

O REGIONALISMO NORDESTINO EM PAUTA NA TV DIÁRIO: a Folkcomunicação no Contexto da Televisão Local

[NORTHEASTERN REGIONALISM ON DAILY TV: The Folkcommunication in the Context of Local Television]

Bruna Franco Castelo Branco Carvalho

Resumo: O artigo pretende apresentar uma pesquisa dissertativa que busca compreender a maneira e a frequência com que as características culturais e folclóricas da região do Nordeste do Brasil vêm sendo trabalhadas pela emissora de televisão *TV Diário*, da cidade de Fortaleza, estado do Ceará; na intenção de perceber como acontece a relação atual entre a cultura popular e a mídia local/regional, compreendendo o espaço disponível daquela dentro do meio de comunicação televisivo. Compete-nos analisar de maneira descritiva como os formatos e expressões da cultura popular nordestina estão sendo explorados e transmitidos por um canal televisivo de caráter regional, construído na região Nordeste, focando, sobretudo, no Programa “Diário Regional” exibido semanalmente sob uma olhar jornalístico e com alcance nacional e universal.

Palavras-chave: Nordeste. Cultura Popular. Folkcomunicação. Televisão. *TV Diário*.

Abstract: The article intends to present a dissertative research that seeks to understand the way and the frequency with which the cultural and folklore characteristics of the Northeast region of Brazil have been worked by the television station *TV Diary*, from the city of Fortaleza, state of Ceará; in order to understand how the current relationship between popular culture and local / regional media happens, understanding the available space of that within the television media. It is up to us to analyze in a descriptive way how the formats and expressions of the northeastern popular culture are being explored and transmitted by a regional television channel, built in the Northeast region, focusing mainly on the “Regional Diary” program shown weekly under a journalistic perspective. and with national and universal reach.

Keywords: Northeast. Popular culture. Folkcommunication. Television. Daily TV.

1. Introdução

O presente artigo científico trata da palestra apresentada nos eventos IV Encontro EMERGE e V Colóquio de Economia Política da Economia e da Cultura, realizados nos dias 18 e 19 de outubro de 2018 na Fundação da Casa de Rui Barbosa, Rio de Janeiro, debatido na mesa cinco sobre Folkcomunicação e mídia regional. O teor da palestra tem base fundamentada na corrente pesquisa de dissertação de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Ceará (UFC). A referida pesquisa concentra-se em refletir a respeito da programação

de teor regional de uma emissora situada na capital cearense, Fortaleza, intitulada *TV Diário*, membro do *Sistema Verdes Mares de Comunicação*, associada da cabeça de rede nacional, *Rede Globo*.

2. Metodologia

Os estudos feitos aqui basearam-se na coleta de informações obtidas através de entrevista concedida pela apresentadora do programa *Diário Regional*, bem como do recurso da verificação da grade oficial de programação atual da emissora *TV Diário*. O levantamento de conteúdo a partir de leituras acadêmicas e bibliográficas a respeito da temática do meio de comunicação televisivo e da cultura popular com inspiração na folkcomunicação, desenvolvida por Luiz Beltrão, em que “o folclore é o objeto de estudo, e a comunicação é a área de conhecimento, dentro das ciências humanas, que fornece os referenciais teóricos e metodológicos” (SCHMIDT, 2007, p. 34) e à luz de outros autores como Jesús Martín-Barbero, Durval Muniz e Marcelo Câncio também serviram de suporte para o desenvolvimento deste trabalho.

3. A proposta regional da emissora *TV Diário*

A *TV Diário* é uma emissora de televisão cearense que pertence a um grupo de empresas de comunicação denominado Sistema Verdes Mares, com sede em Fortaleza, no estado do Ceará. A emissora foi inaugurada no ano de 1998 ainda com um alcance muito limitado e ganhou notoriedade maior somente a partir da transmissão de sinal via satélite no início dos anos 2000. As retransmissoras e posteriormente os receptores de antenas parabólicas foram importantes para levar o conteúdo da *TV Diário* aos municípios do interior do estado do Ceará e rapidamente a emissora expandiu seus horizontes através da adesão de um grande número de emissoras filiadas em outros estados, que contribuíram para a expansão de sua cobertura em praticamente todas as regiões do país, sendo uma das redes de televisão que cresceu significativamente no Brasil nesse período, chegando inclusive a incomodar grandes e tradicionais redes de televisão nacionais em termos de índices de audiência.

