

Conhecer, comunicar, transformar: conteúdos contextualizados com o Semiárido na televisão

Fabiola Moura Reis Santos
Ernani Machado de Freitas Lins Neto
Iluska Maria da Silva Coutinho

Resumo:

Este estudo investigou se os jornalistas de emissoras educativas de televisão apreendem os saberes contextualizados sobre os territórios semiáridos e suas sociedades, a partir das matérias e programas produzidos pela *TV Caatinga*, *webtv* da *Universidade Federal do Vale do São Francisco*. Foram aplicados questionários e realizadas entrevistas com profissionais de emissoras parceiras da TV universitária sediadas no Nordeste e Sudeste. O material foi avaliado e comparado com o estudo de exibição de conteúdos da *TV Caatinga* nas referidas TVs, a partir da etnopesquisa contrastiva. Como principais resultados, observou-se que o conteúdo contextualizado com o Semiárido, que possibilita outras formas de representar esses territórios, mais próximas do real e sem distorções, promoveu o acesso e transformação do conhecimento para jornalistas de três emissoras participantes de todas as etapas da pesquisa.

Palavras-chave: Comunicação. Educação. Telejornalismo.

Know, communicate, transform: contextualized content about the Semi-Arid on television

Abstract:

This study investigated whether journalists from educational television stations apprehend contextualized knowledge about the semi-arid territories and their societies, from the stories and programs produced by *TV Caatinga*, *webtv* of the *Federal University of São Francisco Valley*. Questionnaires were applied and interviews were conducted with professionals from partner broadcasters of the university TV based in the Northeast and Southeast. The material was evaluated and compared with the study of the exhibition of *TV Caatinga's* content in the referred TVs, from the contrastive ethno-research. As main results, it was observed that content contextualized with the Semi-Arid, which enables other ways of representing these territories, closer to reality and without distortions, promoted access and transformation of knowledge for journalists from three stations participating in all stages of the research.

Keywords: Communication. Education. Telejournalism.

Recebido em: 07.11.22
Aprovado em: 04.07.23

Fabiola Moura Reis Santos

Professora da Universidade do Estado da Bahia - Uneb, Departamento de Ciências Humanas, Colegiado de Jornalismo em Múltiplos Meios. Jornalista. Mestre em Educação, Cultura e Territórios Semiáridos - Uneb. Doutoranda em Ecologia Humana e Gestão Socioambiental - Uneb.

E-mail: fmrsantos@uneb.br

Ernani Machado de Freitas Lins Neto

Doutor em Biotecnologia, Mestre em Botânica, Biólogo, Professor da Universidade Federal do Vale do São Francisco - Univasf. Docente do Programa de pós-graduação em Ecologia Humana e Gestão Socioambiental - PPGECO da Universidade do Estado da Bahia - Uneb.

E-mail: ernani.linsneto@univasf.edu.br

Iluska Maria da Silva Coutinho

Jornalista e pós-doutora em Comunicação, professora no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF e do PPGCOM-UFJF. Coordena o grupo de pesquisa Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA).

E-mail: iluska.coutinho@ufjf.br

Estudos em Jornalismo e Mídia
v. 20, n. 1, mar./jul. 2023.
ISSNe 1984-6924

Introdução

Ser jornalista é saber ouvir e respeitar. É permitir que o outro expresse seu ponto de vista, subjetividades e conhecimentos. É exercitar diariamente a humildade e se colocar na condição de aprendiz.

A responsabilidade ética de narrar os fatos do cotidiano não permite imposições e vaidades, não compactua com o autoritarismo de quem acredita que domina o conhecimento. Quem segura a caneta ou o microfone não está acima de nada nem de ninguém.

Jornalismo não se faz pela metade, com informação incompleta, seletivamente pinçada a partir da narrativa de quem escreve ou manda escrever. Muito menos com interesses escusos e/ou focados na audiência a qualquer custo.

O Art. 4º do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros deixa claro: “o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação” (FENAJ, p. 1, 2007).

Porém, ninguém está livre da armadilha da “audiência acima de tudo”, especialmente na televisão, que muito embora lide com os elementos atraentes das imagens em movimento e dos sons, e possa mostrar o fato ao vivo, disputa atenção com uma concorrência cada vez maior, principalmente na internet.

Em busca de público e anunciantes, nada na televisão é aleatório. Williams (2016, p. 137) destaca que todas as transmissões nesse veículo de comunicação de grande alcance e inserção “são imediatamente selecionadas e controladas por uma autoridade social existente”. Autoridade que se estende até a redação, um ambiente que reflete parte da sociedade, com suas visões de mundo, crenças e verdades, impostas como pautas e notícias.

Além disso, ainda há as vinculações das emissoras, se são públicas ou comerciais, com maior ou menor autonomia em relação a governos e anunciantes. Especificidades que atuam de forma direta em tudo que vai ao ar e que dificilmente estão explícitas, embora na lei,

(...) a radiodifusão deve levar informação e cultura à sociedade, ajudando-a no acesso à informação independente, no livre trânsito das ideias e na formação crítica dos cidadãos. De modo especial, as emissoras públicas devem liderar, devem destacar-se como referências na busca e no atingimento desses objetivos praticamente universais (BUCCI; CHIARETTI; FIORINI, 2012, p. 13).

Por isso, estar vigilante na precisão de todas as etapas do processo de produção da notícia, da apuração à exibição, é condição fundante do trabalho jornalístico. Ao relatar fatos, a acurácia da apuração não pode ser substituída pela superficialidade, adjetivação ou simplificação.

Este trabalho faz uma reflexão sob a perspectiva da Ecologia das Mídias, que estuda as mídias como ambientes e busca entendê-los para estudar e compreender a condição humana (STRATE, BRAGA E LEVINSON, 2019).

