



Possibilidades de rotinas produtivas: a experiência do quadro Cidade Real, da TV Asa Branca, em Caruaru-PE¹

Rosângela Araújo de SOUZA²
Iraê Pereira MOTA³

Resumo

Este trabalho tem como objetivo descrever novas possibilidades de rotinas de produção televisiva, a partir do relato da experiência do quadro Cidade Real, do telejornal ABTV 1ª edição da TV Asa Branca, em Caruaru-PE. Para esta análise, o referencial teórico se aporta na teoria do newsmaking e em rotinas de produção. O tipo de produção para as matérias adotado por este telejornal não utiliza como espaço a redação da emissora. Através de uma caravana que percorre as comunidades, os produtores ouvem os telespectadores e transformam em notícia os relatos que aparecem com maior número. A proposta é diferente dos modelos padronizados que são utilizados pela maioria dos telejornais do país.

Palavras-chave: Telejornalismo; Rotinas de Produção; *Newsmaking*

Introdução

A televisão é ainda hoje o principal meio de comunicação pelo qual as pessoas obtêm informações sobre o cotidiano. A TV ocupa uma posição de destaque em relação aos demais veículos, pois apresenta a realidade através de imagens e, com características de técnica e dinâmicas próprias, contribuindo para a criação do imaginário social. São cerca de 40 milhões de lares com aparelhos de televisão no

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Jornalista formada pela Unicap. É especialista em Comunicação Empresarial pela Favip. Coordena o curso de Jornalismo da Favip. Leciona a disciplina de Introdução ao Jornalismo e orienta TCC. Durante 15 anos atuou em emissora de TV onde desempenhou várias funções na redação. Email: rosangela.araujo@favip.edu.br

³ Jornalista, professora da Faculdade do Vale do Ipojuca (Favip) e mestranda em Extensão Rural e Desenvolvimento Local, pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). Emails: iraemota1@yahoo.com.br, irae.mota@favip.edu.br



Brasil, quantitativo que representa 90% da totalidade. Como lembra Bucci, a TV ocupa lugar diferenciado:

Isso, para uma população que lê pouco, dá à TV uma condição de monopólio da informação, ou seja, a TV monologa sem que outros meios lhe façam contraponto. [...] De acordo com Grupo de Mídia de São Paulo, com base em pesquisa do Instituto Marplan Brasil, 98% da população entre 10 e 65 anos vêem TV pelo menos uma vez por semana e, sozinha, a TV atrai duas vezes mais público do que todos os meios impressos, aí computados também os livros, além de jornais e revistas. (BUCCI, 2000, p. 10)

Pereira Júnior cita Marcondes Filho para destacar a hegemonia da televisão, quando ressalta que “A Tv é absoluta, nada mais existe além dela” (MARCONDES FILHO apud PEREIRA JÚNIOR, 2005, p.37). Pereira Júnior (2005) acredita no exagero do autor, mas é fato que a televisão forçou a adaptação nos demais meios de comunicação. No entanto, a tv também passa por adequações diante das novas tecnologias que “impõem constantes mudanças na área das comunicações, acreditamos não ser possível afirmar-se que um veículo aniquile os demais” (PEREIRA JÚNIOR, 2005, p.37).

É pela televisão que milhões de pessoas têm acesso à diversão e informação. As informações de caráter jornalístico – notícias – são selecionadas por jornalistas, não por uma escolha subjetiva, mas por critérios que são difundidos por profissionais na redação. A seleção faz parte de uma rotina produtiva que caracteriza o cotidiano prático das redações. São elas que norteiam o trabalho dos jornalistas que, condicionados a essa lógica, definem o que e como vão transformar fatos em notícias. Esse processo de produção da notícia tem como característica a negociação: “o editor-chefe negocia com a sub-chefia de reportagem e com os editores de texto os fatos que podem ser noticiáveis” (PEREIRA JÚNIOR, 2006, p. 21)

Os jornalistas que assumem a função de produtores, dentro de uma redação, exercem a logística do jornalismo, pois são responsáveis pelo processo que compreende desde “a apuração de dados e elementos que possam ser pesquisados, investigados, confrontados, comprovados e veiculados até o planejamento e execução de projetos especiais” (VILLELA, 2008, p.103).

