identidades e fronteiras*. São Paulo: Intercom; Recife: Bagaço, 2000. p. 291-301.

TAUK SANTOS, Maria Sallet; CALLOU, Angelo Brás Fernandes. Os desafios da comunicação rural em tempo de desenvolvimento local. *Signo*. Revista de Comunicação Integrada. João Pessoa, PB. v. 2. n.3. 1995.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. v. 1. Florianópolis: Insular, 2004.

VASCONCELOS, Kelly Samá Lopes de; FERREIRA, Monaliza de Oliveira. Caracterização da economia informal no Pólo de Confecções do Agreste Pernambucano. In: 48º CONGRESSO SOBER – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 7., 2010, Mato Grosso do Sul. Disponível em <<http://www.sober.org.br/palestra/15/875.pdf>> Acesso em: 02 dez. 2010

VEIGA, José Eli de. *Do global ao local*. Campinas, SP: Armazém do Ipê (Autores Associados), 2005.

VIZEU, Alfredo, CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In VIZEU, Alfredo (org.) *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

VIZEU, Alfredo. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. 4. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005. a

VIZEU, Alfredo. *O lado oculto do telejornalismo*. Florianópolis: Calandra, 2005 b

WOLF, Mauro. *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós, 1994. p. 113-120.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Editorial Presença: Lisboa, 2001.

## **APÊNDICE A - Roteiro de entrevista semiestruturada para os produtores**

1. Nome:
2. Cargo:
3. Qual a formação:
4. Local e ano da formação:
5. Tempo na empresa:
6. Desde quando participa da produção do telejornal?
7. Qual o objetivo do telejornal?
8. Como você avalia o telejornal do ponto de vista dos conteúdos que são apresentados?
9. Você considera o tempo do telejornal suficiente? Por quê?
10. A linha editorial da TV prioriza quais temas?
11. Qual o seu conceito de notícia?
12. Quais os critérios que você julga para escolher o que se tornará notícia?
13. De que forma chegam as sugestões de matérias à redação?
14. Existe um debate acadêmico sobre desenvolvimento local. Você conhece os temas desse debate? Se sim, quais são os temas?
15. Você já ouviu falar sobre desenvolvimento local? Em caso positivo, em que situação?
16. O que você compreende por desenvolvimento local?
17. Você conhece alguma experiência de desenvolvimento local? Se sim, qual?
18. Você considera o crescimento econômico como sinônimo de desenvolvimento?
19. Quais assuntos você acha que têm relação com o desenvolvimento local?
20. A cobertura que a TV dedica a esses assuntos é suficiente? Por quê?
21. Você acha que a TV contribui para o desenvolvimento da região? Quais são os indicativos?
22. Você acha que o seu conhecimento sobre determinados assuntos influencia numa produção mais apurada? Por quê?
23. Se você fosse identificar, em ordem de importância, quais temas o telejornal dedica mais espaço?
24. Você acha que o telejornalismo da emissora onde você trabalha deveria abordar outros temas? Quais?
25. O que falta ao programa?
26. De que maneira o telejornal poderia contribuir mais para o desenvolvimento local?

**APÊNDICE B – Roteiro de entrevista semiestruturada para os editores:**

1. Nome:
2. Cargo:
3. Qual a formação:
4. Local e ano da formação:
5. Tempo na empresa:
6. Desde quando participa da edição do telejornal?
7. Qual o objetivo do telejornal?
8. Como você avalia o telejornal do ponto de vista dos conteúdos que são apresentados?
9. Você considera o tempo do telejornal suficiente? Por quê?
10. A linha editorial da TV prioriza quais temas?
11. Quais os critérios que você julga para escolher o que será veiculado no telejornal?
12. Quais prioridades definem o espelhamento do jornal?
13. Notícias de cunho comunitário têm mais prioridade do que notícias factuais no telejornal? Por quê?
14. Existe um debate acadêmico sobre desenvolvimento local. Você conhece os temas desse debate? Se sim, quais são os temas?
15. Você já ouviu falar sobre desenvolvimento local? Em caso positivo, em que situação?
16. O que você compreende por desenvolvimento local?
17. Você conhece alguma experiência de desenvolvimento local?
18. Você considera o crescimento econômico como sinônimo de desenvolvimento?
19. Quais assuntos você acha que têm relação com o desenvolvimento local?
20. A cobertura que a TV dedica a esses assuntos é suficiente? Por quê?
21. Você acha que a TV contribui para o desenvolvimento da região? Quais são os indicativos?
22. Se você fosse identificar, em ordem de importância, quais temas o telejornal dedica mais espaço?
23. Você acha que o telejornalismo da emissora onde você trabalha deveria abordar outros temas? Quais?
24. O que falta ao programa?
25. De que maneira o telejornal poderia contribuir mais para o desenvolvimento local?