Sob o slogan de “A TV do Nordeste”, a emissora começa a operacionalizar suas atividades dentro de uma perspectiva regional. Ela apresenta uma programação baseada em produção quase que exclusivamente local, seja em programas jornalísticos

ou de entretenimento que exploram a realidade da região Nordeste, focando, sobretudo no estado do Ceará, onde se localiza.

Figura 1: Slogan inicial da TV Diário



Fonte: Portal Russas News¹

O objetivo era fazer do canal um meio de comunicação para explorar prioritariamente o Nordeste e aproximar o povo nordestino utilizando uma linguagem ousada, coloquial, inovadora e regional, que falasse a língua do povo nordestino, com a qual as pessoas pudessem se identificar, que mostrasse aquilo que faz parte do cotidiano local e que fosse realmente construída por nordestinos.

Essa atitude com toque de coragem e ousadia por parte de seus idealizadores responsáveis pode ter trazido certo ar duvidoso ao sucesso da emissora para alguns mais tradicionalistas, mas os resultados mostraram que foi justamente a atitude de arriscar nesses aspectos mais inovadores que garantiu a boa aceitação do público telespectador e trouxe o investimento capital de empresários visionários do ramo da comunicação para esse novo modelo de fazer televisão dentro de um país ainda repleto de instituições conservadoras.

A *TV Diário* se apresenta como uma alternativa nova de se conhecer e entender o universo nordestino pelas lentes de suas câmeras. Essa nova opção de programação surgiu principalmente na intenção de aproximar os nordestinos que migraram de sua terra natal para viverem longe, fora de seus estados de origem ou mesmo fora do Brasil. O objetivo foi justamente ser uma “TV de casa”, que deixa os telespectadores à

¹ Disponível em: <<http://russasnews.com.br/destaque/prefeitura-empresta-canal-9-para-tv-diario-retransmitir-seu-sinal-em-russas/>>. Acesso em: 18/08/18.

vontade, que mostra as nossas coisas, que transmite o nosso jeito de ser e de viver para quem está aqui e para quem é daqui, mas mora longe.

Há uma quantidade enorme de programas locais na emissora, os títulos são infinitos, os assuntos são variados e cada um deles atinge públicos distintos de acordo com o perfil de interesse de cada telespectador. Podemos afirmar que praticamente todos estes programas se propõem a trabalhar com a realidade da vida social do povo da região Nordeste, do estado do Ceará e da capital Fortaleza diante das abordagens que lhes são convenientes.

A maior parte da programação da emissora se utiliza da linguagem tipicamente coloquial, informal e extremamente regional. Esse tipo de apresentação impõe certa relação de proximidade entre a televisão e seu público. A pessoa que o assiste em casa muitas vezes tem a sensação de que já conhece há anos o seu interlocutor ou de que ele está ali pessoalmente para ter uma conversa informal, uma espécie de bate-papo pessoal. Essa postura dentro de um ambiente televisivo causava ainda estranheza por parte da população no início do século XXI, embora a agradasse.

Até esse momento tínhamos uma televisão nacional bastante moldada a padrões fixos. O jornalismo tinha um formato amplamente fechado, as notícias tinham de ser transmitidas com ar de seriedade por parte dos jornalistas; os programas de auditório, por sua vez, eram um pouco mais espontâneos, mas não permitia tamanha liberdade aos apresentadores que deveriam se portar dentro das regras preestabelecidas pela emissora à qual pertencessem. A *TV Diário* chega a romper com essas normas e padrões tradicionais da televisão brasileira, conforme se verifica na apresentação de seus objetivos:

A TV foi lançada para mostrar o Nordeste com uma linguagem coloquial e um pouco distante dos ditames formais e pré-estabelecidas de outras emissoras; uma linguagem inovadora e diferente e que traduzisse a cultura e as necessidades do povo nordestino.²

Dado esse tipo de tratamento próximo com o telespectador, a *TV Diário* nos faz remeter algumas vezes ao estilo próprio do rádio, à forma como o locutor e radialista conduz o programa e atende os seus ouvintes. Há quem critique esse tipo tratamento por parte de alguns apresentadores da TV, pois acreditam que alguns exageram na irreverência e podem até chegar a mitificar a forma com que os nordestinos se

² Disponível em: <<http://tvdiario.verdesmares.com.br/noticias/arquivos/historia-da-tv-diario-1.1006352>>. Acesso em 25/09/18.

comunicam entre si no seu dia-a-dia. Na emissora, trabalham algumas figuras bastante conhecidas do cenário local, que já alcançaram fama também no meio nacional. São artistas, atores, humoristas e demais representantes que contribuem para dar identidade regional à nossa televisão. Essas personalidades algumas vezes passam a ser encaradas como espécie de semi-celebridades para o público e imprensa local. Diz Marcelo Cândia (2005) que “o fascínio causado pelas imagens e mensagens transmitidas torna a TV um veículo versátil, que permite a fácil transposição da fronteira entre ficção e realidade”. (CÂNCIO, 2005, p. 28).

