



O Local/Regional ganha espaço no Bom Dia Rio Grande do Norte¹

Lorena Aracelly Cabral de OLIVEIRA²

Valquiria Aparecida Passos KNEIPP³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Analisaremos o telejornal matinal Bom Dia RN exibido pela Intertv Cabugi afiliada da Rede Globo sob a ótica da mídia regional e local, buscando entender sua linguagem. O instrumental metodológico baseou-se em pesquisa bibliográfica e observação. A motivação e justificativa deste estudo se deve a estrutura que propõe uma nova forma de fazer jornalismo e apresentar conteúdos, onde a informação, a opinião e interpretação contribuem como representação deste método utilizado pela mídia regional/local. Os fundamentos teóricos basearam-se em autores como Coutinho e Peruzzo com foco em mídia regional e local.

PALAVRAS-CHAVE: telejornal; mídia regional; local; linguagem; informação.

INTRODUÇÃO

O poder exercido pelos meios de comunicação de massa, especificamente a TV têm grande importância na formação da opinião pública. Com a necessidade de se informar, o telejornalismo assume esse papel fundamental sendo considerado como principal fonte de informação dos acontecimentos cotidianos locais, nacionais e internacionais para a maioria dos brasileiros (FECHINE e LIMA, 2009, p. 272). Fato que é confirmado pela Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 que diz que as 79% das pessoas assistem à televisão, principalmente, para se informar.

Entendemos o telejornal como “o lugar onde se dão atos de enunciação a respeito dos eventos” (MACHADO, 2005, p. 105). Com isso compreendemos que o telejornal informa os espectadores sobre o que ocorre de mais relevante (segundo suas próprias motivações).

No âmbito local, o telejornalismo tem a função de mostrar as histórias de cidadãos e problemas que serão reconhecidos pelo público que assiste uma vez que a

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de junho de 2015.

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Radialismo da UFRN, email: lorycaoly@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da UFRN, e-mail: valquiriakneipp@yahoo.com.br.



população se verá representada na televisão. Peruzzo (2002, p.75) afirma que “a mídia local se ancora na informação gerada dentro do território de pertença e de identidade em uma dada localidade ou região”.

Esta análise justifica-se em virtude da importância de estudar essa nova forma de fazer jornalismo e apresentar conteúdos levando em consideração sua influência local. Salienta-se, que as questões pertinentes às suas realidades é de extrema importância pois contemplam as peculiaridades das culturas locais. Assim, podemos pensar que a forma como a informação é apresentada gerando uma mensagem específica contribuem para a interpretação do público.

Quanto a metodologia empregada nessa pesquisa a coleta de dados se deu tanto por levantamento bibliográfico, onde será desenvolvida a partir de material já elaborado pertinente ao tema, constituído principalmente de livros e artigos científicos como também através do método da entrevista e da observação do telejornal matutino Bom Dia RN, realizada durante a semana de 11 a 15 de maio do corrente ano. Dencker e Da Viá (2008) afirma que:

a observação permite ao pesquisador obter informações sem que seja necessária a colaboração de grupos ou de pessoas. Entretanto, embora seja possível utilizar a técnica de observação independentemente de outras técnicas de coleta de dados, de modo geral ela é empregada de forma combinada com outros métodos para a obtenção de informação. (DENCKER e DA VIÁ, 2008, p.145).

O Bom Dia RN se enquadra nestes fenômenos contemporâneos porque nos últimos anos apresentou uma crescente ampliação de sua exibição diária saiu de trinta minutos para uma hora e meia de duração do telejornal, sendo relevante o estudo e acompanhamento do mesmo.

O Telejornalismo na Mídia Local

Identificamos o local segundo Wilder Molina (2002) como sendo o espaço em:

que os grupos sociais se articulam através de relações de intercâmbio econômico, simbólico e cultural, onde são visíveis os valores, os eventos históricos locais, as festas religiosas, as relações de parentesco, quer dizer, todo um sistema cultural compartilhado por seus membros (WILDER MOLINA, 2002, p. 10).



Nisso há uma preocupação de se noticiar os acontecimentos locais para estes grupos, uma vez que a grande mídia dará maior visibilidade aos conteúdos oriundos dos grandes centros.