**APÊNDICE C – Roteiro de entrevista semiestruturada para os chefes de reportagem:**

1. Nome:
2. Cargo:
3. Qual a formação:
4. Local e ano da formação:
5. Tempo na empresa:
6. Desde quando participa da chefia de reportagem do telejornal?
7. Qual o objetivo do telejornal?
8. Como você avalia o telejornal do ponto de vista dos conteúdos que são apresentados?
9. Você considera o tempo do telejornal suficiente? Por quê?
10. A linha editorial da TV prioriza quais temas?
11. Quais os critérios que você julga para escolher os temas que serão veiculados no telejornal?
12. Notícias de cunho comunitário têm mais prioridade do que notícias factuais no telejornal? Por quê?
13. Existe um debate acadêmico sobre desenvolvimento local. Você conhece os temas desse debate? Se sim, quais são os temas?
14. Você já ouviu falar sobre desenvolvimento local? Em caso positivo, em que situação?
15. O que você compreende por desenvolvimento local?
16. Você conhece alguma experiência de desenvolvimento local?
17. Você considera o crescimento econômico como sinônimo de desenvolvimento?
18. Quais assuntos você acha que têm relação com o desenvolvimento local?
19. A cobertura que a TV dedica a esses assuntos é suficiente? Por quê?
20. Você acha que a TV contribui para o desenvolvimento da região? Quais são os indicativos?
21. Você acha que o seu conhecimento sobre determinados assuntos influencia nas notícias que terão prioridade no jornal? Por quê?
22. Se você fosse identificar, em ordem de importância, quais temas o telejornal dedica mais espaço?
23. Você acha que o telejornalismo da emissora onde você trabalha deveria abordar outros temas? Quais?
24. O que falta ao programa?
25. De que maneira o telejornal poderia contribuir mais para o desenvolvimento local?

**APÊNDICE D – Roteiro de entrevista semiestruturada para os gerentes de jornalismo:**

1. Nome:
2. Cargo:
3. Qual a formação:
4. Local e ano da formação:
5. Tempo na empresa:
6. Desde quando assumiu a gerência de jornalismo da emissora?
7. Qual a proposta maior da emissora?
8. Qual o objetivo do telejornal de meio dia?
9. Como você avalia o telejornal do ponto de vista dos conteúdos que são apresentados?
10. Você considera o tempo deste telejornal suficiente? Por quê?
11. A linha editorial da TV prioriza quais temas?
12. Os acionistas da emissora interferem nos conteúdos veiculados no telejornal?
13. Você influencia nas decisões sobre o que será veiculado no telejornal?
14. Notícias de cunho comunitário têm mais prioridade do que notícias factuais no telejornal? Por quê?
15. Existe um debate acadêmico sobre desenvolvimento local. Você conhece os temas desse debate? Se sim, quais são os temas?
16. Você já ouviu falar sobre desenvolvimento local? Em caso positivo, em que situação?
17. O que você compreende por desenvolvimento local?
18. Você conhece alguma experiência de desenvolvimento local?
19. Você considera o crescimento econômico como sinônimo de desenvolvimento?
20. Quais assuntos você acha que têm relação com o desenvolvimento local?
21. A cobertura que a TV dedica a esses assuntos é suficiente? Por quê?
22. Você acha que a TV contribui para o desenvolvimento da região? Quais são os indicativos?
23. Se você fosse identificar, em ordem de importância, quais temas o telejornal dedica mais espaço?
26. Você acha que o telejornalismo da emissora onde você trabalha deveria abordar outros temas? Quais?
27. O que falta ao programa?
28. De que maneira o telejornal poderia contribuir mais para o desenvolvimento local?

## APÊNDICE E – Fotografias do ABTV 1ª edição



**Figura 01:** O ABTV 1ª edição é apresentado pela jornalista Daniele Fonseca  
**Fonte:** Fotografia do arquivo da autora.



**Figura 02:** O ABTV 1ª edição recebe entrevistados dentro do estúdio.  
**Fonte:** Fotografia do arquivo da autora.

## APÊNDICE F – Fotografias do TV Jornal Meio Dia



**Figura 03:** O TV Jornal Meio Dia é apresentado pelo jornalista Eliaquim Oliveira  
**Fonte:** Fotografia do arquivo da autora.