A rotina do produtor em televisão começa com a leitura de correspondências, jornais e emails para verificar se há alguma novidade. O produtor conversa com o editor do jornal e/ou com a chefia de reportagem (dependendo do tamanho da emissora) para



confirmar o andamento das equipes: se as matérias previstas estão sendo realizadas normalmente e se nenhuma caiu⁴. Verifica também se as matérias previstas para o dia foram checadas, se não há pendências nem necessidade de mais informações.

Após essa etapa, o produtor passa a pensar no dia seguinte: fazer uma previsão do que será notícia no dia seguinte. O mesmo entra em contato com fontes, checa agenda, conversa com editores e assim vai moldando o jornal. Todo o material levantado pelo produtor vai para um relatório que pode ser acessado (dependendo do software usado na emissora) por todos na redação.

O que foi preparado pela equipe de produção vai ser validado (ou não) pela chefia de reportagem e pela edição do jornal, pois " são eles que decidem sobre pautas, vivos e entrevistas de estúdio" (VILLELA, 2008, p.112) dos telejornais. Isso confere a essa função – e ao jornalista nas suas demais atribuições – o caráter de construtor da realidade social, percebendo, dessa forma, que a mídia não funciona como espelho do real, mas que a realidade é produzida de forma massiva e cotidiana pelos meios de comunicação de massa. Essas escolhas do que é ou não notícia levam em consideração os critérios de noticiabilidade, cujas preferências perpassam, segundo Wolf, por questões como “Quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia?” (WOLF, 1999, p. 195).

Segundo Bistane, o conceito de notícia pode ser aplicado em várias ciências:

Para os budistas, nem tudo é o que parece ser. A mente distorce, manipula, e a interpretação da realidade é mera ilusão. Para os filósofos, um fato não tem valor intrínseco, e sim aquele atribuído por quem o observa. Para os jornalistas, os assuntos são considerados relevantes à medida que interessam a um grande número de pessoas, quando causam impacto ou afetam a vida dos cidadãos. (BISTANE, 2005, p. 41)

Bourdieu questiona essa avaliação feita pelos jornalistas, pois eles “a grosso modo interessam-se pelo excepcional, pelo que é excepcional para eles. O que pode ser banal para outros poderá ser extraordinário para eles ou ao contrário” (BOURDIEU, 1997, p. 26). Tendo em vista que a prática jornalística necessita de revisões constantes, principalmente por lidar diariamente com o efêmero e com o cotidiano, torna-se indispensável, da mesma forma, identificar e analisar novas propostas de rotinas de

⁴ O termo matéria caiu é um jargão jornalístico utilizado para indicar que a matéria não foi feita.



produção que vêm sendo adotadas por emissoras de televisão. Esses modelos atuais e diversificados podem contribuir para repensar o próprio fazer jornalístico.

Televisão, comunidade e a produção de notícias

Segundo Villela, as notícias são agrupadas em *hard news* (assuntos fortes) e *soft news* (assuntos leves), estabelecendo-se quatro parâmetros para a sua seleção: “impacto, atualidade, proximidade e aparência. Atributos que juntos ou não, ajudam a orientar os jornalistas a identificar o que é notícia” (VILLELA, 2008, p. 73).

O crescimento da internet e as possibilidades de comunicação virtual com as redes sociais acabam dando aos leitores/ ouvintes/telespectadores a possibilidade de não apenas serem o fim do processo de comunicação, mas serem partícipes desse sistema se tornando também emissores de mensagens. No caso das emissoras de televisão, essa viabilidade de diálogo com os telespectadores oportunizou a revisão da proposta editorial de muitos programas televisivos, principalmente os telejornais.

