

AS REPRESENTAÇÕES DO TERRITÓRIO: AS REGIÕES DO RIO GRANDE DO SUL NO PROGRAMA JORNAL NACIONAL

TERRITORIAL REPRESENTATIONS: THE REGIONS OF RIO GRANDE DO SUL IN THE JORNAL NACIONAL

Angela Cristina Trevisan Felippi

Universidade de Santa Cruz do Sul – Rio Grande do Sul – Brasil

Fabiana Quatrin Piccinin

Universidade de Santa Cruz do Sul – Rio Grande do Sul – Brasil

Resumo: O estudo que aqui se apresenta busca compreender como a produção jornalística opera e as implicações dessa operação nas representações do território, a partir da dinâmica da produção do telejornalismo de alcance nacional. O recorte para o artigo está no estudo do funcionamento da produção da emissora afiliada à Rede Globo no Rio Grande do Sul, a RBS TV, em relação à cobertura das regiões do Rio Grande do Sul para o programa Jornal Nacional, da Rede Globo. Baseia-se em revisão de literatura e em entrevistas com três jornalistas da RBS TV, realizadas em 2011. Os resultados apontam para a representação de um “certo território” construído no discurso midiático a partir de marcas estereotipadas e folclóricas.

Palavras-chave: Região, Representação, Telejornalismo

Abstract: This paper seeks to understand how the journalistic production operates and the implications of this operation in territorial representations, based on the dynamics of TV news production of national coverage. The sample for this article is the workings of RBS TV, a station in the state of Rio Grande do Sul affiliated with Rede Globo (the largest TV network in Brazil), as related to the coverage of the regions of Rio Grande do Sul for Rede Globo's “Jornal Nacional” (national evening news). It is based on literature review and interviews with three journalists from RBS TV, held in 2011. The results point to the representation of a “specific territory” built in media discourse from stereotypes and folkloric brands.

Keywords: Region, Representation, TV Journalism

Introdução

A configuração do sistema midiático no contexto contemporâneo ajuda a compreender como o jornalismo torna-se decisivo na estruturação dos imaginários coletivos e em sua cristalização nos discursos simbólicos das instituições, bem como na constituição das identidades dos grupos sociais. O papel que o jornalismo tem desempenhado na formação da agenda pública na contemporaneidade é sem precedentes e decorre da expansão tecnológica, da revolução da informática e do crescimento dos negócios de comunicação. Dinâmicas intensificadas pela globalização da produção de mercadorias e de circulação de pessoas pelo planeta

que, por sua vez, são viabilizadas pelos sistemas de comunicação e de informação que possibilitam trocas de informação. (MORAES, 2001).

Na mesma medida em que a informação torna-se continuamente mais globalizada, os meios de comunicação produzem a partir e também para determinado país ou região – essa aqui entendida como sendo o conjunto de relações culturais entre um grupo e um lugar particular – discursos, frutos da apropriação simbólica de uma porção de espaço por um determinado grupo (LOBATO CORREA, 1997). Assim, a mídia exerce função importante nos seus espaços de atuação, ao dar conta do que ocorre nesses espaços, “traduzindo” o mundo para a população que está a seu alcance. Faz circular os acontecimentos sociais, políticos, culturais e econômicos tornados notícias¹ a partir de uma perspectiva mais própria daquele determinado território gerador da informação, por meio de construções discursivas que nutrem o simbólico, os imaginários, construindo representações sobre esses territórios e suas populações. A representação é o processo de utilização da linguagem para construir significados, que se dá por meio de sistemas de representação, da forma como os homens representam o mundo (HALL, 1997). Ou, nas palavras de Woodward (2000, p.41), “É na construção dos sistemas classificatórios que a cultura nos propicia os meios pelos quais podemos dar sentido ao mundo social e construir significados”.

Nessa perspectiva, a apropriação do território também se dá através das representações simbólicas e da construção das identidades experimentadas por esses atores. De acordo com Abramovay (1998), “um território representa uma trama de relações com raízes históricas, configurações políticas e identidades que desempenham um papel ainda pouco conhecido no próprio desenvolvimento econômico”, mas que carece ser estudado.

Sendo assim, o estudo que aqui se apresenta busca compreender como a produção jornalística opera e as implicações nas representações do território, a partir da dinâmica da produção do telejornalismo de alcance nacional, tomando o caso do Jornal Nacional. O recorte para este artigo está no funcionamento da produção jornalística estudada por meio do Núcleo Globo da RBS Tv, emissora afiliada à Rede Globo no Rio Grande do Sul e pertencente ao grupo Rede Brasil Sul de Comunicações – RBS – maior grupo regional de mídia do Brasil. O Núcleo Globo é o responsável pela produção e envio de conteúdo jornalístico para os programas da Tv Globo, incluindo o Jornal Nacional. Para compreender como é feita a cobertura das distintas regiões² do Rio Grande do Sul no Jornal Nacional e

¹ Neste estudo, o termo notícia(s) está sendo acionado de forma genérica para tratar dos distintos gêneros informativos do jornalismo.