Para os autores, nesses ambientes, a informação só pode ser comunicada por um meio que “inclui o material, mas também incorpora o metodológico, a técnica e a tecnologia. Isso também inclui o código usado para comunicar as informações, pois é comumente entendido que as mensagens são codificadas e decodificadas” (p. 98). Dessa forma, “a informação aparece instantaneamente, desmaterializada e descontextualizada” para reduzir a liberdade e estabelecer o controle.

Enquanto o discurso popular trata a informação como uma necessidade humana básica e um bem absoluto, os estudos das ecologias das mídias consideram que seus benefícios não vêm sem custos e expressam preocupação com a desvalorização e a perda do julgamento humano e da liberdade (STRATE, BRAGA e LEVINSON, 2019, p. 124).

Essa pesquisa também se ampara no conceito do Jornalismo Contextualizado com o Semiárido *Brasileiro* - JCSAB (SANTOS, 2018), que faz o exercício de não repetir fórmulas no processo de produção de conteúdo sobre esses territórios. Uma proposta educativa na área de Comunicação de pautar esses territórios construídos “no jogo entre material e imaterial, funcional e simbólico” (HAESBAERT; ARAÚJO, 2007, p. 37) e sem a limitação do determinismo climático que usa a seca para justificar todas as mazelas e injustiças sociais no Semiárido *Brasileiro* (SAB).

Para Vizeu (2009), as notícias devem ter a preocupação de contribuir para o entendimento do mundo da vida. É o texto televisivo operando de uma forma didática quando a notícia faz uma mediação entre os diversos campos de conhecimento e o público. Como na educação, “ao assumir uma função pedagógica e educativa, o jornalismo se legitima como o lugar de ‘poder mostrar’, de ‘poder dizer’ e de ‘poder analisar’” (p. 80).

Dessa forma, o JCSAB investe nas variadas possibilidades de representações sobre o Semiárido que se aproximem de suas realidades, sem omissões e/ou distorções, com uma diversidade de produção de sentidos, temáticas e abordagens, onde o enfoque jornalístico caminha de forma equilibrada com a proposta educativa.

Uma orientação prática e real de abordagem contextualizada com esses territórios de forma ampliada e precisa, ao contrário da narrativa sustentada no estereótipo, que generaliza, estigmatiza e esvazia o conteúdo.

A *TV Caatinga*, TV via web da *Universidade Federal do Vale do São Francisco - Univasf*, baseia toda sua produção de conteúdo no JCSAB, de forma educativa e informativa. Essa produção não se limita ao site¹ da plataforma digital universitária, mas também é compartilhada com emissoras de televisão aberta e de concessão educativa de várias regiões do país.

Ao garantir que suas produções, fundamentadas numa abordagem contextualizada com o Semiárido, cheguem para outras emissoras de televisão, a *TV Caatinga* proporciona que os jornalistas das TVs parceiras conheçam e apreendam essa proposta de representação educativa desses territórios.

Mas o contato com esse conteúdo impactou de forma que, ao comunicar conteúdos sobre o Semiárido, esses profissionais transformassem a sua abordagem para uma representação educativa e contextualizada com esses territórios? Uma transformação que se reflita na programação e que substitua a retratação distorcida e estereotipada pela representação contextualizada com o SAB.

Dessa maneira, o objetivo desse estudo foi investigar se os jornalistas dessas emissoras educativas de televisão apreendem os saberes contextualizados sobre os territórios semiáridos e suas sociedades, a partir das matérias e programas produzidos pela *TV Caatinga*.

Aplicou-se um questionário e foram realizadas entrevistas com jornalistas de emissoras parceiras da TV universitária sediadas no Nordeste e Sudeste. O material foi avaliado e comparado com o estudo de exibição de conteúdos da *TV Caatinga* nessas emissoras (realizado em uma etapa anterior), a partir da etnopesquisa contrastiva (MACEDO, 2018).

¹ <https://rtvcaatinga.univasf.edu.br/>

Metodologia

O estudo, aprovado pelo parecer consubstanciado do Comitê de Ética e Pesquisa nº 4.222.195, realizou a aplicação de questionário e entrevista com jornalistas das emissoras parceiras da *TV Caatinga*, responsáveis pela seleção dos conteúdos a serem exibidos.

As TVs selecionadas exibem conteúdos da TV universitária da *Univasf* em rede estadual ou nacional, possuem concessão educativa e/ou são de caráter público. Muito embora, para o Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comu-

nicações, só existem dois tipos de concessão de TV no Brasil, a comercial e a educativa, que por sua vez pode ser TV Comunitária; TV Universitária, TV Estatal; TV Legislativa; TV Pública, essas três últimas ligadas a esferas governamentais.

As emissoras da região Nordeste que participaram da pesquisa foram a *TV Pernambuco* (TVPE) e a *TV Educativa da Bahia* (TVE), ambas geridas pelos respectivos governos estaduais.

No Sudeste, as emissoras selecionadas foram a *TV Cultura*, sediada em São Paulo e o *Canal Futura*, com sede no Rio de Janeiro, as duas nas capitais de seus estados.

Na região Centro-Oeste, mais especificamente no Distrito Federal, a emissora parceira escolhida para o estudo foi a *TV Brasil*. Porém, a aplicação do questionário e as entrevistas com os profissionais não pôde ser realizada, uma vez que a pesquisa não recebeu a anuência da Empresa Brasil de Comunicação, gestora da emissora.

Primeira etapa: questionário

Anteriormente à aplicação do questionário com os profissionais das emissoras, um modelo piloto foi enviado a cinco jornalistas voluntários para a verificação da clareza das perguntas. Todos participaram respondendo as questões elaboradas.