**Figura 04:** Estúdio do TV Jornal Meio Dia  
**Fonte:** Fotografia do arquivo da autora.

**ANEXO A – Espelhos dos programas ABTV 1ª edição e TV Jornal Meio Dia**

## ESPELHO FINAL

### ABTV 1ª EDIÇÃO

12/04/2010 - Segunda-Feira		NO AR: 00:00:00	FADE: 00:35:00		
1	ESCALADA 12/04	00:00:50	00:00:26	00:00:24	00:00:50
2	SD ESTADO EMERGÊNCIA GUS (CC)	00:01:23	00:00:13	00:01:10	00:02:13
3	VT REPERCUSSÃO CHUVAS (FP)	00:00:39	00:00:03	00:00:36	00:02:52
24A	NOTA INFOS SERRA	STAND BY 00:00:27	00:00:27	00:00:00	00:02:52
4	VT PREVENÇÃO RIBEIRINHA (CP)	00:01:43	00:00:11	00:01:32	00:04:35
5	ESTÚDIO DEFESA CIVIL	00:06:20	00:00:20	00:06:00	00:10:55
6	VINHETA CIDADE REAL	00:00:11	00:00:01	00:00:10	00:11:06
7	LINK UMJ CR J. CARLOS OLIVEIRA	00:02:03	00:00:13	00:01:50	00:13:09
8	PASSAGEM DE BLOCO 1	00:00:28	00:00:18	00:00:10	00:13:37
		<b>00:13:37</b>	<b>00:01:45</b>	<b>00:11:52</b>	

**BLOCO: 2**

RETRANCA	MATÉRIA	CABEÇA	VT	JORNAL	
9	VINHETA DE OLHO NO EMPREGO	00:00:11	00:00:01	00:00:10	00:13:48
10	VT EMPREGO BORDADOR (DF)	00:02:22	00:00:26	00:01:56	00:16:10
11	STAND VAGAS EMPREGO (AD)	00:00:59	00:00:09	00:00:50	00:17:09
12	NOTA FIM PRAZO PRÓ-JOVEM	00:00:39	00:00:39	00:00:00	00:17:48
13	VT INAUGURAÇÃO ACIC (**)	00:00:27	00:00:07	00:00:20	00:18:15
14	ESTÚDIO ERI SANTOS	00:00:57	00:00:12	00:00:45	00:19:12
15	PASSAGEM DE BLOCO 2	00:00:20	00:00:10	00:00:10	00:19:32
		<b>00:05:55</b>	<b>00:01:44</b>	<b>00:04:11</b>	

**BLOCO: 3**

RETRANCA	MATÉRIA	CABEÇA	VT	JORNAL	
16	VT APREENSÃO PÁSSAROS (FP)	00:00:32	00:00:06	00:00:26	00:20:04
17	VT TRIPLO ÁGUA PRETA (AD)	00:00:56	00:00:09	00:00:47	00:21:00
18	VT HOMICÍDIO GARANHUNS (CC)	00:01:26	00:00:06	00:01:20	00:22:26
19	VT ACIDENTE PESQUEIRA (REC)	00:00:30	00:00:07	00:00:23	00:22:56
20	PASSAGEM DE BLOCO 3	00:00:27	00:00:17	00:00:10	00:23:23
		<b>00:03:51</b>	<b>00:00:45</b>	<b>00:03:06</b>	

**BLOCO: 4**

RETRANCA	MATÉRIA	CABEÇA	VT	JORNAL	
20A	NOTA ELEIÇÃO CONSELHEIROS	00:00:40	00:00:40	00:00:00	00:24:03
21	VT CHAMADA JORNAL HOJE	STAND BY 00:01:04	00:00:04	00:01:00	00:24:03
22	VT CASAS INTERNET (RT)	00:02:32	00:00:18	00:02:14	00:26:35
23	LINK UMJ CR J CARLOS OLIVEIRA	00:03:34	00:00:14	00:03:20	00:30:09
24	ENCERRAMENTO 12/04	00:00:42	00:00:22	00:00:20	00:30:51
		<b>00:07:28</b>	<b>00:01:34</b>	<b>00:05:54</b>	

TEMPO RESTANTE: 00:04:09

**ESPELHO FINAL****ABTV 1ª EDICÃO**

13/04/2010 - Terça-Feira

NO AR: 00:00:00

FADE: 00:38:45

1	ESCALADA	00:01:03	00:00:43	00:00:20	00:01:03
2	VT DEPÕE NEGUINHO (AD)	00:01:52	00:00:12	00:01:40	00:02:55
6	VINHETA CIDADE REAL	00:00:11	00:00:01	00:00:10	00:03:06
7	VT COBRA VILA BONANÇA (RT)	00:02:58	00:00:17	00:02:41	00:06:04
4	VT IML LOTADO (REC)	00:02:14	00:00:32	00:01:42	00:08:18
5	NOTA-PÉ: EM CARUARU	00:00:07	00:00:07	00:00:00	00:08:25
8	PASSAGEM 01	00:00:25	00:00:15	00:00:10	00:08:50
		<b>00:08:50</b>	<b>00:02:07</b>	<b>00:06:43</b>	