Diferentemente da maior parte das redes de televisão que operam atualmente no Brasil, a *TV Diário* é uma emissora que surge dentro de um período em que a televisão já estava estabelecida como principal veículo de comunicação de massa no Ceará e no país, em que há uma variedade de emissoras produzindo seus trabalhos a todo vapor; ao contrário do que acontecia no Ceará, por exemplo, nos anos iniciais da década de 1960, quando do estabelecimento da televisão no estado, conforme estudo realizado por Carvalho (2010):

Ao embalo de governos populistas e num quadro em que se acentuava a dependência externa, que o Brasil se vê na tevê com a pluralidade de sotaques e enfoques de uma produção local. Era apenas o começo. (CARVALHO, 2010, p. 10)

Conforme já citado anteriormente, a *TV Diário* surge no ano de 1998, quer dizer, quase na virada do século XX para o XXI. Nesse momento, o Brasil e o mundo vivem uma era de transformação radical e passam a lidar mais rapidamente com os recursos tecnológicos insurgentes do fenômeno da globalização. Assim, dentro dessa realidade e acrescido ao fato de se tratar de um novo empreendimento, a *TV Diário* precisava estabelecer estratégias para ganhar espaço dentro de um mercado já competitivo e para atrair e conquistar seu público-alvo. Algumas delas já foram citadas neste trabalho, como a forma de linguagem e o caráter regional de suas transmissões, mas surge um outro elemento que a diferencia das demais redes televisivas já atuantes no Brasil.

Por se tratar de uma emissora de televisão efetivamente local e voltada para a regionalidade, a *TV Diário* assume a responsabilidade de romper e quebrar com a estratégia de marginalização da imagem construída da região Nordeste pelas emissoras localizadas no Sudeste brasileiro, em sua maioria no eixo Rio de Janeiro-São Paulo; que

a transmitem nacionalmente sob uma visão preconceituosa como algo verídico e carregado de legitimidade. Muitas vezes, o discurso discriminatório proferido repetidamente torna-se uma verdade absoluta, e às vezes é preciso combatê-la da forma mais coerente possível, de modo a evitar que tais discursos continuem a ser disseminados indistintamente. Sobre o espaço de apresentação do Nordeste na televisão, Durval Muniz (2011) comenta que:

Quando falamos na emergência de uma nova visibilidade e dizibilidade, falamos da emergência de novos conceitos, novos temas, novos objetos, figuras, imagens, que permitem ver e falar de forma diferenciada da forma como se via e dizia o sublunar, anteriormente. (ALBUQUERQUE Júnior, 2011, p. 34)

A modernidade, aliada ao processo de globalização, passa a orientar o cotidiano das sociedades que “não são estáticas, o dinamismo da vida as coloca na presença umas das outras” (ORTIZ, 1994, P. 74) e as tecnologias comunicacionais colaboram para essa troca entre culturas, e conseqüente e inevitavelmente para o choque cultural. As mídias, por sua vez, se configuram, para Durval Muniz (2011) como alimentadora das desigualdades sociais e culturais.

Dessa forma, as transmissões historicamente feitas sobre o Nordeste e o nordestino pelas emissoras nacionais de televisão, estimularam Durval Muniz (2011) a refletir e questionar o perpetuamento das falas a respeito do povo nordestino, e indaga o motivo de o Nordeste sempre significar, aos olhares e lentes da grande mídia, sinônimo de atraso, violência, seca, injustiça, miséria, folclore e fanatismo. O autor afirma que:

As reportagens sobre o Nordeste não são feitas para descobrir algo novo a seu respeito, mas reafirmar a sua imagem já estabelecida, que significa, ao mesmo tempo, reforçar a imagem construída para São Paulo, para o Sul, etc. (ALBUQUERQUE Júnior, 2011, p. 354)

Ele nos mostra que, por conta dessa recente construção midiática e imagética que “nordestinizou” o povo nordestino e sua região, foi possível a adesão desse tipo de pensamento pela mentalidade nacional e, infelizmente, o próprio nordestino permitiu a difusão dessa construção ao se colocar na condição permissiva de vítima e culpado pelo atraso “natural” de sua região, de vencido pela sua condição de “inferioridade” econômica e social em comparação com os estados “desenvolvidos” do Sul e Sudeste.