Após o teste, o questionário foi aplicado para jornalistas nas funções de produtores e/ou editores da *TVPE*, *TVE*, *TV Cultura* e *Canal Futura*. Os profissionais escolhidos para participar dessas etapas foram indicados pelas chefias do jornalismo de cada emissora e são responsáveis pela seleção dos conteúdos que serão exibidos na programação das TVs estudadas.

Com o questionário, procurou-se avaliar de forma qualitativa o grau de informações que os produtores de conteúdo das emissoras têm a respeito do Semiárido. Foram elaboradas 12 perguntas gerais, sendo apenas uma de múltipla escolha e o restante questões abertas, sobre temáticas como geografia, clima, bioma e conhecimento prévio adquirido na escola e mídia.

As perguntas também contemplaram informações a respeito da representação do Semiárido e dados de exibição de conteúdos sobre esses territórios nas emissoras, elaborados ou não pela *TV Caatinga*. São elas:

1. Quando ouço a palavra Semiárido, penso. Aqui descreva o que vem a sua cabeça de imediato;
 2. Você lembra se aprendeu sobre o Semiárido na escola? Se sim, o quê?
 3. Você lembra se e o que aprendeu sobre o Semiárido na mídia de maneira geral (rádio, televisão, jornal, internet)?
 4. Existe diferença entre Nordeste e Semiárido? Se sim, qual(is)?
 5. Geograficamente, o Semiárido está localizado em quantos Estados e região(ões) do Brasil?
 6. Que tipo de vegetação ocorre no bioma Caatinga?
 7. Que termos você costuma usar ao se referir ao Semiárido?
 8. A sua emissora tratou do tema Semiárido no último ano? Caso a resposta seja positiva, quantas vezes e como foi abordado?
 9. Quantas matérias da *TV Caatinga-Univasf* você recebeu para analisar na sua emissora ao longo dos anos? Você teria essa informação? (Múltipla escolha: Até cinco?; De cinco a dez?; Mais de dez?; Outro).
 10. Lembra de algum desses conteúdos? Por quê?
 11. O conteúdo da *TV Caatinga* (programa e/ou reportagem) te trouxe algum novo conhecimento/informação sobre o Semiárido? Se sim, qual (is)?
 12. O conteúdo da *TV Caatinga* influenciou na abordagem de alguma de suas produções na emissora (matéria, cabeça, pauta etc.)? Se sim, qual (is) e como?
- Os profissionais foram orientados a não realizar nenhum tipo de consul-

ta para responder as perguntas, deixando-os à vontade para deixar em aberto as questões que por acaso não soubessem.

As respostas do questionário nortearam a elaboração do roteiro da próxima fase da pesquisa.

Segunda etapa: entrevistas

Na segunda etapa foi realizada uma entrevista com um roteiro semiestruturado e em profundidade, uma "técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada" (DUARTE, 2012, p. 63).

A entrevista foi online e individual, por videoconferência, com cinco produtores e/ou editores de texto das TVs parceiras selecionadas, que tiveram algum contato com os conteúdos contextualizados com o Semiárido da *TV Caatinga* para selecioná-los e exibí-los em suas emissoras.

Buscou-se averiguar se e o que eles apreenderam e como exibiram essas informações nas suas programações a partir de um roteiro base e com perguntas específicas para cada emissora.

As perguntas foram norteadas pelos dados encontrados no questionário e nos estudos que avaliaram os conteúdos da *TV Caatinga* exibidos em rede estadual e nacional de 2014 a 2020 nessas emissoras. Informações como a predominância de editorias e a utilização de termos que reforçam estereótipos, sem base nos fatos.

O estudo da programação foi realizado em uma etapa anterior da pesquisa e estruturou-se a partir da comparação entre o conteúdo original produzido pela *TV Caatinga*, disponibilizado em seu site, e o material exibido nas emissoras parceiras. O objetivo foi observar se o conteúdo original, desde a cabeça à matéria em si, sofreu algum tipo de modificação de tempo e/ou sentido que ocasionasse a distorção da proposta da abordagem contextualizada com o Semiárido *Brasileiro* (SANTOS, 2018).

Para quantificar o nível de distorção, quando a mudança no sentido foi de até 50% do texto da cabeça e/ou do conteúdo exibido, a distorção do produto foi considerada parcial. Se as mudanças de sentido ultrapassaram a marca de 50%, o produto foi classificado como totalmente distorcido.

As entrevistas duraram em média *uma* hora e, para nortear a avaliação, as respostas foram transcritas e categorizadas em estruturas analíticas que reuniram e organizaram cada conjunto de informações, de forma a identificar temas autônomos, mas inter-relacionados (DUARTE, 2012).

Os achados foram avaliados a partir da etnopesquisa contrastiva, que acolhe a heterogeneidade como própria da condição humana e utiliza a triangulação ampliada de fontes para atualizar no estudo a condição relacional das realidades antropológicas, o que possibilita "uma dilatação enriquecedora das compreensões conquistadas pela pesquisa" (MACEDO, 2018, p. 89).

As entrevistas foram analisadas contrastivamente com o conteúdo exibido pelas emissoras de 2014 a 2020, de acordo com a avaliação de 261 matérias e programas veiculados nas cinco TVs, para observar se houve consonância entre os depoimentos e as práticas dos jornalistas. Os dados levantados sob as perspectivas da pluralização e da triangulação contribuíram para as reflexões desta etnopesquisa contrastiva "na medida em que produzem, intercriticamente, o significativo esquema de múltiplas vozes" (MACEDO, 2018, p. 89).