Lima (2009, p.43) diz que a informação coloca, em primeiro lugar, lógico e histórico, a aparição de uma mídia local, que cumpre assim, de imediato, o âmbito de convivência social. Entretanto, os telejornais percebendo a importância de se noticiar problemas como: um buraco na rua; a falta de energia no bairro ou a falta de atendimento no posto de saúde torna pertinente o papel da mídia local ou regional na sociedade atual.

Peruzzo (2005, p. 74) afirma que “já está bastante claro que o fato da globalização – da universalização ou da ocidentalização do mundo, como preferem alguns – impulsiona uma revalorização do local, ao invés de debelá-lo, como se prognosticou num primeiro momento”. Portanto, o telejornalismo é peça fundamental na construção de identidade local como afirma Vizeu e Correia (2006) pois torna-se lugar de referência para o telespectador. Assim a notícia local gera uma relação de identificação com o telespectador uma vez que os acontecimentos são os que atingem em seu cotidiano mais próximo.

Jean-Marie Launay (apud Camponez, 2002, p. 110), ressalta que “quem diz imprensa regional, diz informação local”. Essa informação local destaca o que é de fato importante para os espectadores locais, investindo em particularidades e em como a notícia será contada. Em termos gerais os assuntos são os que afetam diretamente a vida das populações em seu local de moradia e na vida cotidiana. As principais características dessa mídia local são unir em um mesmo processo identidade, lugar, cotidiano e proximidade (SILVA, 2010).

Coutinho (2008) denomina telejornal local como:

aquele que é produzido na mesma área de emissão do canal, enquanto o telejornal regional seria aquele produzido em parte da área de penetração do canal (em geral nas cidades-pólo em que se localiza a sede da emissora), mas cujo material se destina a uma mesma região geocultural (COUTINHO, 2008, p. 105).

A informação de proximidade é a principal característica do jornalismo regional/local. O noticiário Bom Dia RN é gerado da capital Natal para todo o estado do Rio Grande do Norte. Temer (2002) ressalta a importância da cidade polo:



no telejornalismo da Rede Globo, a cidade é o pólo onde tudo acontece, onde a vida social e política e, sobretudo, a econômica segue um ritmo acelerado. No interior e nas periferias, estão os despossuídos, os que nada têm (TEMER, 2002, p. 128).

Na mídia regional suas reportagens têm como base personagens e assuntos locais. Coutinho (2008) diz que:

ao inserir em sua programação, especialmente nos telejornais, imagens do cidadão comum, de entrevistados que estão nas ruas, prontos a dar sua opinião e ter sua imagem multiplicada, a emissora busca reconstruir sua marca local, de realização do que se denominou jornalismo de proximidade (COUTINHO, 2008, p. 105).

É perceptível que o meio de comunicação local e o que melhor apresenta a possibilidade de mostrar na íntegra os acontecimentos e a vida em determinadas localidades, pois está inserido no contexto dos fatos. A programação busca oferecer notícias com qualidade para a população com foco na comunidade, para que os espectadores se identifiquem com sua cultura e comportamento.

A mídia regional/local tem o compromisso de dar vozes a população autóctone. Fernandes (2006, p.74) diz que “ultrapassar a ‘linguagem autoritária’ para se converter em voz dos que não têm voz, de quem luta contra a violência que procede da injustiça, da miséria e do abandono em que são relegados às minorias marginalizadas”.

O Bom Dia RN

No ar desde 1987 inicialmente com meia hora de duração, quando a partir de 2010 passou a cinquenta minutos, começando as 06h30min. Em dezembro de 2014, com a criação do Hora Um da Notícia, todos os telejornais matutinos da Rede Globo passaram a ter uma hora e meia de duração, começando as 06h da manhã. O telejornal apresenta um crescente processo de ampliação da sua exibição, sendo o horário triplicado desde sua estreia.