Durval Muniz (2011) critica a postura preconceituosa da mídia brasileira, que reproduz o Nordeste somente pela lente do atraso e do folclórico e contribui para aumentar as hierarquias identitárias, espaciais, econômicas, sociais e culturais do país.

Devemos criticar, por exemplo, a postura da mídia, não porque não vê nossa verdadeira face, ou mostra nossa verdadeira fala, mas por ter uma postura negadora da história, da mudança, por estar presa a uma visibilidade e dizibilidade do Nordeste que faz com que venham à região sempre em busca do folclórico, da miséria, da violência, da seca, até de cangaceiros, beatos e coronéis ainda no final do século XX. Não que a mídia não deva mostrar tais aspectos, mas também se perguntar por que ela não consegue enxergar ou escutar outras coisas na região. (ALBUQUERQUE Júnior, 2011, p. 353)

O autor conclui orientando como essa realidade pode ser alterada. Sugere que os estereótipos e preconceitos com relação aos nordestinos não sejam combatidos utilizando as mesmas ferramentas daqueles que diminuem a região, ou seja, sem reproduzir falas e discursos regionalistas ou separatistas, que contribuam para criar uma inversão e reconstrução de outras verdades absolutas. Orienta que primeiramente é preciso destruir o que se foi disseminado durante anos para permitir a emergência de novos conceitos e novas simbologias, conforme se verifica a seguir:

Temos de começar por destruir o Nordeste e o nordestino, assim como o Sul e os sulistas, como estas abstrações preconceituosas e estereotipadas, buscando conhecer as diversidades constitutivas de cada área e de cada parcela da população nacional e, o mais importante, nos preparando para suportar a diferença, para respeitá-la. (ALBUQUERQUE Júnior, 2011, p. 353)

Seguindo o pensamento de Durval Muniz, a *TV Diário* foi se consolidando como emissora regional com o passar dos anos. Ela se aperfeiçoou tecnicamente e se transformou em uma televisão mais moderna, mais profissional e mais dinâmica, com o jornalismo cearense que passa a atender às exigências da era da globalização e da informatização tecnológica, pois fazer telejornalismo no período inicial da televisão no estado representava ainda um grande desafio para os profissionais da imprensa, de acordo com Carvalho (2010).

Um desafio, esse de fazer telejornalismo em 1960. O talento tinha de recompensar a falta de recursos, na elaboração de um produto que tivesse boa cotação na categoria das trocas simbólicas. A notícia tinha de ser a grande atração. (CARVALHO, 2010, p. 68)

(...)

O desafio do telejornalismo, como o da tevê de um modo geral, é que as pessoas envolvidas tinham de aprender fazendo. Não existiam profissionais preparados com vivência de linguagem do novo veículo. O importante era manter o ritmo. (CARVALHO, 2010, p. 68)

Essa passagem demonstra que a *TV Diário* teve de acompanhar o processo de evolução da televisão local e recentemente passou a transmitir em HD digital com alta definição e também passou por uma reciclagem de programação, cenários e formatos; ganhando inclusive, nova logomarca e novo slogan da emissora, a qual se considera hoje como sendo “A Cara do Nordeste”.

Figura 2: Slogan atual da TV Diário



Fonte: Facebook Oficial da TV Diário³

4. 20 anos da emissora TV Diário

O ano de 2018 especificamente é uma data carregada de simbolismo para a TV Diário por estar completando vinte anos no ar, com transmissão em sistema aberto de televisão. Ao longo desses vinte anos, a emissora já passou, como vimos, por diversos desafios que o fizeram realizar algumas mudanças; mantendo, porém, o seu perfil de televisão regionalista. A emissora, enquanto empresa de mídia, encontra-se assegurada pelo capítulo V da Constituição Federal Brasileira de 1988, com base no artigo 221, que diz:

A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

(Artigo 221, incisos II e III da Constituição Brasileira de 1988.)

Vimos, portanto, à luz da Constituição, que a programação das emissoras de televisão e rádio deve promover a cultura nacional e regionalmente, estimulando, de fato, uma produção cultural, artística e jornalística com base na produção independente.

³ Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/tvdiarioonline/>>. Acesso em 22/09/18.