² Há várias divisões regionais adotadas para o Rio Grande do Sul, que se originam de divisões do território dadas pela ocupação populacional, ou pela organização econômica ou política (administrativa), ou mesmo pelas características naturais e culturais. Particularmente nos interessa neste estudo a divisão regional estabelecida pelo grupo afiliado à Rede Globo no Rio Grande do Sul, a Rede Brasil de Comunicações (RBS), que divide o estado em 11 regiões, correspondentes a suas praças. São elas: RBS TV Caxias do Sul, RBS TV Passo Fundo, RBS TV Erechim, RBS TV Cruz Alta, RBS TV Santa Rosa, RBS TV Uruguaiana, RBS TV Bagé, RBS TV Santa Maria, RBS TV Santa Cruz do Sul, RBS TV Pelotas, RBS TV Rio Grande. As praças levam o nome das cidades em que estão sediadas, que são cidades polos regionais.

refletir sobre as representações que daí advêm, além da recuperação bibliográfica, foram realizadas entrevistas junto aos profissionais do Núcleo Globo da RBS Tv. Nesta perspectiva, o artigo parte da compreensão das características de operação do telejornal e de seu processo produtivo, localizando o jornalismo de Tv e sua relevância na contemporaneidade. E, deste modo, trata da operação em rede, e nela trata de como se dá a regionalização da produção para, então, partir para a análise da produção regional de notícias para o Jornal Nacional, com base no estudo da RBS Tv; onde se busca apontar para os resultados.

Operações do telejornalismo

As características do telejornal, em que o tempo e a tecnologia são elementos fundamentais no processo produtivo, torna-o local fértil na produção de estereótipos, padronizações, homogeneizações, espaço para os discursos do senso comum e do *establishment*, especialmente num programa como o telejornal Jornal Nacional, com características massivas e em televisão aberta, conforme já tratado em trabalhos anteriores por Felippi *et al.* (2011). Por isso, dificilmente esse telejornal consegue dar conta da pluralidade e diversidade regional de um território como o do Brasil, especialmente num programa que precisa apresentar, além da realidade nacional, a internacional, em pouco mais de trinta e cinco minutos diários, distribuídos em notícias ou reportagens com duração de trinta segundos a (raros) cinco ou mais minutos.

Essa dinâmica faz pensar, a partir das instâncias da produção, como o Rio Grande do Sul e suas particularidades regionais passam pelo processo de industrialização de sua cobertura. E, ainda, como suas especificidades culturais, étnicas, geográficas, políticas, econômicas e sociais são compreendidas pela produção e como aparecem no conteúdo final do telejornal. Do ponto de vista infraestrutural, é importante salientar que a condição periférica do Rio Grande do Sul, tanto geograficamente, quanto de concentração de mídia, implica um menor conhecimento sobre a realidade do estado por parte da produção nacional do programa, bem como uma maior dificuldade desse território ao acesso aos espaços no telejornal, em que pese a emissora contar com uma afiliada local, a Rede Brasil Sul de Comunicações – RBS³. Esses são disputados com maior propriedade pelos territórios mais próximos do local de gerenciamento do programa, que, por sua vez, também são centros econômicos, políticos e midiáticos mais influentes no país (FELIPPI *et al.* 2011).

É importante lembrar que, como agente simbólico, o jornalismo de televisão tem desempenhado um papel estratégico desde as primeiras transmissões das emissoras na construção da credibilidade do veículo e na conquista de sua

³ A RBS é composta, nos dois estados, por sete jornais diários, uma revista, 24 estações de rádio AM e FM, três portais de *internet*, dezoito emissoras de televisão afiliadas, duas emissoras de TV locais denominadas comunitárias e um canal nacional voltado para o agronegócio. Outros empreendimentos do grupo incluem gravadora de discos, empresa de distribuição, produtora de vídeo, assessoria em marketing para jovens e organização de eventos, além de uma fundação para ações de responsabilidade social. (REDE BRASIL SUL DE COMUNICAÇÃO, 2012)

legitimidade como agente formador da opinião pública, especialmente por seu compromisso com a retratação “fiel” dos acontecimentos. O telejornal é o responsável, dentro da grade de programação da Tv, pela produção e divulgação de notícias, e, como tal, apresenta-se como o porta-voz dos acontecimentos por meio dos quais os telespectadores pensam tomar conta dos principais fatos e notícias que se sucedem no dia. “Os telejornais são produtos de informação de maior impacto na sociedade contemporânea e as principais fontes de informação para maioria da população brasileira”. (BECKER, 2004, p. 9).

Quanto ao Jornal Nacional, esse, dentre os quatro telejornais diários da Rede Globo⁴, foi o primeiro a operar em rede nacional no Brasil. De forma ininterrupta, está desde 1969 no ar e se transformou, ao longo desse período, num dos telejornais com maior audiência no horário nobre. O programa conquistou credibilidade, tornando-se sinônimo para a grande maioria das pessoas do próprio conceito de telejornalismo. Mantém-se líder de audiência e um ícone importante do jornalismo de televisão, embora essa audiência tenha sofrido algumas quedas a partir da década de 1990.