Essa parece ter sido uma das causas do aparecimento de quadros e programas específicos que passaram a dialogar mais com a comunidade, seja estimulando os telespectadores a enviarem sua mensagem através de email ou até mesmo vídeos pelo celular, seja aproximando-se mais dos problemas enfrentados por quem vive nas localidades desprovidas dos requisitos básicos da cidadania, tais como saúde, educação e condições sanitárias. Nesse sentido, os critérios de escolha das notícias passam a ser notados por temas mais voltados para o social.

Sabe-se que os processos de comunicação conseguem exercer certo controle social, pois, como lembra Hohlfeldt, eles “têm em si mesmos uma função de controle social desenvolvido a partir do estabelecimento de práticas socializadas entre seus profissionais, os jornalistas” (HOHLFELDT, 2001, p. 205). Outra percepção sobre a construção de notícias parte de Kunczik, que assinala a relação de proximidade que o jornalista assume com seu receptor para poder escolher as notícias:

Os órgãos informativos dos fatos do dia, ao selecionarem os assuntos que serão “notícia”, mediante sua divulgação pelos meios de comunicação de massa, se concentram em eventos de curta duração que tenham alguma relação com um círculo determinado de receptores; noutras palavras, realizam a seleção de notícias baseados em uma orientação local ou etnocêntrica de fatos que não se



encontram longe no passado, preferivelmente os fatos do dia.
(KUNCZIK, 2002, p.243)

A partir dessa necessidade de aproximação, ganham mais espaço aquelas notícias que se julgam de interesse público, humano e social, pois “A notícia é a informação que tem relevância para o público. A importância de um acontecimento é avaliada pelo jornalista, que julga se o fato é notícia e deve ser divulgado” (CURADO, 2002, p.15). Curado acrescenta que “a informação deve colaborar para produzir em nós um sentimento de inclusão social ou política, aumentando a nossa consciência acerca do que se passa nas nossas cercanias ou alhures” (idem, 2002, p. 16).

Essas premissas são norteadas pela teoria do newsmaking, sistematizada por autores como Mauro Wolf e Nelson Traquina, que se preocupa com a produção da notícia, os critérios de escolha – noticiabilidade e a constituição dos discursos engendrados pelos meios de comunicação de massa. Em Teoria do Jornalismo, Felipe Pena lembra que essa teoria assume caráter construtivista, compreendendo o caráter convencional da notícia, pois ela traduz a realidade e ao mesmo tempo a constroi.

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)

Na prática televisiva, os jornalistas escolhem as notícias baseados no senso comum do que vem a ser a audiência. O perfil de audiência por telejornal, repassado nas redações por jornalistas, é de que no jornal logo cedo da manhã o principal público é formado por executivos que querem saber quais as notícias e eventos do dia; o jornal do meio-dia tem como audiência donas de casa, crianças e estudantes que estão se preparando para ir à escola; já o jornal da noite tem um público mais amplo, com estereótipo do toda a família reunida para saber o que foi notícia no dia. Já o jornal que entra no ar algumas vezes de madrugada tem como foco executivos e profissionais liberais que querem a notícia com um perfil mais analítico. Escolher notícias que atendam ao perfil da audiência de cada telejornal é uma prática na rotina de produção.

Os telejornais assumem um perfil baseado numa audiência presumida pelos jornalistas. O jornal de logo cedo da manhã traz fatos econômicos, anuncia o que será



notícia, repercute com entrevistas algum fato do dia anterior e traz fatos da noite anterior. O jornal do meio-dia tem matérias mais leves, com notícias que apontem problemas de comunidades, eventos de cultura e esportes. Mas também há espaço para factual⁵. O jornal da noite traz um resumo das notícias do dia, com espaço dedicado às hard news. De acordo com Pereira Júnior, o espaço televisivo, baseado na audiência presumida, ajuda os telespectadores a “ler” o seu mundo, com procedimentos para essa leitura:

[...] entendemos que ao produzir seus textos os jornalistas trabalham como uma audiência presumida. Tomemos como exemplo o noticiário televisivo. O telejornal se vale de uma série de operações para dar instruções ao telespectador (co-participante) sobre os procedimentos para a sua leitura, isto é, as formas de lê-lo e percebê-lo. [...] O telejornal é uma montagem de vozes, um espaço imaginário onde são propostos múltiplos espaços de *participação* à audiência; uma paisagem, de qualquer maneira, onde a audiência pode escolher seu caminho com mais ou menos liberdade. (PEREIRA JÚNIOR, 2006, p. 33)

Para escolher as matérias que vão compor os telejornais, os jornalistas seguem os critérios de noticiabilidade. Silva (2005), ao detalhar as proposições de autores que estudam esse fenômeno, como Nelson Traquina, Mauro Wolf, Michael Kunczik e Nilson Lage, elenca diversas percepções sobre esses itens de julgamento, cujos temas vão desde a importância do indivíduo (nível hierárquico), influência sobre o interesse nacional, número de pessoas envolvidas, relevância quanto à evolução futura (conceitos de Wolf), até proximidade, atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo, identificação humana (conceitos trabalhados por Lage) (SILVA, 2005, p. 102).

Consideramos conveniente nos reportar aos conceitos de newsmaking e rotina de produção, pois essas noções nos ajudam a enxergar, com mais poder de criticidade as experiências que vêm sendo desenvolvidas por emissoras de televisão que buscam outros caminhos para a definição das rotinas de produção e dos valores-notícia, como é o caso do quadro Cidade Real, da TV Asa Branca, emissora filiada à Rede Globo em Caruaru, Agreste de Pernambuco.

A atuação da Rede Globo em Pernambuco e a criação do quadro Cidade Real

⁵ Jargão jornalístico que designa fato do dia.



A cobertura da Rede Globo em Pernambuco divide o mapa do Estado em três áreas de abrangência. Na Região Metropolitana e em parte da Zona da Mata, os municípios recebem o sinal da rede pela TV Globo Nordeste. Já a TV Asa Branca cobre 108 municípios em uma área que abrange parte da Zona da Mata e parte do Sertão do Estado; os outros municípios sertanejos recebem o sinal da Rede Globo por meio da TV Grande Rio.

A TV Asa Branca tem sede em Caruaru, cidade com aproximadamente 286 mil habitantes localizada no Agreste de Pernambuco, um escritório em Garanhuns no Agreste Meridional e outro em Serra Talhada, no Sertão. A equipe de jornalismo da emissora tem sete repórteres, quatro produtores, três editores de texto, todos com formação superior em Jornalismo, além de estagiários.

A produção local conta com cinco telejornais diários e outras produções especiais veiculados em período de eventos. O AB Notícia vai ao ar às 8h15. São cinco minutos de produção com informes sobre trânsito e agenda dos principais acontecimentos do dia. Às 11h55 vai ao ar O ABTV 1ª Edição, jornal com maior tempo de produção da emissora: são, em média, 38 minutos de produção, com os intervalos comerciais chega a 47 minutos de duração. O principal foco é o jornalismo voltado para a comunidade. Às 12h45 a emissora exibe o Globo Esporte local com aproximadamente 10 minutos de produção com matérias sobre o esporte amador e os times do interior nos principais campeonatos de futebol. Às 18h55, vai ao ar o ABTV 2ª Edição que traz as principais notícias do dia com duração, em média, de 13 minutos.

Há dois anos, foi criado o quadro Cidade Real para o jornal ABTV 1ª Edição. A ideia era se aproximar da comunidade e fazer com que ela participasse do telejornal, segundo relato de Claudio Rodrigues, gerente geral de Jornalismo. 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.

A experiência diferenciada do quadro



O diferencial da produção do quadro Cidade Real partiu da criação da “Caravana do Cidade Real”, que é responsável por identificar o assunto da principal matéria a ser mostrado pelo quadro. 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. Os moradores são convocados por meio de chamadas veiculadas na emissora durante o fim de semana.

Na segunda-feira, eles apontam aos produtores o que eles querem que seja resolvido. Uma equipe de reportagem fica no local e já entra com link⁶ no ABTV 1ª Edição, no mesmo dia, informando que a caravana está no local e reforça a importância da participação 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.