**BLOCO: 2**

RETRANCA	MATÉRIA	CABEÇA	VT	JORNAL	
3	VT OPERAÇÃO SEFAZ (CP)	00:01:45	00:00:09	00:01:36	00:10:35
9	VINHETA QUADRO AB SAÚDE	00:00:11	00:00:01	00:00:10	00:10:46
10	ESTÚDIO NORMAS MÉDICAS	00:04:38	00:00:18	00:04:20	00:15:24
11	LINK UMJ SAÚDE NORMAS (RT)	00:03:42	00:00:12	00:03:30	00:19:06
11A	NOTA PRORROGA PRÓ-JOVEM	00:00:31	00:00:31	00:00:00	00:19:37
12	PASSAGEM 02	00:00:21	00:00:11	00:00:10	00:19:58
		<b>00:11:08</b>	<b>00:01:22</b>	<b>00:09:46</b>	

**BLOCO: 3**

RETRANCA	MATÉRIA	CABEÇA	VT	JORNAL		
13	NOTA DESMATAMENTO MARAIAL	00:00:47	00:00:47	00:00:00	00:20:45	
14	VT SUÍTE EMERGÊNCIA (CC)	00:01:20	00:00:08	00:01:12	00:22:05	
15	NOTA-PÉ CHUVAS GUS	00:00:20	00:00:20	00:00:00	00:22:25	
16	VT REPERCUTE CHUVAS (**)	00:01:09	00:00:05	00:01:04	00:23:34	
17	ESTÚDIO ERI CHAMA GE	00:01:01	00:00:11	00:00:50	00:24:35	
18	LINK TV EMPRESAS SEBRAE (RT)	00:02:57	00:00:12	00:02:45	00:27:32	
19	VT MOVIMENTO DECLARAÇÕES (DF)	STAND BY	00:01:34	00:00:15	00:01:19	00:27:32
20	PASSAGEM 03	00:00:22	00:00:12	00:00:10	00:27:54	
		<b>00:07:56</b>	<b>00:01:55</b>	<b>00:06:01</b>		

**BLOCO: 4**

RETRANCA	MATÉRIA	CABEÇA	VT	JORNAL	
21	ESTÚDIO VOLTA NORMAS	00:03:36	00:00:06	00:03:30	00:31:30
22	LINK UMJ SAÚDE NORMAS 2 (RT)	00:02:59	00:00:09	00:02:50	00:34:29
23	VT CHAMA JORNAL HOJE (**)	00:01:25	00:00:04	00:01:21	00:35:54
24	SD PREPARA FEMUART (CC)	00:02:20	00:00:07	00:02:13	00:38:14
25	ENCERRAMENTO AB1	00:00:29	00:00:09	00:00:20	00:38:43
		<b>00:10:49</b>	<b>00:00:35</b>	<b>00:10:14</b>	

TEMPO RESTANTE: 00:00:02

**ESPELHO FINAL****ABTV 1ª EDICÃO**

14/04/2010 - Quarta-Feira

NO AR: 00:00:00

FADE: 00:34:00

1	ESCALADA AB1	00:01:01	00:00:41	00:00:20	00:01:01
2	VT ACIDENTE VAN JUPI (CC)	00:02:03	00:00:14	00:01:49	00:03:04
3	NOTA-PÉ FERIDOS JUPI	00:00:10	00:00:10	00:00:00	00:03:14
4	NOTA ASSALTO LIQUIDIFICADOR	00:01:13	00:01:13	00:00:00	00:04:27
5	LINK UMJ PARALISAÇÃO PF (RC)	00:02:47	00:00:17	00:02:30	00:07:14
6	NOTA CRIME POLICIAL	00:00:24	00:00:24	00:00:00	00:07:38
7	PASSAGEM BLOCO 01	00:00:37	00:00:27	00:00:10	00:08:15

---

**00:08:15 00:03:26 00:04:49**
**BLOCO: 2**

RETRANCA	MATÉRIA	CABEÇA	VT	JORNAL	
8	STAND SUÍTE NEGUINHO (CP)	00:02:05	00:00:20	00:01:45	00:10:20
9	VT MOVIMENTO DECLARAÇÕES (DF)	00:01:10	00:00:12	00:00:58	00:11:30
10	ESTÚDIOS DECLARAÇÕES IR	00:04:40	00:00:10	00:04:30	00:16:10
11	VT VOLTA ALÚZIO PINTO (CC)	00:02:04	00:00:09	00:01:55	00:18:14
12	NOTA RESPOSTA ESGOTO	00:00:38	00:00:38	00:00:00	00:18:52
13	PASSAGEM BLOCO 02	00:00:23	00:00:13	00:00:10	00:19:15