Buscando trabalhar de forma associada ao grupo de comunicação ao qual pertence, porém com independência e autonomia para produzir seus próprios conteúdos e formatos televisivos, a *TV Diário* nos interessa, no nível da pesquisa dissertativa, para investigar a sua grade de programação, identificando, principalmente, pontos de encontro com os estudos de cultura popular sob o viés do Nordeste brasileiro, bem como com os sentidos de percepção do universo folclórico que a teoria da Folkcomunicação nos oferece, quando se preocupa, desde a década de 1960, em compreender a associação entre o folclore e a cultura popular com os meios de comunicação de massa. Esta ciência, nas palavras de um pesquisador de excelência deste campo da Comunicação, José Marques de Melo, acredita que a folkcomunicação:

Adquire cada vez mais importância pela sua natureza de instância mediadora entre a cultura de massa e a cultura popular, protagonizando fluxos bidirecionais e sedimentando processos de hibridação simbólica. Ela representa inegavelmente uma estratégia contra-hegemônica das classes subalternas. (MARQUES DE MELO, 2008, p.25).

Os usos e exhibições da cultura popular nordestina por parte de alguns dos programas, de quaisquer que sejam os gêneros ou formatos, fazem parte da nossa pesquisa investigativa; um deles, porém, o programa “Diário Regional” será contemplado com maior destaque dentro do trabalho por se tratar de um “telejornal feito para o Interior cearense e para as famílias que estão longe de sua terra”⁴. Um programa exibido de segunda a sexta-feira, com temas relacionados à agricultura, turismo, cultura, economia, cidades e política; ou seja, são tratados diversos assuntos de interesse da população local e daqueles que têm raízes e/ ou curiosidade pela região Nordeste do Brasil.

⁴ Disponível em: <<http://tvdiario.verdesmares.com.br/programas/diario-regional>>. Acesso em 24/09/2018.