Toda história, aliás, do Jornal Nacional, o referencia como um grande marco na sociedade brasileira. A apresentação do telejornal ao país pela Rede Globo foi um grande acontecimento por oferecer-se como o programa “integrador” de um Brasil novo (BORELLI e PRIOLLI, 2000). Teve forte apoio financeiro e técnico do governo militar nos anos de 1970, que tinha interesse na integração nacional e nas comunicações como sustentáculos ideológicos dos seus governos.

O posicionamento dos telejornais da Rede Globo também resulta da própria posição da emissora e do grupo do qual fazem parte as Organizações Globo⁵. O sistema de teledifusão da Rede Globo conta com cinco emissoras próprias e 121 emissoras afiliadas no país, cobrindo a quase totalidade dos municípios brasileiros (BONNER, 2009). A Rede Globo começou a se expandir em 1972, tendo como objetivo consolidar a programação no país e, ao mesmo tempo, estabelecer relações, especialmente econômicas, nas diferentes regiões e Estados. Aproveitou o momento tecnológico, político e econômico que exigia inovação, seguindo tendência internacional de uso das tecnologias de micro-ondas e satélites geradores de novos mapas de cobertura.

Produção em rede e regionalização

Depois de se fortalecer nas capitais, o objetivo da Rede Globo foi se expandir por todo o território nacional, para além das regiões metropolitanas do Rio de Janeiro e de São Paulo. O projeto de regionalização ganhou impulso com a

⁴ Atualmente, a Rede Globo mantém os telejornais Bom Dia Brasil (manhã), Jornal Hoje (início da tarde), Jornal Nacional (noite, por volta de 20h20min) e Jornal da Globo (final da noite/início da madrugada).

⁵ As Organizações Globo são conduzidas por meio da *holding* Globopar, que inclui serviço de Tv aberta, TV paga, programação de Tv paga, telecomunicações, publicações, fotografia, imobiliária, rádios, jornais e agência de notícias.

implantação no seu organograma de um setor específico para atender as suas afiliadas (FERNANDES, 1996). A operação se deu por meio da incorporação de afiliadas regionais e da relação via o estabelecimento de uma rede axiomática – *network* - constituída da cabeça de rede e de suas emissoras afiliadas. A cabeça de rede opera a partir de um ponto central que controla a emissão, retransmitindo a programação verticalmente e recebendo produção mediante pedidos previamente feitos à sua afiliada.

A operação em rede, para Williams (1990, p.13), estabelece-se como o próprio fundamento da lógica da tecnologia de radiodifusão, determinando o sentido do fluxo de informação interposto entre a cabeça de rede e as regiões. E é esse fluxo, como se disse, posto em uma relação vertical e padronizada que, na sua operacionalização, não consegue dar conta das diversidades regionais especialmente porque, para além do acordo firmado entre a emissora cabeça de rede e suas afiliadas, esta, ao centralizar as decisões, exerce poder em relação às TVs regionais. Segundo Kurth:

Os resultados indicam que a estrutura de rede, embora estabeleça responsabilidades recíprocas, favorece um sistema que engendra dispositivos técnicos, estruturais e editoriais a fim de garantir a centralidade da programação pela cabeça de rede. Esta hierarquia do nacional sobre o local limita a autonomia das regiões distantes do Sudeste de se auto-representarem culturalmente (KURTH, 2006, p. 91).

A operação em rede implica compromissos estabelecidos entre a cabeça de rede (Globo) e afiliadas, incluindo aí os horários obrigatórios de retransmissão do sinal da Tv Globo que são determinados pela emissora. O padrão das produções também segue orientações rígidas segundo uma cartilha que apresenta os pressupostos do Padrão Globo de Qualidade, criado nos anos 1980. E, ainda, os compromissos econômicos, em que as afiliadas têm que repassar percentuais publicitários arrecadados para a cabeça de rede. No caso dos telejornais, no Brasil inteiro os programas regionais seguem o mesmo padrão de vinhetas, blocos, cenário e apresentação (KURTH, 2006).

O Jornal Nacional tem 35 minutos diários, período em que a produção assume como responsabilidade e objetivo, nas palavras do editor-chefe William Bonner, "(...) mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia, com isenção, pluralidade, clareza e correção" (BONNER, 2009, p. 17). O Jornal Nacional se vale da rede montada pela Globo ao longo das últimas décadas, com emissoras afiliadas nos estados da federação e essas, por sua vez, em sua maioria, com praças e sucursais espalhadas pelo território desses estados, para receber material jornalístico.

O conceito de operação de rede envolve mais do que um grande número de emissoras, próprias e afiliadas, sob a mesma bandeira. Ele pressupõe uma operação sincronizada, exibição conjunta e simultânea da mesma programação, mesma linha editorial dos programas jornalísticos e regras de comercialização idênticas em todas as emissoras.

Tudo trabalha para a eficiência do negócio televisivo. Nem sempre os interesses locais e nacionais são os mesmos, mas, na programação em cadeia, o nacional se impõe sobre o regional e o local. Esta produção de conteúdos uniformes, em um país de dimensões continentais como o Brasil, pode ter conseqüências para a autorepresentação das culturas regionais (KURTH, 2006, p. 91).