---

**00:11:00 00:01:42 00:09:18**
**BLOCO: 3**

RETRANCA	MATÉRIA	CABEÇA	VT	JORNAL	
14	VT FLAMBAGEM DENGUE (CP)	00:02:44	00:00:10	00:02:34	00:21:59
15	VT SAI BARONESAS GRAVATÁ (**)	00:00:27	00:00:27	00:00:00	00:22:26
16	VT SITUAÇÃO CAMPO AB1 (AD)	00:01:29	00:00:09	00:01:20	00:23:55
17	ESTÚDIO CHAMA GE (ERI SANTOS)	00:01:07	00:00:07	00:01:00	00:25:02
18	PASSAGEM BLOCO 03	00:00:31	00:00:21	00:00:10	00:25:33

---

**00:06:18 00:01:14 00:05:04**
**BLOCO: 4**

RETRANCA	MATÉRIA	CABEÇA	VT	JORNAL	
19	VT CHAMADA DO JORNAL HOJE (**)	00:01:35	00:00:05	00:01:30	00:27:08
20	VT ESTÚDIO DECLARAÇÕES IR 2	00:04:05	00:00:05	00:04:00	00:31:13
21	VT ENCONTRO CREA SERRA (FP)	00:02:41	00:00:23	00:02:18	00:33:54
22	LINK UMJ INSC. SÃO JOÃO (RC)	00:02:18	00:00:18	00:02:00	00:36:12
23	ENCERRAMENTO 14/04	00:00:20	00:00:10	00:00:10	00:36:32

---

**00:10:59 00:01:01 00:09:58**


---

**TEMPO RESTANTE: -00:02:32**

**ESPELHO FINAL****ABTV 1ª EDIÇÃO**

15/04/2010 - Quinta-Feira

NO AR: 00:00:00

FADE: 00:37:00

1	ESCALADA	00:01:03	00:00:43	00:00:20	00:01:03
2	VT APREENSÃO DROGA (RT)	00:00:56	00:00:06	00:00:50	00:01:59
3	NOTA-PÉ SITUAÇÃO PRESOS	00:00:14	00:00:14	00:00:00	00:02:13
4	VT COMP. POSTO SAÚDE (AD)	00:03:02	00:00:26	00:02:36	00:05:15
5	NOTA-PÉ CREMPE RESPONDE	00:00:22	00:00:22	00:00:00	00:05:37
6	NOTA VACINAÇÃO H1N1	00:00:36	00:00:36	00:00:00	00:06:13
7	PASSAGEM 01	00:00:25	00:00:15	00:00:10	00:06:38

---

**00:06:38 00:02:42 00:03:56**
**BLOCO: 2**

RETRANÇA	MATÉRIA	CABEÇA	VT	JORNAL	
8	VINHETA DO "CIDADE REAL"	00:00:11	00:00:01	00:00:10	00:06:49
9	LINK UMJ CHAMA BOM JCO (RT)	00:01:51	00:00:21	00:01:30	00:08:40
10	VT PERFIL CR JOSÉ CARLOS (RT)	00:02:16	00:00:01	00:02:15	00:10:56
11	LINK UMJ DEVOLVE BOM JCO (RT)	00:00:31	00:00:01	00:00:30	00:11:27
12	PASSAGEM 02	00:00:27	00:00:17	00:00:10	00:11:54

---

**00:05:16 00:00:41 00:04:35**
**BLOCO: 3**

RETRANÇA	MATÉRIA	CABEÇA	VT	JORNAL	
13	VT CAVALGADA DOENÇA (CC)	00:02:20	00:00:11	00:02:09	00:14:14
14	LINK TV MELÃO FLORESTA (AD)	00:02:56	00:00:16	00:02:40	00:17:10
15	VT COBRA CR JOSÉ CARLOS (RT)	00:07:32	00:00:21	00:07:11	00:24:42
16	LINK UMJ COBRANÇA CR JCO (RT)	00:03:53	00:00:23	00:03:30	00:28:35
17	VT SONORA KIKO BELTRÃO (**)	00:02:37	00:00:01	00:02:36	00:31:12
18	ESTÚDIO DO GLOBO ESPORTE	00:01:07	00:00:12	00:00:55	00:32:19
19	PASSAGEM 03	00:00:17	00:00:07	00:00:10	00:32:36