O telejornal vai ao ar de segunda à sexta-feira dividido em cinco blocos com a apresentação de Murilo Meirelles. Segundo o site da Intertv Cabugi⁴ o Bom Dia RN conta com entrevistas ao vivo no estúdio e nas ruas, aborda questões de interesse público, economia, política, tecnologia, desenvolvimento social e infraestrutura. O conteúdo da edição é reforçado com as matérias produzidas em Mossoró. Segundo Diana Barreto, editora chefe do Bom Dia RN, Mossoró contribui enviando matérias regularmente a partir de 1990, ano em quem foi instalada a sucursal naquela cidade.

Os Esportes também são contemplados na edição e conta com entrevistas, comentários esportivos onde o telespectador é informado quanto às notícias do futebol potiguar e demais modalidades esportivas.

O Bom Dia RN é líder de audiência de acordo com os números do IBOPE com mais de 950 mil telespectadores com alcance absoluto em novembro de 2014, segundo o marketing da própria emissora. Diana Barreto informa⁵ que o noticiário apresenta “22 pontos no Ibope sendo 56% de share”⁶.



Figura 1: Anúncio veiculado pela Intertv Cabugi.

A apresentação acontece com a figura de um jornalista ancorando o telejornal no estúdio. O cenário não possui bancada, onde o apresentador conta com mais espaço

⁴ Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/rn/intertvrn/>

⁵ Informação concedida em entrevista por email em maio de 2015.

⁶ Conceito de aferição do nível de audiências de um programa nos meios audiovisuais, onde a verificação da porcentagem do número de espectadores desse programa é relativo aos níveis de outros programas concorrentes que ocorram no mesmo período.



para a caminhar e interagir com os telões, como também com os comentaristas/consultores. Diariamente são apresentadas duas entrevistas no estúdio e no lugar são dispostas algumas poltronas, o que percebemos então “perguntas e respostas se alongam, o respeito ao entrevistado e ao público aumenta” (PRIOLI apud. SOUZA, 2004, p. 148).

O noticiário BDRN apresenta algumas características do jornalismo de serviço ou como define Temer (2002) notícias e serviços nos telejornais da Rede Globo. Parrat (2008, p. 32) explica que se ocupa em proporcionar uma variedade de ferramentas necessárias para as atividades práticas da vida diária do cidadão, isso em forma de guias, listas ou conselhos. São exibidas nas edições diárias informações do trânsito, previsões do tempo entre outras.

Becker (2004, p. 93) diz que “os assuntos são arrumados, reunidos e inseridos em campos temáticos na produção jornalística, de modo geral conhecida por editorias”. No Bom Dia RN, os jornalistas são dispostos em externas onde conseguimos perceber claramente a divisão por editorias, como é o caso do jornalista Marksuel Figueredo responsável pelas notícias da área de Polícia e o jornalista Antônio Netto responsável pela editoria de esportes.

Apresentando algumas características singulares o telejornal Bom Dia RN exhibe em sua grande maioria matérias do dia anterior haja vista que o noticiário vai ao ar nas primeiras horas da manhã, ocorrendo assim uma repetição de assuntos. Outra característica é grande incidência de entrevistas ao vivo que ocorrem tanto no estúdio quanto em externas. Segundo Diana Barreto, ocorre uma média de seis entrevistas:

duas entrevistas em estúdio, uma no link de Mossoró, uma no link de Natal, uma no mochilink. Essa é uma média, mas pode variar porque normalmente o repórter faz mais de uma participação. Temos também um outro equipamento portátil, o teradeck. Com ele o repórter faz as entradas factuais com ou sem entrevistado (BARRETO, 2015)⁷.

O perfil do telejornal matutino apresenta reportagens mais leves ao estilo soft news e conta mais tempo para exibição o que confere a maior abertura para os apresentadores tecerem comentários. Como por exemplo, reportagem sobre Luteria que é a prática da construção e manutenção de instrumentos musicais, exibida dia 11 de maio

⁷ Informação concedida por Diana Barreto em entrevista por email em maio de 2015.



ou a matéria sobre o coral de funcionárias do Hospital Walfredo Gurgel situado na capital do estado exibida dia 13 de maio.

Souza (2002, p. 26) diz que as soft News são como “notícias ‘brandas’, referentes a ocorrências sem grande importância e que, geralmente, são armazenadas e apenas difundidas quando tal é conveniente para a organização noticiosa”.