Em termos editoriais, a operação verticalizada na produção jornalística de televisão, somada às características dos gêneros noticiosos televisivos, muito comumente resulta em um jornalismo que simplifica, padroniza, estereotipa as regiões, tanto no conteúdo que é enviado pela emissora afiliada, quanto naquele que é produzido localmente sob os revezes e condicionantes de estrutura padronizada. O sistema operacional racionalista tende a simplificar as diferenças na sua prática diária quando da concepção da notícia, do tratamento da pauta e da edição da reportagem (PICCININ, 2007).

Com isso, acaba por apresentar ao Brasil representações convencionalmente estabelecidas sobre as suas regiões, baseadas nas identidades oficiais, nos elementos culturais mais conhecidos e tomados como os caracterizadores de regiões, essas muito mais plurais do que essas representações podem abarcar. A "identidade nacional", portanto, ou a visão que os brasileiros têm de si mesmos e do país, passou a ser mediada fortemente pelo ponto de vista das duas maiores metrópoles. (PRIOLLI, 2000, p.19). Da mesma forma, ocorre uma hierarquização do nacional sobre o regional, quando a "representação de unidade parece tentar naturalizar a sobreposição dos aspectos internacionais e nacionais ante as questões regionais, para justificar ou mascarar a lógica mercantil da produção de informação" (KURTH, 2006, p. 97).

Nas regiões, o quadro nacional se repete na relação entre as cabeças de rede regionais e suas praças. No Rio Grande do Sul, por exemplo, a sede da RBS TV, que é praça da Rede Globo, torna-se ao mesmo tempo a emissora cabeça de rede no estado, na capital Porto Alegre. A partir dela, dá-se a relação com 11 praças da RBS TV distribuídas pelo estado, que operam por meio de um mapa de cobertura que contempla, numa regionalização própria, todo território em que seu sinal é captado, ou seja, todo estado (FELIPPI *et al.* 2011).

As praças estão localizadas em municípios de médio porte. Geralmente são os municípios os que concentram maior população, mais ofertas de serviços públicos e privados e mais recursos econômicos da determinada região. Algumas praças têm sucursais, suas subordinadas, e localizadas em municípios também de médio porte da mesma região da praça (porém geralmente de menor população, oferta de serviços e renda em relação ao município-sede da praça). A relação de hierarquia entre cabeça de rede e praça, e entre praça e sucursal, reproduzem o modelo ditado pela Globo em relação às suas afiliadas (PICCININ, 2007).

É importante, lembra que, é a emissora afiliada quem produz e envia à Rede Globo a maior parte das notícias da sua área de cobertura para a programação nacional. Sendo assim, essas representações não só se reproduzem nas regiões das praças, como no Estado e nacionalmente - e, muitas vezes, até

internacionalmente, porque a Rede Globo mantém canais internacionais (Globo Internacional) - nos quais se reproduz a programação veiculada no Brasil com algumas inserções de produção feita no exterior. A RBS é considerada uma das afiliadas de maior sucesso do sistema Globo. É a emissora líder em horas de produção entre todas as afiliadas da Tv Globo, com 16% de programação local. A parceria com a Rede Globo se deu no final dos anos 60, período também de formação da RBS como rede no Rio Grande do Sul, partindo de jornais e rádios que já possuía e incorporando a televisão.

De forma semelhante à Globo, seu bom desempenho em termos de crescimento ao longo das décadas e hegemonia no Rio Grande do Sul se deve principalmente à valorização de um padrão de qualidade técnica da programação, com investimento nas novas tecnologias e à contínua ênfase na programação regional, o que inclui em seus limites geográficos os traços culturais e o tamanho de cada mercado das regiões do Rio Grande do Sul. A programação da RBS TV é composta basicamente por telejornais locais, por programas esportivos, programas de variedade e um crescente espaço para a ficção.

Dos diferentes níveis de centralidade e poder descritos acima, geram-se várias consequências decisivas na produção jornalística. Uma delas é a tendência da cobertura (jornalística) em privilegiar os municípios onde estão sediadas as praças e as sucursais, tanto por uma questão infraestrutural, como por um entendimento da cultura jornalística da relevância desse município em relação aos demais. Outra consequência é o tipo de representações que essa situação gera, reforçando esses municípios como hegemônicos econômica, política, social e culturalmente na região, a despeito de todas as implicações que isso pode gerar. Ou seja, é da mídia – em grande parte - que se originam os insumos que vão constituir os imaginários a respeito da região que circulam socialmente. E são esses discursos da dimensão superestrutural que vão agir diretamente nas questões infraestruturais, na medida em que pautam o debate, contribuindo na formação da opinião pública e, conseqüentemente, nas decisões governamentais.