Figura 3: Logotipo do Programa *Diário Regional*

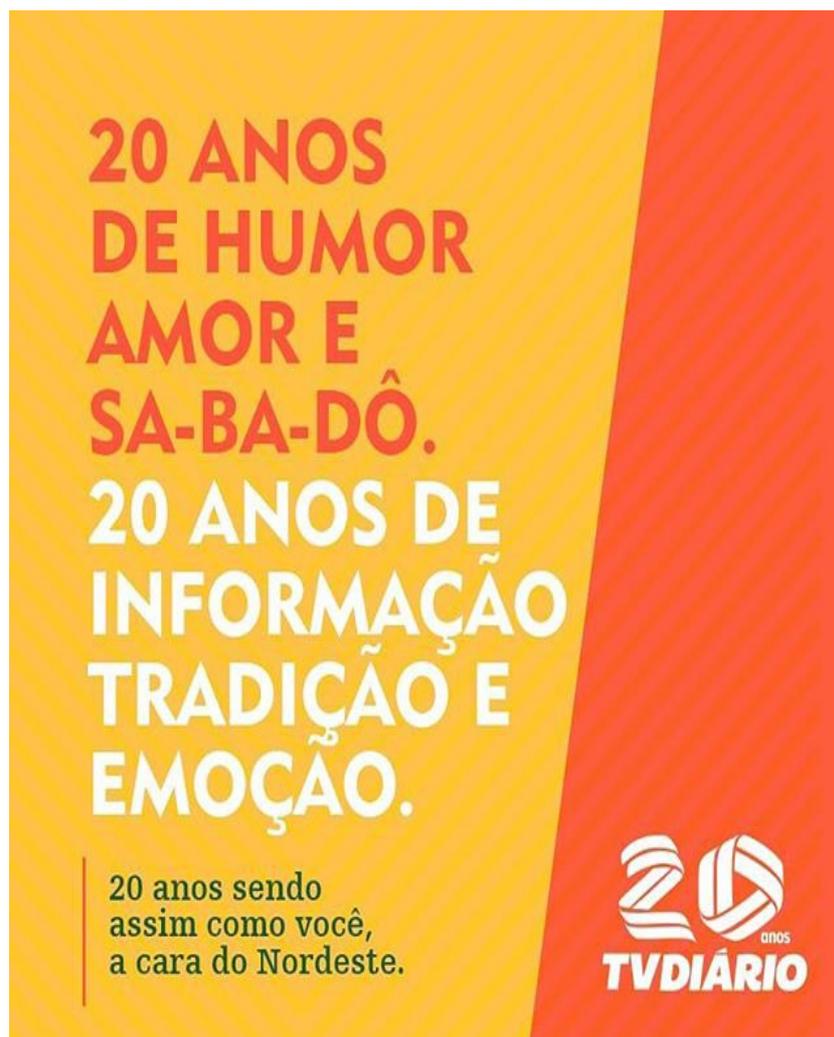
Fonte: Site Oficial da TV *Diário*⁵

Nesse momento em que a digitalização da televisão já é uma realidade no contexto brasileiro, de exigência para transmissão em HD de alta qualidade de definição, a emissora em questão tem passado por algumas transformações; dentre elas, a mais recente foi um processo de convergência de mídias, principalmente no que tange ao jornalismo, de difusão ampla de notícias nas mais diversas plataformas que o próprio grupo Verdes Mares dispõe (televisão, jornal impresso, rádios AM e FM), de forma a conferir maior agilidade e adaptação às imposições que cada tipo de mídia e seu público exigem no exercício comunicativo.

Dentro desse cenário, a *TV Diário* também fortalece a sua característica regional, utilizando campanhas institucionais exaltando a sua trajetória de vinte anos, trazendo novidades na sua grade de programação, com novos cenários, sentidos e conteúdos. As campanhas trazem *jingles* com termos e expressões nordestinas, utilizadas pelo povo cearense com frequência, mantendo sua estratégia de proximidade com o público, conforme cartaz ilustrativo abaixo, que aparece nos horários comerciais da emissora:

⁵ Disponível em: <<http://tvdiario.verdesmares.com.br/programas/diario-regional>>. Acesso em 22/09/18.

Figura 4: Cartaz institucional comemorativo dos 20 anos da TV Diário



Fonte: Facebook Oficial da TV Diário.⁶

Para além disso, temos também a formação de um senso de preservação da tradição e de aspectos socioculturais do Nordeste, trazendo elementos do humor (que é particularmente bem característico do povo cearense) e, reforçando, dessa forma, mais uma vez, o sentido que toma para si ao propor um *slogan* considerando-se ser representativamente a televisão que é “a cara do Nordeste” e que carrega o sentimento de ter “orgulho de ser daqui”, como é possível verificar abaixo:

⁶ Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/tvdiarioonline/>>. Acesso em 22/09/18.



Fonte: *Site* Oficial do Sistema Verdes Mares.⁷

Para finalizar, esclarecemos novamente que a pesquisa de dissertação de mestrado segue em curso de construção, estando em processo avançado de desenvolvimento e que os resultados das análises poderão ser dados posteriormente às conclusões e finalização do trabalho a respeito da regionalidade oferecida pela emissora *TV Diário* de Fortaleza, a partir de sua grade oficial de programação.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE JR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 5ª ed. São Paulo: Cortez, 2011.

CANCIO, Marcelo. **Telejornalismo descoberto**: a origem da notícia no jornalismo televisivo regional. Campo Grande. Ed. UFMS, 2005.

CARVALHO, Gilmar de. **A televisão no Ceará (1959-1966)**. 3ª Ed. Fortaleza: Expressão Gráfica Editora, 2010.

CONSTITUIÇÃO (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. 292 p. BRASIL.

DOURADO, Jacqueline Lima (org.). **Economia política do Jornalismo**: campo, objeto, convergências e regionalismo. Teresina. EDUFPI, 2013.

⁷ Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/tvdiarioonline/>>. Acesso em 22/09/18.

FABBRI JÚNIOR, Duílio. **A tensão entre o global e Local**. Os limites de um noticiário regional na TV. Campinas, SP. Akademica, 2006.

FADUL, Anamaria e GOBBI, Maria Cristina (org). **Mídia e região na era digital: diversidade cultural, convergência midiática**. São Paulo. Arte e ciência, 2006.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

MARÇOLA, Rosângela e OLIVEIRA, Roberto Reis de (org). **Estudos de mídia regional, local e comunitária**. São Paulo: Arte e Ciência, 2008.

TV DIÁRIO. **Programação**. Disponível em: <http://tvdiario.verdesmares.com.br/programacao>. Acesso em 28 de setembro de 2018.
THOMPSON, John B. **Mídia e Modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis (RJ): Ed. Vozes, 2009.

SOBRE A AUTORA:

Bruna Castelo Branco é formada em Licenciatura e Bacharelado em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Especialista em Jornalismo para TV e Mídias Eletrônicas. Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFC. E-mail: brunafanco19@gmail.com.