---

**00:20:42 00:01:31 00:19:11**
**BLOCO: 4**

RETRANÇA	MATÉRIA	CABEÇA	VT	JORNAL		
20	VT CHAMADA JORNAL HOJE (**)	00:01:39	00:00:09	00:01:30	00:34:15	
21	VT ENCONTRO ECONOMIA (FP)	STAND BY	00:01:37	00:00:06	00:01:31	00:34:15
22	LINK TV LANÇA FEST. JEANS (AD)	00:02:21	00:00:21	00:02:00	00:36:36	
24	ENCERRAMENTO	00:00:35	00:00:15	00:00:20	00:37:11	

---

**00:04:35 00:00:45 00:03:50**
**TEMPO RESTANTE: -00:00:11**

## ESPELHO FINAL

### ABTV 1ª EDIÇÃO

16/04/2010 - Sexta-Feira

NO AR: 00:00:00

FADE: 00:36:00

1	ESCALADA	00:01:07	00:00:29	00:00:38	00:01:07
2	STAND UP CRIMES LAJEDO (CC)	00:01:46	00:00:05	00:01:41	00:02:53
3	NOTA MORTE EX-PREFEITO LAJEDO	00:00:33	00:00:33	00:00:00	00:03:26
4	VT RISCO PASSAGEM RIACHÃO (RT)	00:02:06	00:00:21	00:01:45	00:05:32
5	PASSAGEM BLOCO 1	00:00:22	00:00:12	00:00:10	00:05:54
		<b>00:05:54</b>	<b>00:01:40</b>	<b>00:04:14</b>	

**BLOCO: 2**

RETRANCA	MATÉRIA	CABEÇA	VT	JORNAL	
6	VT APRESENTA ZONA AZUL (CP)	00:01:19	00:00:09	00:01:10	00:07:13
7	VT LINK TV ZONA AZUL CRU (AD)	00:02:58	00:00:13	00:02:45	00:10:11
8	VT: VANTAGENS CARROS (AD)	00:02:27	00:00:15	00:02:12	00:12:38
9	VT CONFERE OBRAS ALUÍZIO (DF)	00:01:13	00:00:19	00:00:54	00:13:51
10	NOTA-PÉ ALUÍZIO PINTO	00:00:08	00:00:08	00:00:00	00:13:59
11	PASSAGEM BLOCO 2	00:00:25	00:00:15	00:00:10	00:14:24
		<b>00:08:30</b>	<b>00:01:19</b>	<b>00:07:11</b>	

**BLOCO: 3**

RETRANCA	MATÉRIA	CABEÇA	VT	JORNAL	
12	VT: ASSASSINATO ESTUDANTE(JPB)	00:00:49	00:00:14	00:00:35	00:15:13
13	VT: INVESTIGAÇÃO MORTE (GL)	00:01:18	00:00:10	00:01:08	00:16:31
14	NOTA MAIS OCUPAÇÕES MST	00:00:25	00:00:25	00:00:00	00:16:56
15	LINK TV LEMBRA AFTOSA (AD)	00:03:02	00:00:12	00:02:50	00:19:58
16	VT: BODE LEITEIRO (AD)	00:03:08	00:00:13	00:02:55	00:23:06
17	ESTÚDIO CHAMA ERI GE	00:01:07	00:00:07	00:01:00	00:24:13
18	PASSAGEM BLOCO 3	00:00:30	00:00:10	00:00:20	00:24:43
		<b>00:10:19</b>	<b>00:01:31</b>	<b>00:08:48</b>	

**BLOCO: 4**

RETRANCA	MATÉRIA	CABEÇA	VT	JORNAL	
19	VT CHAMADA JORNAL HOJE (**)	00:01:15	00:00:07	00:01:08	00:25:58
20	VT UFPE ENEM (REC)	00:01:04	00:00:28	00:00:36	00:27:02
21	NOTA-PÉ UFPE ENEM	STAND BY	00:00:34	00:00:00	00:27:02
22	LINK TV CONCURSO IFPE (AD)	00:02:17	00:00:17	00:02:00	00:29:19
23	VT COISAS TERRA ALKIMENIA (VS)	00:04:53	00:00:10	00:04:43	00:34:12
24	NOTA-PÉ ABRIL PRO ROCK	00:00:35	00:00:35	00:00:00	00:34:47
25	ENCERRAMENTO AB1	00:00:38	00:00:18	00:00:20	00:35:25
		<b>00:10:42</b>	<b>00:01:55</b>	<b>00:08:47</b>	