É importante lembrar que a contemporaneidade se trata de um tempo marcado pelas visibilidades que a mídia promove, instituindo as conotações simbólicas a respeito do que seja. Basta pensar em algumas construções sobre o Brasil e suas macrorregiões, por exemplo, arraigadas ao senso comum como o Nordeste e a seca, ou o Norte resumido ao desmatamento da Floresta Amazônica, o Centro-Oeste e os conflitos pela posse da terra; o Sudeste 'desenvolvido'; o Sul 'europeu', seja pelo clima, seja pela formação populacional, para ficarmos em alguns exemplos. Portanto, o pensamento e as ações em prol do desenvolvimento de uma região estão vinculados, sobretudo, ao que os indivíduos que ali vivem acreditam e fazem repercutir sobre ela. E onde a mídia, por essa razão, tem função capital.

Em síntese, o sistema de afiliação permite à emissora cabeça de rede, no caso a Rede Globo, um controle de programação e, em última instância, também um controle territorial, como diz Rosario (2008), no qual a tecnologia serve à delimitação de circunscrição de poder, nesse caso, a serviço das demandas do mercado. A integração nacional é antes de tudo a integração de mercados que

gera uma reprodução de hábitos, costumes e valores do eixo Rio-São Paulo para o restante do país através da programação nacional.

Núcleo Globo e a produção para o Jornal Nacional

A RBS Tv do Rio Grande do Sul possui, na cabeça de rede da emissora, na capital, Porto Alegre, um núcleo de profissionais responsáveis por gerenciar a negociação do conteúdo jornalístico com a Rede Globo diariamente. É o Núcleo Globo que conduz a produção das notícias sobre as regiões do Rio Grande do Sul que irão para a cadeia nacional. Esse núcleo se vale da rede de emissoras que a RBS mantém no Rio Grande do Sul para “colher” pautas e produzir notícias para a Globo, tanto aquelas encomendadas pela cabeça de rede, como as oferecidas pela RBS, prevendo o possível interesse do telejornal (FELIPPI *et al.* 2011).

O Núcleo Globo é integrado por um coordenador, três editores e uma produtora. Cabe a eles elaborarem as pautas e as oferecerem aos programas da Globo, entre eles o Jornal Nacional, bem como executarem essas pautas e as que vierem da TV Globo para a RBS TV. Contam com alguns repórteres especiais que são da RBS TV, mas estão preparados para disponibilizar a estrutura de produção para a Globo, incluindo aí os demais repórteres da RBS TV, tanto de Porto Alegre, como das demais praças, que eventualmente podem produzir material para a Globo. O contato com a produção dos programas da Globo é constante e o Núcleo contribui tanto com assuntos factuais ocorridos no Rio Grande do Sul, como com participação em reportagens nacionais (séries) que a Globo faz utilizando-se de informações ou relatos de casos regionais (VARGAS, 2011)⁶.

O Núcleo Globo opera por metas. Uma delas diz respeito ao envio de 28 a 30 vts com a participação de repórter por mês para a Globo. Frequentemente, o número de materiais enviados à emissora ultrapassa essa meta, segundo o coordenador do núcleo globo (VARGAS, 2011). A emissora é a quarta afiliada da Rede Globo que mais coloca material nos telejornais nacionais, o que é fruto, sobretudo, da crença dos jornalistas na necessidade de que o material enviado seja de fato aproveitado, conforme diz Jeferson Pacheco, editor do Núcleo Globo em Porto Alegre⁷:

(...) os jornalistas de toda a RBS TV têm consciência da importância de "entrar" na rede. Então, aproveitamos a nossa estrutura de doze emissoras espalhadas no estado para acompanhar os mais diversos assuntos nos mais distantes pontos do Rio Grande. Seja um temporal na serra ou o início da lavoura da soja região noroeste, nós temos a capacidade técnica e o dinamismo jornalístico de estar no local. (PACHECO, 2011).

⁶ Entrevista realizada com Anderson Vargas, coordenador do Núcleo Globo, em 2011.

⁷ Entrevista realizada com Jefferson Pacheco, editora do Núcleo Globo, em 2011.

Em relação aos critérios de aproveitamento dos vts no Jornal Nacional, o coordenador do Núcleo, Anderson Vargas, explica que o programa está atualmente muito voltado para assuntos internacionais. “hoje, o Jornal Nacional (...) é muito internacional, porque tem notícias de guerra, de conflitos, economia, então esse espaço ele demanda muito” (VARGAS, 2011). Segundo o coordenador, a RBS gostaria de estar mais presente nesse telejornal, ainda que não esteja “descontente” com o aproveitamento atual porque, segundo Vargas, “nosso espaço, nós temos.” (VARGAS, 2011).

A existência do Núcleo está ligada à construção e à manutenção de um padrão de produção (Padrão Globo de Qualidade), comum no país, elaborado pela Globo, que dá conta de linguagem, do formato das notícias e reportagens, da postura do repórter, de um padrão editorial. Anderson Vargas explica que a compreensão e a incorporação das diretrizes do padrão é obtida por meio de intercâmbios e reuniões entre a RBS e a Rede Globo.