Para entender o processo que implica na representação do Semiárido e das populações que nele habitam, essa compreensão se baseou nos elementos norteadores do Jornalismo Contextualizado com o Semiárido Brasileiro: combate x convivência + vivência; caminhão pipa é a solução?; a vaca mal-assombrada; sementes infrutíferas; emblemático chão; educação sem contexto; acesso à terra como necessidade básica e mídia e viabilidade (SANTOS, 2018, p. 154-172).

Esses elementos discorrem sobre as narrativas que predominam sobre o Semiárido, esclarecendo com fatos, o que está por trás da história única e do retrato caricaturizado sobre esses territórios. De forma prática, os elementos norteadores do JCSAB explicam, por exemplo, que não se combate a seca, como não se combate quaisquer clima; que o caminhão pipa é uma medida emergencial, comumente utilizada de forma política para angariar votos, e que os bovinos não são animais apropriados para o clima semiárido, pois necessitam de mais água e alimento que caprinos e ovinos, por isso são os primeiros a morrer em uma estiagem. Porém são as imagens das carcaças desses animais que povoam o nosso imaginário porque são recorrentes nas reportagens.

A seguir, apresentam-se os achados do estudo e as reflexões que eles provocaram. Para preservar o anonimato das declarações, não há indicação do gênero dos jornalistas, que, quando necessário, foram citados apenas por letras do alfabeto.

Cenário analítico dos resultados

Emissoras participantes

Dois profissionais foram indicados pela coordenação de conteúdo e jornalismo do *Futura* para participar da pesquisa. Os jornalistas A e B, responderam prontamente o questionário, mas o jornalista B resolveu não avançar na pesquisa. Por e-mail, ele alegou não ser uma boa fonte uma vez que “nós não fazemos uma cobertura sistemática de pautas relacionadas ao semiárido. Foram pouquíssimas vezes que falamos a respeito” (Jornalista B, 2021). Este profissional avalia matérias na emissora desde 2018.

Sendo assim, pediu-se novamente à coordenação de conteúdo e jornalismo a indicação de outro jornalista para participar do estudo. O profissional foi indicado (Jornalista C), respondeu o questionário e foi entrevistado, assim como o jornalista A.

Todo o contato com a *TVE Bahia* foi realizado via coordenação de jornalismo, que indicou dois jornalistas (D e E) para participarem do trabalho. Os profissionais responderam ao questionário e, em seguida, gravamos a entrevista individual.

A *TVPE* indicou um profissional (Jornalista F), o então gerente de programação da emissora. Da mesma maneira, o questionário foi aplicado e a entrevista foi realizada.

Dessa forma, cinco jornalistas participaram de todas as etapas da pesquisa. Para nortear a avaliação, as respostas foram categorizadas em estruturas analíticas que reuniram e organizaram cada conjunto de informações, como se apresenta a seguir sem a indicação das emissoras de cada profissional para preservar o anonimato das fontes.

Seleção de conteúdos sobre SAB

Ao avaliar o que é priorizado pelos jornalistas na seleção de conteúdos sobre o Semiárido, a preferência por assuntos da editoria de Cultura na programação de uma das emissoras foi justificada pelo jornalista responsável “por uma escolha pessoal”. O profissional explicou que “imaginou assim leigamente” que boa parte das pessoas não conheceriam a riqueza cultural do Semiárido e a sua intenção foi desmistificar a visão sobre uma “cultura limitada”.

Para o jornalista, o papel da *TV Pública* seria o de garantir o espaço para que todos possam se expressar, inclusive quem vive nesses territórios. Sobre as várias reprises de uma quantidade limitada de episódios, embora houvesse uma programação diversa no site da *TV Caatinga*, o profissional alegou falta de mão de obra para fazer a seleção.

A limitação de pessoal também foi a explicação do profissional de outra emissora para destacar o maior aproveitamento de matérias sobre o SAB. Segundo

o partícipe, “a gente exibiu muito mais conteúdos relacionados ao Semiárido, a gente tinha uma necessidade de ter conteúdos porque a TV passou por um processo de saída de pessoas (...) e a gente ficou numa baixa de repórter muito grande”.

Seu colega de emissora disse que priorizou os conteúdos de agricultura familiar uma vez que, em se tratando de Semiárido, “a visão das pessoas” é de que não tem água e “nada dá porque é sempre escassez”, porém as pessoas (do SAB) “conseguem trazer produtos de qualidade sem agrotóxico”. O profissional enfatizou que “dava” o tema agricultura familiar com mais frequência porque “gosta” dessa modalidade de agricultura.

No depoimento do jornalista de mais uma emissora participante, observa-se uma apreensão de conhecimentos a respeito do SAB e uma consciência clara sobre a necessidade de mudança da narrativa sobre esses territórios.

Esse dado aparece quando o profissional afirma que selecionou conteúdos com soluções encontradas pelas populações locais para lidarem com a seca: “me lembro também que não é combater e sim que a gente vive com a seca, dessa mudança também do discurso nesse sentido e essa coisa de falar das soluções, da mudança de discurso em relação ao Semiárido”. E complementou sobre a importância “da gente parar de ter essa visão de que é um lugar de terra seca, não quero usar terra seca, boi morto pela seca e carcaça de boi. Era uma coisa assim que relacionava a questão dos ossos né, dos animais”.

O profissional destacou que utilizou conteúdos sobre a proteção e curiosidades do bioma e matérias sobre a inovação e a solução que a comunidade encontrou para lidar com a seca: “eu lembro que eram diversas soluções, não é só uma questão relacionada a um tipo de bolsa ou então guardar água da chuva, eram muitas soluções, então quando eu penso em Semiárido, me vem muito isso na cabeça”.

