

# XXIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

UNIVERSIDADE DO AMAZONAS

Manaus, setembro de 2000

## PROGRAMAÇÃO REGIONAL: AUDIÊNCIA E CREDIBILIDADE

Rogério Eduardo Rodrigues Bazi <sup>1</sup>

### Resumo

O estudo da televisão regional tendo como parâmetro a EPTV (Emissoras Pioneiras de Televisão) é o objeto principal do trabalho. Analisa que a programação da emissora gera credibilidade e audiência, ingredientes indispensáveis para a viabilidade econômica de uma emissora regional. Descreve também a dificuldade da TV regional em encontrar brechas na grade de programação da emissora cabeça-de-rede, para que suas produções sejam exibidas; a “preocupação” da emissora em atender à comunidade local e regional. O estudo considera que é através da TV regional que o público pode, talvez obter, de alguma maneira, respostas aos seus anseios ou, simplesmente, se sentir mais próximo de seus direitos.

**Palavras-chave: televisão regional, audiência, programação.**

---

<sup>1</sup> Professor do Curso de Comunicação Social no Centro Universitário de Votuporanga, Faculdade de Jornalismo de Catanduva (FAFICA) e Faculdade Prudente de Moraes (Itu-SP). Mestre em Ciências da Comunicação pela Cásper Líbero. E-mail: rogeriobazzi@bol.com.br

## INTRODUÇÃO

O objetivo do presente texto é contribuir com os estudos sobre a televisão regional no país, tendo como objeto de análise a EPTV (Emissoras Pioneiras de Televisão).

Afiliada à Rede Globo de Televisão, a EPTV possui três emissoras espalhadas pelo interior paulista – em Campinas, Ribeirão Preto e São Carlos- e uma, no sul de Minas Gerais- em Varginha. As quatro emissoras são controladas pelas famílias Coutinho Nogueira e Marinho, e obtiveram, juntas, em 1998, um faturamento de cerca de R\$ 84 milhões.

Inaugurada em 1979 pelo empresário José Bonifácio Coutinho Nogueira, a EPTV comemorou no ano de 1999, vinte anos de fundação. A sede da emissora se localiza na cidade de Campinas, pois foi nesse município que o grupo implantou sua primeira emissora: a TV Campinas em 1979. Um ano depois, o grupo inaugurou a EPTV Ribeirão Preto; em 1988, foi a vez da EPTV Sul de Minas e, em 1989, a cidade de São Carlos recebeu os sinais da EPTV Central. No início, o sinal da emissora de Campinas chegava em apenas 20 cidades. Hoje o sinal das quatro emissoras atinge 292 municípios em um público estimado em 9 milhões de pessoas.

Retratar os assuntos locais, proporcionando aos telespectadores acompanhar também o que ocorre no país e no mundo, é a possibilidade que a EPTV fornece ao seu público, através da união da programação regional e nacional. Se uma pessoa desejar

assistir “às cores locais”, basta sintonizar nos programas gerados pela EPTV; se optar em saber o que acontece em outro lugar, assiste aos programas da Rede Globo. Como qualquer outra emissora afiliada à Globo, a EPTV possui horários pré-determinados para exibir sua programação regional. No entanto, por 10 vezes, a emissora já ocupou espaços na programação da Globo, utilizando-se do horário do programa “Globo Repórter”, transmitido em rede nacional, às sextas-feiras, para apresentar suas produções regionais. Até o momento, ela é a única das 112 emissoras da Globo que ocupou tal espaço. A primeira exibição nacional-regional da EPTV foi em 1992 com o documentário “O Canto da Piracema”, que mostrou a subida dos peixes pelos rios do interior paulista e de Minas Gerais. No dia 07 de janeiro de 2000, a emissora voltou a ocupar o espaço do programa com o especial “Vida Selvagem”, obtendo 37% de audiência, segundo registros do Ibope daquele dia.

## **AUDIÊNCIA E CREDIBILIDADE**

A conquista da audiência de uma emissora regional passa, necessariamente, pela questão da qualidade de seus programas e de sua credibilidade junto ao público. Retratar os aspectos regionais de uma comunidade proporciona, na visão do diretor da EPTV, Antonio Carlos Coutinho Nogueira<sup>2</sup>,

“(…) ter audiência e ter respeitabilidade. Nós não podemos nunca induzir, sugerir, criar algum mecanismo numa região que influencie a população e, sim, retratar com fidelidade os fatos. Certamente, o nosso poder de audiência hoje é muito grande, mas, o é, porque o trabalho tem

---

<sup>2</sup> Em entrevista ao pesquisador na sede da emissora em Campinas. Todos os depoimentos de Antonio Carlos Coutinho Nogueira que aparecerem no texto referem-se a essa entrevista.