(...)a gente afina muito em encontros, eu faço plantão lá, e trago muita coisa, os repórteres fazem intercâmbio e a conversa direta no momento da edição. Por que é assim, a gente faz uma matéria aqui, o repórter traz o material da rua, a gente faz toda a requipagem do material, meio que faz um roteiro, o repórter faz o texto, ou a gente faz junto, aprova aqui, manda pro Rio, aí o editor lá dá uma olhada, aprova também a matéria editada e depois antes do momento de ir ao ar, dois chefes assistem a matéria. (VARGAS, 2011)

A RBS encaminha tanto material pronto para ir ao ar, como material para finalização na Globo. A emissora cabeça de rede tem liberdade para mexer no material enviado. Segundo o coordenador do Núcleo, “pode reeditar, pode acontecer. Normalmente existe lá ajuste de tempo.” (VARGAS, 2011).

No caso dos repórteres, também há preocupação da cabeça de rede em relação à praça na assimilação das diretrizes de pauta, produção e edição de notícias. Para uma das repórteres do Núcleo Globo “...os repórteres participam de encontros da rede e, quando há oportunidade, da edição de matérias especiais, como as do Globo Repórter, no Rio de Janeiro”. (MERLIN, 2011)⁸.

Como analisa Pachler (2006), a constituição da ideia de unidade rigidamente controlada pelo Padrão Globo de Qualidade, que requer a atuação em rede, se dá na relação entre a cabeça de rede e as afiliadas por meio de ações continuamente reforçadas entre ambas. Ainda que as emissoras afiliadas não operem a partir de um manual, essa formatação padronizada às notícias é que contribui para a redução das diferenças e multiculturalidades das notícias regionais, nesse caso são oriundas do Rio Grande do Sul e seguem alguns movimentos (FELIPPI *et al.* 2011).

Além disso, Pachler (2006) lembra oportunamente que os próprios repórteres sentem-se estimulados a fazer a notícia se enquadrar no formato

⁸ Entrevista realizada com Guacira Merlin, repórter do Núcleo Globo, em 2011.

padrão, uma vez que é meta aparecer na rede e especialmente no Jornal Nacional. Dessa maneira, percebe-se que o profissional internaliza a linha editorial, naturalizando as práticas produtivas e editoriais, inclusive com vistas à sua manutenção e ascensão dentro do grupo de comunicação. Como a tarefa não é fácil, porque é fruto de uma disputa de oferta das 121 emissoras afiliadas, nessa corrida todo esforço é válido para tornar-se um repórter em rede que tem, além do prestígio, o salário mais que duplicado. E no mesmo sentido, as emissoras afiliadas não veem o padrão global como uma demanda sacrificiosa e, sim, a crença de que ao se pautarem por essas orientações estão fazendo o jornalismo da melhor maneira e com garantia de qualidade.

No que diz respeito ao envio dos vts aos telejornais da Globo, a repórter Guacira Merlin diz que é justamente a observância dos critérios da cabeça de rede que pode garantir o maior aproveitamento das notícias, que é, de fato, o objetivo da afiliada. Por isso, nesse sentido, há um esforço do repórter na busca de "(...) algum diferencial, uma informação ou imagem exclusiva, um ponto de vista novo, um desenvolvimento do assunto que possa interessar ou afetar a vida do espectador, já que muitas vezes as pautas são as mesmas que estão aparecendo em outras emissoras". (MERLIN, 2011).

Ou seja, para que a notícia seja aproveitada – ou 'emplacada', como se diz no jargão dos jornalistas do Núcleo Globo – é preciso ir em busca do diferencial. É o insólito que, uma vez veiculado na notícia, assume este sentido de representação ordinária e totalizadora de uma determinada região. Significa dizer que o mecanismo de oferecimento de notícias e de aproveitamento das mesmas privilegia e/ou premia, por assim dizer, o trabalho dos repórteres que enfatizem as particularidades e identidades regionais, as quais, ao tratar dos eventos isolados, acabam por traduzir a representação da região e por constituir imaginários sobre ela. Diz a repórter que:

Identidades regionais sempre são interessantes como notícia no JN. Você pode reparar que, datas especiais para diferentes estados sempre têm espaço. Em Santa Catarina, por exemplo, as festas de outubro são muito mostradas. No Nordeste, o carnaval. No Norte/Nordeste, o bumba meu boi. No caso específico das regiões gaúchas, elas são abordadas quando o assunto do Vt está diretamente ligado a isso: o 20 de setembro⁹, por exemplo. Tem a ver com o uso da pilcha, o consumo do churrasco. Ou a Festa da Uva¹⁰, que tem a ver com a imigração italiana e seus costumes na região serrana. Nesses casos, ilustrar essa identidade é parte do que é necessário para que pessoas do outro extremo do país compreendam o VT. (MERLIN, 2011).

⁹ É o Dia do Gaúcho, quando se rememora a Revolução Farroupilha, um dos maiores conflitos da história do Rio Grande do Sul e marco de sua identidade cultural hegemônica.

¹⁰ Festa da Uva é uma festa anual realizada em Caxias do Sul-RS. Faz alusão ao encerramento da colheita da uva, um dos principais produtos agrícolas da Serra gaúcha, que também o transforma em vinho, outro produto que marca a região.