No Bom Dia RN o âncora divide com os repórteres a apresentação do telejornal uma vez que o apresentador chama a matéria e esta por sua vez é reapresentada pelo repórter na externa, por muitas vezes a entrada do repórter é justificada apenas para que chame novamente a matéria. Fechine (2006) comenta esse fato:

quando a sequência é direta (entrada “ao vivo” do repórter), a delegação actancial é feita sem que haja um deslocamento temporal: repórter e apresentador, no caso, compartilham o mesmo agora enunciativo. Esta concomitância é inscrita no enunciado englobado pela logomarca “vivo” no canto da tela (FECHINE, 2006, p.2).

O noticiário conta ainda a presença de consultores e comentaristas em determinadas áreas como economia com o Prof. Dr. Zivanilson Silva, negócios com o consultor empresarial Jussier Ramalho, saúde e qualidade de vida com a preparadora física Leila Maia e o comentarista esportivo Augusto César Gomes. A presença dos consultores concede credibilidade à informação porque além de explicar os acontecimentos e/ou problemas ele também orientam o público.

O link ao vivo direto de Mossoró ocorre diariamente desde abril de 2015 após a inauguração da Intertv Costa Branca e tem o encargo de trazer as notícias não somente de Mossoró como também de toda região oeste, alto oeste, vale do Açu e demais regiões do interior do estado⁸. Suas notícias sucedem em torno do velho trinômio: política, sociedade e polícia (SANTOS, 2009). No dia quinze de maio a jornalista Sara Cardoso fez duas entradas ao vivo no telejornal, a primeira informando sobre a criação de três novos cursos na Universidade Federal do Semi-Árido (UFERSA) no campus de Pau dos Ferros e entrevistando o pró-reitor de graduação da instituição e a segunda noticiando um crime no interior, mas especificamente, na cidade de Baraúnas.

O Bom Dia RN também conta com quadros exibidos semanalmente as segundas-feiras como o *Papo de Concurseiro* que tira dúvidas e ajuda no plano de

⁸ Mesmo com a chegada da Intertv Costa Branca no último dia 27 de março de 2015 para as regiões oeste, central e agreste potiguares o Bom Dia RN é gerado em Natal e retransmitido para todo o estado do Rio Grande do Norte.



estudos dos futuros concursados. Já o quadro *Eu Atleta*, apresenta dicas sobre treinos, saúde, nutrição e equipamentos. Durante a semana que observamos o telejornal entre 11 e 15 de maio foi exibida uma série com três reportagens sobre a preparação para o parto, o método, a estrutura do atendimento e humanização intitulada *Chegou a Hora* apresentada pela jornalista Heloisa Guimarães.

O telejornal faz uso de algumas notícias do portal G1 da própria emissora, exibindo nos telões sua página e tecendo comentários acerca do assunto. Percebemos a utilização de expressões regionais, coloquialismo e/ou gírias na fala dos repórteres e apresentador como a que ocorreu no dia 14 de maio ao comentar a notícia do portal G1 sobre a final da Taça Cidade do Natal de Futebol de Salão o apresentador fez uso da expressão “0800 geral” para dizer que o jogo teria entrada gratuita.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebendo o crescente o interesse das pessoas em ver conteúdos ligados ao entorno de sua moradia, como também de sua região, o telejornal sendo a principal fonte de informação da população brasileira se adequou as mudanças ocorridas nestes cenários regionais e locais onde houve uma queda nos modelos antigos de produção e transmissão de notícias bem como, a organização delas na edição do noticiário, exibindo assim as que realmente seriam interessantes para a comunidade.

Na realidade, os telejornais tendem a noticiar somente o que é conveniente segundo os seus interesses mercadológicos. Entretanto, existe um busca pela proximidade com seus espectadores, tentando entender suas demandas e procurando ser o porta-voz dos problemas comunitários.

O Bom Dia RN incorporou a informalidade tanto nas falas de seus repórteres e apresentador quanto na forma de fazer jornalismo dando mais evidência as matérias comentadas, entrevistas e links ao vivo que dizem ao espectador “estamos perto de você, de onde a notícia realmente ocorre”.