A produção também entra em contato com os órgãos responsáveis por resolver o problema e convida um representante para uma entrevista. Na quinta-feira, depois da apresentação da matéria, o representante é entrevistado e pressionado a dar um prazo para resolver o problema. Esse prazo é acompanhado e, quando não é cumprido, a equipe faz uma reportagem e mostra como está a situação, lembrando o prazo dado em entrevista anterior e um novo prazo é cobrado. Assim segue até que o problema seja solucionado.

Segundo o gerente da emissora, alguns problemas já foram resolvidos depois que as matérias foram apresentadas no quadro Cidade Real. Uma delas foi o problema de falta de água em duas comunidades de Custódia (cidade no sertão de Pernambuco), que durava quase 12 anos. A outra teve como tema a rede de proteção de uma quadra de esportes que, sem ela, em jogos de futsal, a bola saía do colégio e batia nos fios, o que interrompia o fornecimento de energia elétrica em algumas ruas do Bairro Rosanópolis, em Caruaru. Depois de mostrar esses problemas, relatados pelos moradores durante o processo de apuração como sendo os principais das comunidades, o quadro cobrou dos responsáveis as obras de ajuste e a situação foi resolvida.

Essa experiência mostra outra forma de produção de notícias, diferentemente daquelas tradicionais a que estamos acostumados, em que o jornalista, na redação, é quem escolhe o que julga de importância para o público. No caso do quadro Cidade

⁶ Jargão jornalístico quer designa participação ao vivo do repórter no telejornal de algum ponto da cidade. Pode ter entrevista ou não.



Real, a produção não é feita dentro da redação e não há interferência só do jornalista nos critérios de escolha do problema que será apresentado. Aqui, tomam-se os telespectadores como sujeitos, a partir do momento em que a equipe de produção vai até a comunidade, os moradores apontam possibilidades e aquela mais citada é transformada em notícia.

Observa-se que ainda assim os critérios de noticiabilidade são adotados, pois a equipe leva em consideração o envolvimento do maior número de pessoas. O trabalho do Cidade Real também demonstra um compromisso com o social considerando que depois das veiculação das matérias alguns problemas foram resolvidos.

Considerações Finais

Com o objetivo de se aproximar mais da comunidade, o Cidade Real apresenta uma proposta diferente da rotina jornalística, cujos estudos geralmente se limitam a observar os trabalhos realizados dentro das redações. No entanto, pelo pouco tempo de criação e pela escassez de investigações sobre esse quadro em específico, surgem questionamentos sobre as razões que motivaram essa nova forma de produção de notícias da TV Asa Branca: é uma preocupação meramente comercial, pela busca da audiência, ou a equipe está, de fato, resgatando o jornalismo preocupado com o social?

Ao que parece, no momento em que a emissora passa a se aproximar e cativar a comunidade, chegando mais próximo a ela, aumenta a audiência, números que se revertem em maior arredação na emissora. De toda forma, gostaríamos de crer que a ideia do quadro foi motivada pela preocupação da TV em buscar, no jornalismo, o meio para trazer melhorias para comunidade, ao mostrar problemas e cobrar soluções.

Referências bibliográficas

BISTANE, Luciana; BACELAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Comtexto, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Tradução: Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. , 1997.

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



HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (org). **Teorias da Comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul: Manual de Comunicação**. 2.ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

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

PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é Notícia: os bastidores do telejornalismo**. 4 ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

_____, Alfredo Eurico Vizeu. Telejornalismo: das rotinas produtivas à audiência presumida. In PEREIRA JUNIOR, A.E.V. (Org.) ; PORCELLO, Flávio Antônio Camargo (Org.) ; MOTA, Célia Ladeira (Org.) . **Telejornalismo : a nova praça pública**. 1. ed. Florianópolis: Editora Insular/Pos-Jor UFSC, 2006.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Florianópolis, UFSC, v.2, n. 1, p. 95-107, 1º semestre de 2005.

VILLELA, Regina. **Profissão: Telejornalista de TV. Telejornalismo aplicado na Era Digital**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1999.