A fala da repórter evidencia bem a sistemática de relacionamento Globo X afiliada em termos de critérios jornalísticos. E se se levar em conta o fato de que a afiliada RBS mais oferece notícias do que recebe pedidos, segundo Vargas e Merlin (2011), e que o material, via de regra, é aproveitado colocando a RBS entre as que mais têm material aproveitado nos telejornais da rede, é possível compreender que, de fato, o Jornal Nacional frequentemente noticie as regiões do Rio Grande do Sul e suas regiões a partir do singular, do diferente. E, como tal, acabe a RBS por ser uma fonte importante de constituição dos imaginários de seus telespectadores a respeito de suas identidades culturais nessas regiões que constituem o Rio Grande Sul, a partir de estereótipos e versões caricatas de suas realidades.

Vê-se que as características desse fluxo operacional trabalham no sentido de reforçar os estereótipos associados a cada região, advindos do município sede da praça. Isto se dá tanto pela valoração editorial do singular, buscando a conquista de audiência, quanto pela inevitável simplificação das identidades na síntese do telejornal condensado em 35 minutos (com notícias com duração em média de 30 segundos a dois minutos), pelo distanciamento geográfico e também, por vezes, cultural, da cabeça de rede em relação às regiões retratadas. É um distanciamento que acaba por reafirmar as versões estereotipadas inclusive no processo de finalização da notícia. Também o próprio engessamento gerado pela relação axiomática, disposta entre a cabeça de rede e as afiliadas, interfere neste processo, por não permitir ousadias e/ou flexibilizações da produção e de novos formatos na experimentação jornalística.

Chama atenção, nesse sentido, a naturalização da sistemática Tv Globo X RBS, pelos jornalistas, de forma que a ideia da singularidade como fator sinalizador do que é pauta para o Jornal Nacional e a forma de condução desta pauta, enfatizando essa singularidade, sequer é cogitada ou discutida. Os jornalistas assumem os modos de operação como naturais e, como dito anteriormente, esforçam-se no sentido de atingir as demandas colocadas.

Considerações finais

A prática jornalística, em função da organização das rotinas produtivas, dos negócios de mídia e dos gêneros, limita as possibilidades de representação dos territórios e das populações. O Jornal Nacional se debate diariamente entre a tentativa de “noticiar” um todo sobre o Brasil - e sobre o mundo, pois tem espaço para notícias internacionais - em seus 35 minutos diários de programação a partir do que de mais importante aconteceu, segundo seus critérios. Está, no entanto, sujeito aos ‘constrangimentos’ do negócio jornalístico, em que tem que atender uma audiência massiva, que ele mesmo criou e que – na avaliação dos produtores – referenda a forma como os temas são tratados. O tratamento dos temas, a pauta, por sua vez, expõe também a tensão das relações de poder entre a rede e suas afiliadas e dessas com suas sucursais, que se sujeitam a produzir dentro do que é aceitável pelo telejornal de modo a garantir espaço, prestígio e, para as empresas jornalísticas, sucesso financeiro do negócio.

Ao escolher determinados acontecimentos para eleger como notícia e certos ângulos de tratamento desses acontecimentos, o Jornal Nacional, por meio de suas praças, constrói representações sobre o Brasil e suas partes. E, nesse cenário, o Rio Grande do Sul ocupa condição periférica no aspecto geopolítico, pela distância com a cabeça de rede, que gera menor conhecimento sobre a realidade do estado por parte da produção do JN e menor poder de pressão das forças sociais em relação a territórios como os do entorno da sede do JN. E é esse constructo sobre o estado que passa a circular simbolicamente na sociedade, interferindo nas identidades dos indivíduos, dos grupos e das regiões, o que desemboca em como esses grupos ou regiões se veem e são vistos e, conseqüentemente, como se posicionam ou são posicionados concretamente na arena das disputas políticas e econômicas.

Por outro lado, o Rio Grande do Sul e suas regiões têm a maior afiliada da TV Globo, que, como emissora e pertencente a um dos maiores grupos de comunicação regional do país, de certa forma, faz um contraponto nesse jogo de forças desigual. Ao se organizar num grupo de mídia forte e representativo localmente, a RBS tem condições de disputar nessa arena espaços para sua produção, muito embora tenha que se sujeitar a certas regras, como aos padrões e formatos de produção e à linha editorial ditada pela TV Globo. Nesse embate, a tendência é que a RBS TV, muito provavelmente, busque no material enviado à cabeça de rede corresponder às expectativas editoriais dessa de modo a conquistar mais espaços na grade do Jornal Nacional, bem como de outros telejornais e em outros programas televisivos.

Dessa forma, percebe-se que as conseqüências que essa 'geografia da mídia' ocasiona em termos de construção de identidade sobre as regiões do Rio Grande do Sul, ou de qualquer outro estado fora do eixo de concentração nacional da mídia, tendem às construções consensuais, geralmente recheadas de estereótipos e folclorizações. E que essas construções, por sua vez, em última análise, atuam nos imaginários das coletividades – tanto no espaço regional como no nacional – constituindo-se, muitas vezes, em resistências e entraves ao processo de desenvolvimento e emancipação dessas comunidades.