Conteúdos sobre educação também foram muito priorizados uma vez que a emissora se pauta por discussões “no campo dos direitos, no campo da transformação social, no campo da pesquisa científica, no campo da educação, do empreendedorismo, ou seja, na agenda de desenvolvimento humano”, como apontou outro jornalista entrevistado.

Conforme esse profissional, o tema Semiárido foi mais proeminente nas escolhas com relação à característica da região, mas não só. Conteúdos no campo da pesquisa também foram selecionados, além de economia, saúde, meio ambiente e os já mencionados educação e empreendedorismo, sempre relacionados com o Semiárido no todo “porque muitas das narrativas justificavam a pesquisa científica colocada para essas agendas da economia ou da educação, da saúde ao cinema, mas também com a valorização das questões do clima local”.

Crítérios de inclusão e exclusão

Para um dos profissionais, o critério para incluir na programação conteúdos sobre o Semiárido seria o interesse em desmistificar a imagem do sertão como uma região muito atingida pela seca, onde não há apenas problemas e dificuldades.

Segundo o jornalista, a intenção é “de mostrar pessoas desenvolvendo suas profissões, vivendo sua vida, sendo bem-sucedidas, trabalhando nas mais diversas profissões como todas as pessoas do mundo”. E complementou, “além também de desmistificar um pouco isso de que (as pessoas) precisam de auxílio eternamente”. O profissional ainda informou que as escolhas de exibição estão dentro “do que a gente considera do interesse público”.

O critério de exclusão, de acordo com ele, foi o direito autoral das trilhas dos programas, para evitar cobranças para a emissora. Sobre a seleção dos episódios, a prioridade é a duração, seja para encaixar o conteúdo nos intervalos comerciais ou como programa regular na programação.

Em outra emissora, o profissional relatou que o conteúdo para ser exibido “tem que ser interessante e importante”, além de “estar muito bem construído e muito bem roteirizado”. Para o profissional, essa qualidade é ainda a combinação entre a reportagem e o repórter que tenha uma boa atuação no vídeo e uma boa voz. Porém complementou que a duração do material também contribui para a inserção: “o nosso ideal é de *dois* minutos e 30 segundos, que isso é para ser exibido no jornalismo”.

Também reafirmou que a realidade de uma equipe reduzida e a necessidade de suprir o tempo do jornal contribuíram para que o material sobre o Semiárido entrasse com mais facilidade: “o critério de fato era pela nossa necessidade em primeiro lugar”.

Seu colega de emissora reforçou o critério de duração do conteúdo para exibição e acrescentou que um material só seria excluído se a qualidade de áudio e vídeo estivesse muito ruim e que, nesse caso, seria solicitado que a reportagem fosse refeita.

Em mais uma emissora participante do estudo, o profissional afirmou que incluiu conteúdos que abordassem “soluções para lidar com a seca” e com um “ajuste no discurso de que não era terra seca, que era um bioma muito rico e que com a seca a gente lida, a gente não combate a seca”. O jornalista informou ainda ter utilizado fontes indicadas pela *TV Caatinga* para entrevistas que completaram matérias da webtv universitária.

A qualidade da discussão e da produção apresentada também foi um critério de inclusão destacado por outro jornalista da emissora, mas também “num segundo momento, a necessidade de pluralidade, diversidade de sotaques, de poder ter um conteúdo com uma visão regional de uma determinada agenda de uma região”. De acordo com o profissional, “a gente sabe que existe um peso que entra numa segunda, terceira análise obviamente”, ao se referir sobre essa “necessidade de pluralidade, diversidade de sotaques” para exibir conteúdos sobre o Semiárido.

Abordagem contextualizada SAB

No que se refere à percepção da abordagem sobre o SAB, o jornalista de uma das emissoras nordestinas participantes informou que a *TV Caatinga* tem uma forma de trabalhar diferente “do que se vê na grande mídia tradicional”, principalmente nacional, que costuma pautar um Semiárido cheio de problemas. Ele revelou que “isso particularmente sempre me incomodou”, se referindo à “grande mídia tradicional”.

Para o profissional, a abordagem contextualizada “empodera as pessoas”, até quem mora na capital do seu estado, já que “as pessoas não têm consciência dessa riqueza da região semiárida do sertão. Então desmistifica, ajuda a mostrar que as pessoas são normais, com profissões normais, com vidas normais, bem-sucedidas”. E classificou as pautas com a abordagem contextualizada como “muito positivas, informativas, um contraponto ao que normalmente a gente vê sobre a região”.

Outro profissional destacou que a *webtv* universitária da *Univasf* tem um nível de profundidade sobre o Semiárido, o que “é ideal para que esse material seja exibido. É a que melhor tem esses critérios de produção” (sobre esses territórios).

Seu colega de emissora atribuiu a abordagem contextualizada ao fato de a *TV Caatinga* estar sediada no SAB, porque “quem vive na região, acho que tem um olhar diferenciado, tem um conteúdo mais consistente”. E ainda, “acho que quem produz, quem está vivenciando aquilo, consegue trazer isso mais fácil para o entendimento do telespectador”. O jornalista também complementou que observou essa “perspectiva diferenciada” na construção do texto e na informação mais precisa do que foi exibido: “acho muito importante, precioso, quanto mais informação, mais clara, mais objetiva, mais consistente, isso é grandioso para o espectador”.