TEMPO RESTANTE: 00:00:35

## TV JORNAL MEIO-DIA

## Espelho

12/04/2010

09:52

1º BLOCO									
Pag	BL	Retranca	Repórter	Pra	VT	Código Cabeça	Editor	Apr	Soma
01	1º	ESCALADA		CRU	00:00:00	00:00:54		OK	00:00:54
02	1º	VT CHUVAS BAIRRO TUIUTI	RODOLFO	CRU	00:03:27	00:00:21		OK	00:03:48
03	1º	TEASER DILSON	DILSON	CRU	00:00:45	00:00:10	Pablo	OK	00:00:55
04	1º	NS CHUVAS PESQUEIRA	IGOR	CRU	00:00:00	00:00:07		OK	00:00:07
05	1º	NC TIROS PARQUE 18 MAIO	IGOR	CRU	00:00:40	00:00:07		OK	00:00:47
06	1º	PASSAGEM DE BLOCO		CRU	00:00:00	00:00:18		OK	00:00:18
2º BLOCO									
Pag	BL	Retranca	Repórter	Pra	VT	Código Cabeça	Editor	Apr	Soma
08	2º	CH VINHETA CAMPEONATO PE		CRU	00:00:15	00:00:03		OK	00:00:18
09	2º	IRAN ESTÚDIO	RECIFE	CRU	00:01:00	00:00:05		OK	00:01:05
10	2º	VT SPORT X SETE SETEMBRO	RECIFE	CRU	00:02:00	00:00:09		OK	00:02:09
11	2º	VT NAÚTICO X PORTO	NAYARA	CRU	00:03:00	00:00:16		OK	00:03:16
12	2º	NV ARTE CLASSIFICAÇÃO	IGOR	CRU	00:00:50	00:00:56		OK	00:01:46
13	2º	PASSAGEM DE BLOCO		CRU	00:00:00	00:00:10		OK	00:00:10
3º BLOCO									
Pag	BL	Retranca	Repórter	Pra	VT	Código Cabeça	Editor	Apr	Soma
13A	3º	NS INVASÃO MST		CRU	00:00:00	00:00:22		OK	00:00:22
16	3º	VT NOVA LICENÇA POLUIÇÃO	IZABELA	CRU	00:02:30	00:00:15		OK	00:02:45
16a	3º	VT CHUVAS PESQUEIRA	JONNATH	CRU	00:01:40	00:00:12		OK	00:01:52
17	3º	ENCERRAMENTO		CRU	00:00:00	00:00:14		OK	00:00:14
N BLOCO									
Pag	BL	Retranca	Repórter	Pra	VT	Código Cabeça	Editor	Apr	Soma
19	N		IGOR	CRU	00:00:00	00:00:00			00:00:00
20	N	VT DISQUE PEDOFILIA	RECIFE	CRU	00:00:00	00:00:00			00:00:00
N	N	NS ATUALIZAÇÃO NEGUINHO	IGOR	CRU	00:00:00	00:00:02	Pablo		00:00:02
N	N	ijo;~~	RODOLFO	CRU	00:04:00	00:00:11			00:04:11

## Tempo Total dos Blocos

1º Bloco	2º Bloco	3º Bloco	4º Bloco	Total
00:06:49	00:08:44	00:05:13	00:00:00	00:20:46

TV JORNAL MEIO-DIA

Espelho

13/04/2010

09:53

1º BLOCO									
Pag	BL	Retranca	Repórter	Pra	VT	Código Cabeça	Editor	Apr	Soma
01	1º	ESCALADA		CRU	00:00:00		00:00:48		OK 00:00:48
02	1º	VIVO FÓRUM	IZABELA	CRU	00:01:00		00:00:44		OK 00:01:44
03	1º	VT PROCESSO NEGUINHO	NAYARA	CRU	00:01:10		00:00:20		OK 00:01:30
04	1º	VIVO PROMOTOR RONALDO L.	IZABELA	CRU	00:02:30		00:00:01		OK 00:02:31
05	1º	PASSAGEM DE BLOCO		CRU	00:00:00		00:00:28		OK 00:00:28

2º BLOCO									
Pag	BL	Retranca	Repórter	Pra	VT	Código Cabeça	Editor	Apr	Soma
05a	2º	VT PERDA SAFRA MILHO	JONANTH	CRU	00:02:00		00:00:13		OK 00:02:13
07	2º	VT NÍVEL RIO CARUARU	RODOLFO	CRU	00:01:39		00:00:14		OK 00:01:53
11	2º	TEASER OPTV	DILSON	CRU	00:00:40		00:00:13		OK 00:00:53
11a	2º	PASSAGEM DE BLOCO		CRU	00:00:00		00:00:13		OK 00:00:13