Referências

- ABRAMOVAY, R. *Bases para a formulação da política brasileira de desenvolvimento rural: agricultura familiar e desenvolvimento territorial*. Brasília: IPEA, 1998.
- BECKER, Beatriz. *A linguagem do telejornal*. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.
- BONNER, William. *Jornal Nacional: modo de fazer*. Rio de Janeiro: Globo, 2009.
- BORELLI, Silvia H. S.; PRIOLLI, Gabriel (org.). *A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência*. São Paulo: Summus, 2000.
- FELIPPI, Ângela, PICCININ, Fabiana, SILVEIRA, Rogério, ELLWANGER, Rozana. Da praça à cabeça de rede: padrões editoriais na construção de um certo Rio Grande

do Sul na série *JN no ar*. In: *Pesquisa em Telejornalismo*. Resultados e experiências. EMERIM, Cárilda (org.). Novo Hamburgo; Feevale, 2011. 139 p.

FERNANDES, Rosimeire Ap. de Castro. UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. *Depois dos comerciais: o compromisso do telejornal regional com o mercado*. 1996. Dissertação (Mestrado), São Bernardo do Campo: IMS, 1996.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Cultura, Mídia e Educação - Educação & Realidade*. Porto Alegre, v. 22, n 2, p 15-46, jul./dez. 1997.

KURTH, Estela. Representação das emissoras regionais na grade nacional de programação das redes de televisão. In: *Estudos em Jornalismo e Mídia*. Vol. III No 1 - 1o semestre de 2006. Disponível em <http://posjor.ufsc.br/public/docs/75.pdf>. Acesso em 08 jan.2010.

LOBATO CORRÊA, Roberto. *Trajéórias Geográficas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

MERLIN, Guacira. Entrevistador: C. B. Ramos, 2011. [mensagem pessoal] Mensagem recebida por cassioespm@terra.com.br. Entrevista concedida à pesquisa As representações da Heterogeneidade Regional do Rio Grande do Sul no Jornal Nacional, da Rede Globo.

MORAES, Denis de. O capital da mídia na lógica da globalização. In: *Ciberlegenda*. Rio de Janeiro: UFF, n. 6, 2001. Disponível em: <http://www.uff.br/mestcii/denis8.htm>. Acesso em 05/01/2011.

PACHECO, Jefferson. Entrevistadora: C. J. Lopes, 2011. [mensagem pessoal] Mensagem recebida por carolinajlopes@gmail.com. Entrevista concedida à pesquisa As representações da Heterogeneidade Regional do Rio Grande do Sul no Jornal Nacional, da Rede Globo.

PACHLER, Lilian. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. *Televisões regionais: O processo entre Rede Globo e afiliadas*. 2006. 123f. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2006.

PICCININ, Fabiana. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATOLICA DO RIO GRANDE DO SUL. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. "Veja a seguir": a transição do telejornal. Entre a linha de montagem e a rede. 2007. 241f. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2007.

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

REDE BRASIL SUL DE COMUNICAÇÕES. www.rbs.com.br. Acesso em 28 fev.2012.

ROSARIO, Eliane Regina Munhoz. As afiliadas da Rede Globo de Televisão no território brasileiro. *Ateliê Geográfico*. Goiânia, v. 2, n. 4, agos/2008 p.119-137.

SALOMÃO, Virgínia. *Rede de televisão e regionalização da produção audiovisual no Brasil: o caso EPTV*. UNESCO - Congresso Multidisciplinar de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. São Bernardo do Campo - SP . Brasil – 9 a 11 de outubro de 2006. Universidade Metodista de São Paulo. Disponível em http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/6/65/GT2-_REGIOCOM-_20-_Rede_de_Televisao-_Virginia.pdf. Acesso em 27 jun.2010.

VARGAS, A. Entrevistadores: R. Ellwanger e M. Dornelles, 2011. 1 arquivo sonoro (90 min). Entrevista concedida à pesquisa As representações da Heterogeneidade Regional do Rio Grande do Sul no Jornal Nacional, da Rede Globo.

WILLIAMS, Raymond. *Television – Technology and Cultural Form*. London: Routledge, 1990.

WOODWARD, Kathyn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). *Identidade e Diferença*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000, p. 7-72.

Recebido em 14/03/2012.

Aceito para publicação em 15/11/2012.

Sobre as autoras:

Angela Cristina Trevisan Felippi

Doutora em Comunicação pela PUCRS; Professora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da UNISC. E-mail: angelafe@unisc.br

Endereço: Av. Independência, 2293, sala 505. CEP 96815-900 – Santa Cruz do Sul – RS – Brasil.

Fabiana Quatrin Piccinin

Doutora em Comunicação Social pela PUCRS; Professora do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Santa Cruz do Sul. E-mail: fabi@unisc.br

Endereço: Av. Independência, 2293, sala 5348. CEP 96815-900 – Santa Cruz do Sul – RS – Brasil.