Em mais uma emissora participante, um dos jornalistas também atribuiu a abordagem contextualizada do SAB ao fato dos profissionais da *TV Caatinga* residirem nesses territórios: “diferencia demais porque eles moram lá, então eu

acho que além deles terem mais respeito pela própria região, eles conseguem ver o quanto que a mídia tradicional foca nos desafios ou então nos pontos negativos”. O jornalista complementou seu ponto de vista afirmando que a *webtv* fala dos desafios, mas mostra as soluções, “ou então denuncia os desafios, mas não fica só nessa questão da denúncia, então acho que é o diferencial e para mim a gente deveria fazer um jornalismo dessa forma”.

Para o seu colega de emissora, “o conhecimento sobre o campo vem muito de quem está no campo, então acho que pra gente vinha muito aprendizado com algumas informações para um público desinformado”. E confessou:

Às vezes o público desinformado é o próprio jornalista de outra região. As reportagens (da *TV Caatinga*) tinham sempre um cunho didático, o que também se torna um desafio porque às vezes o que é conhecido de forma universal numa região precisa de uma camada de didática para o público de outra (2021).

Um conteúdo que chega não apenas para compor a programação, mas também para gerar conhecimento, como detalha-se a seguir.

Conhecimento a partir do JCSAB

Um dos jornalistas afirmou que o contato com a proposta do JCSAB produziu conhecimento porque “mostra essas diferenças regionais até dentro das próprias regiões do estado”. Temas como a fauna e flora foram mencionados como um novo aprendizado, a exemplo da existência de espécies que o profissional desconhecia no estado e até no país.

Em outra emissora, o jornalista foi enfático:

Que essa construção do conhecimento acontece com a gente, acontece. Mas acho que para quem assiste de fato, que está parado ali para ver aquele conteúdo, a construção do conhecimento é muito mais aprofundada do que nós que estamos editando (2021).

Ele atribui essa apreensão maior pela audiência do que pelo jornalista “à correria e o olhar mais específico para o técnico, para a equação tempo”.

Seu colega afirmou que após o contato com o conteúdo contextualizado com o SAB consegue ter outra visão sobre “o que a caatinga representa, não só para o Nordeste, mas para o país”. Ele acredita que esse conhecimento é relevante “independente para você como jornalista, mas como pessoa comum também”.

O jornalista de mais uma TV participante afirmou com veemência que aprendeu bastante com o acesso à abordagem do JCSAB: “tudo que eu sabia: terra seca, boi morto; mudou com muitos especialistas, desde o ciclo das chuvas, à desertificação relacionada ao clima semiárido”. E concluiu que a abordagem contextualizada “é algo que pra gente era sempre muito educativo”.

Seu colega destacou a relevância do jornalismo regional e no que tange à *TV Caatinga* acrescentou: “eu acho que a qualidade é notória, eu acho que fica uma imagem muito positiva da qualidade do trabalho”.

O dito X O exibido

Ao avaliar contrastivamente o que foi relatado pelos jornalistas com o que foi exibido (muitas vezes por eles próprios) em suas emissoras, a partir das entrevistas e do estudo anterior da programação, observou-se que houve congruência entre depoimento e prática em 93,75% (180 conteúdos) do material veiculado. A abordagem contextualizada com o Semiárido possibilitou outras formas de representar esses territórios, dessa vez mais próximas do real, sem distorções, omissões, caricaturas ou opacidades (SANTOS, 2018).

Constatou-se que os conteúdos priorizados na programação estão mais relacionados a escolhas pessoais dos profissionais do que propriamente a uma linha editorial da emissora. No que se refere aos telejornais, houve um equilíbrio entre as editorias, muito embora se destacaram as temáticas ligadas à proposta da emissora, a exemplo da editoria de educação no *Canal Futura*, com 25 matérias veiculadas.

Apesar de todos os profissionais entrevistados terem afirmado perceber uma diferença na abordagem do Jornalismo Contextualizado com o Semiárido e de terem apreendido novos conhecimentos a partir desta proposta, o corte excessivo em algumas matérias atingiu esta abordagem. Isso representou uma distorção parcial ou total do sentido da versão original.

Também houve a distorção dessa representação na cabeça² de algumas matérias. No texto modificado, constatou-se a insistência na utilização de termos e/ou expressões consolidados pela mídia na retratação do sertão brasileiro e de seu povo que reforçam caricaturas e o imaginário negativo da inviabilidade desses territórios. No total, registrou-se distorção parcial ou total em 6,25% (12 matérias) dos conteúdos veiculados.

Uma dissonância entre depoimento e prática naturalizada nas falas pela qual se “obrigação” atribuída aos jornalistas do Semiárido de dominarem as informações sobre esses territórios, porque “quem vive na região, acho que tem um olhar diferenciado, tem um conteúdo mais consistente”. E ainda, “porque eles moram lá, então eu acho que eles têm mais respeito pela própria região”.

No entanto, de forma majoritária, as emissoras dos profissionais entrevistados mantiveram a proposta de representação educativa, informativa e contextualizada do Semiárido do conteúdo original no material veiculado, entre programas e reportagens. Isso demonstra que o Jornalismo Contextualizado com o SAB encontrou adesão dos jornalistas na maioria dos conteúdos publicados em rede estadual e nacional. Segundo o depoimento dos profissionais, o JCSAB também gerou novos conhecimentos sobre esses territórios para eles.

O silêncio da *TV Cultura*

Após meses de espera pela anuência, foi possível iniciar a pesquisa na emissora. A coordenadora de Jornalismo indicou três profissionais que se enquadrariam no perfil solicitado para o estudo: jornalistas responsáveis pela seleção dos conteúdos da *TV Caatinga* para a exibição.

Os três indicados foram contactados por *e-mail*, alguns por mais de uma vez. O primeiro a responder, informou que não se encaixava no perfil e indicou outro colega, que também afirmou que não se encaixava na proposta. Por fim, o terceiro profissional, após fazer alguns questionamentos, concordou em participar.