3º BLOCO									
Pag	BL	Retranca	Repórter	Pra	VT	Código Cabeça	Editor	Apr	Soma
11a	3º	VT CENTRAL YPIRANGA		CRU	00:01:41		00:00:12		OK 00:01:53
11b	3º	SD CHUVAS PESQUEIRA	LUCIANA	CRU	00:02:00		00:00:08		OK 00:02:08
11b	3º	NS LAMEPE		CRU	00:00:00		00:00:19		OK 00:00:19
14	3º	VIVO 2 FÓRUM	IZABELA	CRU	00:01:40		00:00:08		OK 00:01:48
15	3º	VT SAÍDA NEGUINHO	JONNATH	CRU	00:02:30		00:00:02		OK 00:02:32
18	3º	ENCERRAMENTO		CRU	00:00:00		00:00:11		OK 00:00:11

n BLOCO									
Pag	BL	Retranca	Repórter	Pra	VT	Código Cabeça	Editor	Apr	Soma
n	n	SONORA SÉRGIO TENÓRIO	SONORA	CRU	00:00:00		00:00:10		00:00:10

N BLOCO									
Pag	BL	Retranca	Repórter	Pra	VT	Código Cabeça	Editor	Apr	Soma
19	N			CRU	00:00:00		00:00:00		00:00:00

Tempo Total dos Blocos

1º Bloco	2º Bloco	3º Bloco	4º Bloco	Total
00:07:01	00:05:12	00:08:51	00:00:00	00:21:04

TV JORNAL MEIO-DIA

Espelho

14/04/2010

09:53

1º BLOCO									
Pag	BL	Retranca	Repórter	Pra	VT	Código Cabeça	Editor	Apr	Soma
01	1º	ESCALADA	IGOR	CRU	00:00:20	00:00:35		OK	00:00:55
02	1º	VT PARALISAÇÃO PF	RODOLFO	CRU	00:01:03	00:00:09		OK	00:01:12
03	1º	NP GREVE MT	IGOR	CRU	00:00:00	00:00:25		OK	00:00:25
04	1º	NS ACIDENTE JUPI	IGOR	CRU	00:00:00	00:00:26		OK	00:00:26
05	1º	VT BALANÇO PEDOFILIA	IZABELA	CRU	00:02:28	00:00:13		OK	00:02:41
06	1º	NP PEDOFILIA	ELIAQUIM	CRU	00:00:00	00:00:13	Eliaquim	OK	00:00:13
07	1º	VT PROBLEMA CORRESPONDÊNCIA	RODOLFO	CRU	00:01:29	00:00:11		OK	00:01:40
08	1º	PASSAGEM 1	IGOR	CRU	00:00:00	00:00:18		OK	00:00:18
09	1º	BREAK COMERCIAL	1:32	CRU	00:00:00	00:00:00	bonanza		00:00:00
2º BLOCO									
Pag	BL	Retranca	Repórter	Pra	VT	Código Cabeça	Editor	Apr	Soma
10	2º	VT TÍTULO ELEITOR DETENTOS	RAQUEL	REC	00:01:20	00:00:11		OK	00:01:31
11	2º	ns apreensão crack		REC	00:00:00	00:00:13	Eliaquim	OK	00:00:13
12	2º	TEASER OPTV	DILSON	CRU	00:01:00	00:00:13		OK	00:01:13
13	2º	NS CORREÇÃO TONY GEL	IGOR	CRU	00:00:00	00:00:15		OK	00:00:15
14	2º	PASSAGEM 2	IGOR	CRU	00:00:00	00:00:18		OK	00:00:18
15	2º	BREAK COMERCIAL	1:32	CRU	00:00:00	00:00:00	ninho		00:00:00
3º BLOCO									
Pag	BL	Retranca	Repórter	Pra	VT	Código Cabeça	Editor	Apr	Soma
16	3º	VT DIETA IDEAL	IZABELA	CRU	00:03:07	00:00:15		OK	00:03:22
17	3º	VT FISCALIZAÇÃO TAXISTAS	RODOLFO	CRU	00:01:40	EDI 00:00:16			00:01:56
18	3º	NS SPORT	IGOR	CRU	00:00:00	00:00:15		OK	00:00:15
19	3º	VT CONSCIÊNCIA USO AGROTÓXICO	JONNATH	CRU	00:02:30	EDI 00:00:20			00:02:50
20	3º	ENCERRAMENTO	IGOR	CRU	00:00:00	00:00:11		OK	00:00:11
21	3º	////STANDBY////		CRU	00:00:00	00:00:00		OK	00:00:00

Tempo Total dos Blocos

1º Bloco	2º Bloco	3º Bloco	4º Bloco
00:07:50	00:03:30	00:08:34	00:00:00

Total
00:19:54