Há de se compreender que apenas noticiar não é suficiente, os jornais devem confrontar e debater como também inserir novas formas que se diferenciem das apresentadas pelas grandes redes e que privilegiem o local em detrimento do nacional/internacional. Sentimos ausência nessas transmissões matinais de reportagens que deem “voz” a população, visibilidade e discuta que tipo de autoimagem o receptor



tem de si próprio. Onde ressalte a importância de personagens locais de sucesso como também tradições culturais etc.

O BDRN poderia apresentar matérias que enalteçam a identidade local e a diversidade cultural do Rio Grande do Norte já que está presente em todo o estado e é líder de audiência no horário. Peruzzo (2003) ressalta que o público quer se ver na TV, “elas buscam suas raízes e demonstram interesse em valorizar as “coisas” da comunidade, o patrimônio histórico cultural local e querem saber dos acontecimentos que ocorrem ao seu redor”.

REFERÊNCIAS

BARRETO, Diana. **BOM DIA RN** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <lorycaoly@hotmail.com> em 25 maio 2015.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** – Brasília: Secom, 2014.

BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal: Um Estudo da Cobertura dos 500 anos do Descobrimento do Brasil.** Beatriz Becker: E-papers Serviços Editoriais, 2005. 2ª edição.

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

COUTINHO, Iluska. Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento. In VIZEU, Alfredo (org). **A sociedade do telejornalismo.** RJ Vozes, 2008. p. 91-105.

DENCKER, Ada de Freitas Manetti. DA VIÁ, Sarah Chucid. **Pesquisa Empírica em Ciências Humanas (Com ênfase em comunicação).** São Paulo: Editora Futura: 2008.

DUARTE, M. Y. M. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2006. p. 215-235.

FECHINE, Yvana; LIMA, Luisa Abreu e. **Por uma sintaxe do telejornal: uma proposta de ensino.** Revista Galáxia, São Paulo, n. 18, p.271-283, dez. 2009.

_____. **Tendências, usos e efeitos da transmissão direta no telejornal.** 2006. Disponível em: <<http://www.pucsp.br/cps/pt-br/arquivo/Biblio-Yvana3.pdf>> Acesso em 16 mai 2015.

FERNANDES, Francisco Assis M. (Parte 1, Capítulo 3). **Televisão e Cidadania no Contexto Regional.** In: SOUSA, Cidoval Morais de (org). **Televisão Regional, globalização e cidadania.** Rio de Janeiro: Sotese, 2006.



LIMA, Maria Érica de. Regionalização midiática: conceitos e exemplos. In: **Estudos de mídia regional, local e comunitária**. MARÇOLLA, Rosangela; REIS DE OLIVEIRA, Roberto. Marília: UNIMAR, São Paulo: Arte & Ciência, 2008. P. 43-75.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 3 ed. São Paulo: Senac, 2005.

PARRAT, Sonia Fernandez. **Gêneros periodísticos em prensa**. Quito: Ciespal, 2008.

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

_____. **Mídia Local e suas Interfaces com a Mídia Comunitária**. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG – 2 a 6 set. 2003.

SANTOS, Regiane. **Um caminho para o jornalismo no interior**. In: Observatório da Imprensa. 21 abr 2009. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitos/um-caminho-para-o-jornalismo-no-interior/>> Acesso em: 16 mai 2015.

SILVA, Paulo Celso da. Verbetes: **Comunicação local**. Enciclopédia Intercom de Comunicação, v. 1, p. 283, 2010.

SOUSA, Jorge Pedro de. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Argos, Chapecó, 2002.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na Televisão Brasileira**. São Paulo: Summus Editorial, 2004.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **Notícias e serviços: um estudo sobre o conteúdo dos telejornais da Rede Globo**. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, a. 23, n. 37, p. 125-144, 1o. sem. 2002.

VIZEU, Alfredo Eurico & CORREIA, João Carlos. **A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência**. In: SBPJor 2006, Porto Alegre. Anais... Porto Alegre: 2006.

WILDER MOLINA, A . **Sociedad local y municipio**. La Paz: Fundación PIEB, 2002.