Depois de enviar e reenviar o questionário e esperar mais alguns meses, o jornalista da *TV Cultura* finalmente respondeu às perguntas, porém foi evasivo nas respostas. Também afirmou que nunca analisou nenhuma reportagem da *TV Caatinga*, embora isso tivesse sido condição informada para a participação na pesquisa. Ainda assim, a avaliação do questionário não avançou, pois o profissional não devolveu o termo de consentimento para participar do estudo.

Essa dificuldade de comunicação com a *TV Cultura*, os longos períodos de silêncio e até o fato dos profissionais indicados pela própria coordenação de jornalismo declararem não ter analisado conteúdos da *TV Caatinga*, leva a algumas reflexões.

Numa parceria de exibição de conteúdos que se estabelece em 2014 e que resulta em algumas contribuições da TV universitária, seja a partir da oferta de matérias ou pelo atendimento de solicitações da emissora paulista, espera-se que minimamente a parceira seja reconhecida pelo setor responsável pela produção de notícias.

“Ah, mas são muitas as emissoras parceiras no Brasil todo”, relatou um dos profissionais contactados por *e-mail*. Porém, a referida parceira é convenientemen-

² Texto narrado pelo apresentador do telejornal ou programa televisivo para anunciar o conteúdo que será exibido a seguir.

te lembrada para enviar o conteúdo desejado, como a cobertura de uma visita presidencial em algum lugar do Semiárido (2016), embora sequer se conheça a sua localização para perceber que o município da cobertura pretendida está geograficamente a quilômetros da TV universitária da *Univasf*. A parceira também foi útil para contribuir com o registro da antecipação das formaturas dos estudantes de Medicina no reforço do atendimento de pacientes com covid-19 (2020).

No entanto, a mesma parceira que serve para produzir conteúdo e realizar coberturas jornalísticas, não é lembrada por nenhum dos editores que selecionam os conteúdos veiculados, pelo menos os indicados pela própria coordenação de jornalismo, e sequer identifica quem avaliou os conteúdos exibidos em rede nacional.

Essa relação de distanciamento estabelecida por uma emissora de concessão educativa com uma TV que se faz no ambiente universitário contradiz a finalidade do serviço de radiodifusão educativa. De acordo com o Ministério das Comunicações, esse serviço deve atuar “em conjunto com os sistemas de ensino, visando à promoção e ao fortalecimento da educação básica e superior, da educação permanente e da divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional”³ na transmissão de programas educativo-culturais.

Ao analisarmos como os jornalistas da TV paulista exibiram os conteúdos contextualizados com o Semiárido produzidos pela *TV Caatinga*, de 2014 a 2020, a *TV Cultura* foi a emissora que mais apresentou distorção e retratou o Semiárido de forma estereotipada, uniformizando o outro, desconsiderando suas multiplicidades e diferenças individuais (ALBUQUERQUE JR., 1999).

O tema foi pesquisado em outra etapa deste estudo e revelou que das matérias veiculadas em rede nacional nesse período, de um total de dez verificadas, 50% foram distorcidas com relação à abordagem do conteúdo original.

A ausência da *TV Brasil*

A autorização para realizar a pesquisa foi indeferida pela chefia de gabinete da diretoria de jornalismo da emissora, justificada pela pandemia e a redução do efetivo. A chefia também alegou que “a *TV Brasil* não possui *know-how* para tornar-se referência ou parâmetro no assunto”. “Assunto” aqui compreendido como o objetivo do estudo, o de investigar se os jornalistas de emissoras educativas de televisão apreendem os saberes contextualizados sobre os territórios semiáridos e suas sociedades, a partir das matérias e programas produzidos pela *TV Caatinga*.

Propósito que se alinha com sua finalidade como TV pública nacional, independente e democrática: “complementar e ampliar a oferta de conteúdos, oferecendo uma programação de natureza informativa, cultural, artística, científica e formadora da cidadania”⁴.

Um ano depois da primeira resposta, retomou-se o contato com a chefia de gabinete da diretoria de jornalismo, uma vez que já havia um cenário de vacinação no país, porém o indeferimento foi mantido, apesar do esclarecimento de que a *TV Brasil* já fazia parte do constructo do estudo por manter uma parceria com a *TV Caatinga* desde 2014. Dessa forma, havia uma análise da emissora na pesquisa a partir da programação exibida e de caráter público.

Como aponta o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, a informação é um direito fundamental do cidadão, que abrange seu o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação. E mais:

a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente de sua natureza jurídica - se pública, estatal ou privada - e da linha política de seus proprietários e/ou diretores (FENAJ, 2007).

³ <https://www.gov.br/pt-br/servicos/obter-outorga-para-exercer-servicos-de-radiodifusao-educativa>.

⁴ <https://tvbrasil.etc.com.br/sobreatv>.

Dessa forma, a mensagem ainda ressaltou que a contribuição de jornalistas que atuam na TV pública é essencial para os estudos em Ciências da Comunicação, além de ser importante para incentivar trabalhos que valorizem a comunicação pública de forma ampliada, com a participação de todos os sujeitos envolvidos. Esta última mensagem não foi respondida até o final do estudo.

Considerações

Silêncio, ausência, falta de diálogo. As reações da *TV Cultura* e *TV Brasil* ao convite de participação *nesta* pesquisa refletem, na prática, a desigualdade das relações em algumas “parcerias” entre emissoras de televisão aberta e TVs universitárias.

É como se a TV da Universidade fosse apenas uma provedora de conteúdo que pode ou não ser aproveitado para a exibição, que aliás seria “uma excelente contrapartida” das emissoras em canal aberto para a TV universitária. O desinteresse, a escassez de respostas, a falta de adesão reveladas *neste* estudo repetiram o relacionamento de superioridade entre as TVs.

Emissoras de concessão educativa deveriam promover a informação e a construção do conhecimento, valorizando os produtores de conteúdos de cada território, que teoricamente teriam mais propriedade para falar sobre seus lugares, o que não isenta todos os jornalistas de fazerem seu trabalho de apuração das informações, de verificarem o fato em todas as suas dimensões. No entanto, com as emissoras citadas parece prevalecer a narrativa e vontades do profissional de uma região sobre outra, considerada menos relevante.

Foi o que os dados levantados na pesquisa da programação constataram. Entre as TVs estudadas, a *Cultura* foi a emissora que mais apresentou desconhecimento e mais retratou o Semiárido de forma estereotipada, uma vez que 50% das matérias verificadas foram distorcidas, de forma parcial ou total, em relação aos sentidos do conteúdo original.

Na *TV Brasil*, apenas cinco das 59 matérias verificadas distorceram parcialmente a versão contextualizada com o Semiárido produzida pela *TV Caatinga*. Por outro lado, sem a anuência para o diálogo, não é possível afirmar se o conteúdo contextualizado com o SAB gerou algum tipo de conhecimento para os profissionais da emissora que ocasione, pelo menos, uma reflexão sobre a abordagem midiática mais adequada sobre esses territórios.

Nas outras três emissoras que participaram efetivamente da pesquisa, foi possível avaliar contrastivamente os depoimentos dos jornalistas com suas práticas, publicizadas a partir do material exibido na programação e telejornais.

E muito embora algumas distorções tenham sido evidenciadas nos conteúdos exibidos, seja na cabeça ou na matéria, a abordagem contextualizada com o SAB foi preservada na maioria do material avaliado.

Na *TVPE*, foram exibidas 50 edições de programas da *TV Caatinga* no período de 2019 a 2020, sem considerar as reprises. Apesar de 100% dos conteúdos selecionados para exibição não tenham sofrido distorção, uma vez que foram veiculados na íntegra, a falta de maior diversidade temática pode contribuir para o desconhecimento e o reforço de estereótipos consolidados sobre esses territórios. 64% dos conteúdos selecionados pela emissora para a exibição são da editoria de cultura.

Na *TVE Bahia* 90,91% (30) das matérias exibidas preservaram a abordagem contextualizada com o SAB da versão original, de um total de 33 veiculadas e avaliadas de 2018 a 2020. Em duas reportagens, a emissora distorceu parcialmente esta proposta e em uma ocasião, o conteúdo original foi totalmente distorcido.

No que se refere à programação, houve uma adesão de 100% ao conteúdo contextualizado com o SAB nos programas veiculados pelas emissoras estaduais, já que foram exibidos na íntegra, porém com várias reexibições de um material limitado

em relação ao que estava disponível.

No *Canal Futura*, em 100 matérias exibidas e avaliadas de 2014 a 2020 (maioria do conteúdo, 91,74%, de um total de 109), a proposta do Jornalismo Contextualizado com o SAB foi preservada. No entanto, *oito* distorceram abordagem parcialmente e *uma* totalmente.

Dados que estão em consonância com o revelado pelos jornalistas, demonstrando que a produção e distribuição de conteúdo contextualizado com o Semiárido brasileiro possibilita o acesso ao conhecimento sobre esses territórios.

Ao ter contato com matérias e programas produzidos pela *TV Caatinga*, os jornalistas dessas emissoras educativas de televisão afirmaram ter apreendido os saberes contextualizados sobre os territórios semiáridos e suas sociedades. Como mediadores da informação na televisão, esses profissionais têm a oportunidade de promover e multiplicar para a audiência, uma mudança de paradigma na representação do Semiárido.

Uma prática que passa por conhecer, comunicar e transformar em múltiplas, as histórias contadas sobre esses territórios e seu povo.

Referências

ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. São Paulo: Cortez, 1999.

BUCCI, Eugenio; CHIARETTI, Marco; FIORINI, Ana Maria. **Indicadores de qualidade nas emissoras públicas**: uma avaliação contemporânea. Brasília, DF: Unesco, 2012. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216616>. Acesso: 12 jul 2022.

DUARTE, Jorge. Entrevista em Profundidade. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, p. 62-83, 2012.

FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Brasília: Federação Nacional dos Jornalistas, 2007. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros.pdf>. Acesso: 27 out 2022.

HAESBAERT, Rogério; ARAÚJO, Frederico Guilherme Bandeira de. Identidades e Territórios: questões e olhares contemporâneos. **Identidades territoriais**: entre a multiterritorialidade e a reclusão territorial (ou: do hibridismo cultural à essencialização das identidades). Rio de Janeiro: Access, p. 33-56, 2007.

MACEDO, Roberto Sidnei. **Pesquisa contrastiva e estudos multicasos**: da crítica à razão comparativa ao método contrastivo em ciências sociais e educação. Salvador: EDUFBA, 2018.

SANTOS, Fabíola Moura Reis. **O sertão que a TV não vê**: o Jornalismo Contextualizado com o Semiárido Brasileiro. Teresina: EDUFPI, 2018.

STRATE, Lance; BRAGA, Adriana; LEVINSON, Paul. **Introdução à Ecologia das Mídias**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-RIO; São Paulo: Edições Loyola, 2019.

VIZEU, Alfredo. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. **Revista Famecos**, v. 16, n. 40, p. 77-83, 2009.

WILLIAMS, R. **Televisão**: tecnologia e forma cultural. Trad. Márcio Serelle; Márcio F. I. Viggiano. 1a ed. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte, PUC Minas, 2016.