credibilidade. Se a gente começar a fazer besteira, começar a tentar manipular a opinião pública, não conseguiremos, pois não existe mais o telespectador “bobo”. Antigamente, você poderia dizer que, sem o controle remoto, o telespectador estava ligado sempre no seu canal. Hoje não, se a pessoa não gostar de um programa, ela vai mudar de canal; se ela não estiver gostando de um programa, entrevista chata ou uma coisa que ela achar que não está verdadeira ou não está correta, vai mudar de canal. Hoje, somando ao controle remoto, temos a Internet, TV por assinatura; as opções são inúmeras e aí volta o nosso antigo raciocínio, que o importante é ter produção de conteúdo. A pessoa pode até divergir, mas tem que saber que o jornal é feito de uma forma que é isenta, não tem jogada política por trás”.

Tendo como ponto de partida “a comunidade”, a EPTV sabe que retransmitir somente a programação da Rede Globo não lhe traz a “respeitabilidade” desejada por Antonio Carlos Coutinho Nogueira. É necessário também investir na programação regional. Segundo o diretor da emissora,

“(…) do ponto de vista estritamente econômico, talvez fosse mais vantajoso, no início, você apenas retransmitir a programação da rede, e fazer inserções publicitárias e faturar, mas a gente sabe que, a médio e longo prazo, a comunidade tem respeito pelo seu trabalho e assiste a ele, se você o fizer voltado para ela”.

Esse “trabalho” de atender aos anseios da comunidade, citado pelo diretor da emissora, é realizado na frente das câmeras, através dos programas veiculados pela EPTV, bem como atrás delas, com pesquisas qualitativas feitas pela emissora. A última, de acordo com Coutinho Nogueira, foi realizada no segundo semestre de 1998 nas praças de Campinas, Ribeirão Preto e São Carlos. São chamadas oito ou nove pessoas em um hotel da cidade ou em um estúdio constando, entre elas, um jornalista para sugerir algum tema. *“Nós ouvimos grupos de audiência das classes A, B, C e D naquele vidro escondido na*

*sala, onde tudo é gravado. Ao mesmo tempo em que as pessoas têm amor, cumplicidade com a emissora, elas também descem o “pau”, querendo mais”, acrescenta.*

Pelo que se percebe nos depoimentos de Antonio Carlos Coutinho Nogueira, há uma constante preocupação da emissora em mostrar assuntos correlatos à vida de sua comunidade. Mas por que tanta “preocupação”? A resposta pode ser encontrada nas palavras de Nelson Sirotsky, superintendente do grupo gaúcho RBS.

“Televisão, e quem não enxergar isso, mude de ramo, é negócio alimentado pela audiência. Ou seja, o público é que define. Se nós temos a capacidade de fazermos um projeto que agregue audiência, nós devemos fazer. Se o nosso projeto não agrega audiência, nós temos que examinar. E se com certeza ele diminui audiência, nós temos que eliminá-lo” (Cruz, 1996: 162)

O modo enfático como Sirotsky determina a produção da programação regional da RBS mostra que, na prática, muitas variáveis pesam na hora de decidir se um programa deve ser produzido e que podem romper com a necessidade de “viabilidade econômica”. São concessões que a empresa tem que fazer para manter a simpatia do seu público e reforçar sua atuação voltada à comunidade. Nos Estados Unidos, por exemplo, os telejornais locais são tão importantes, que, muitas estações de TV, como as de Chicago, Los Angeles e Detroit, mandaram equipes de jornalismo para a Guerra do Golfo. De acordo com Ghivelder (1995: 157)

“(…) estas estações têm que atender aos anseios da sua comunidade, de modo que não ficaram esperando para ver o que a rede iria mandar para elas em termos de cobertura. Algumas das grandes estrelas do jornalismo americano, hoje, não são necessariamente figuras de rede, mas de afiliadas”.

No caso da EPTV, a “preocupação” em atender sempre à comunidade também existe. A fim de conquistar, principalmente o público de Campinas, a emissora, por duas vezes no mês de dezembro de 1999, por exemplo, transmitiu para suas três praças paulistas (Campinas, Ribeirão Preto e São Carlos), ao vivo, as semifinais do Campeonato Brasileiro de Futebol. Na ocasião, o Guarani, time de Campinas, enfrentou o Corinthians no estádio do Morumbi, em São Paulo. A locução da partida, bem como a reportagem de campo, a transmissão e a venda de espaços publicitários foram feitas pelos profissionais da EPTV-Campinas. No mesmo horário do jogo da Capital, outro time campineiro, a Ponte Preta, enfrentava o São Paulo, só que na cidade de Campinas. Os gols dessa partida foram mostrados durante o confronto de Corinthians e Guarani.

Ainda no mesmo mês, a EPTV enviou a Brasília uma equipe de jornalismo para fazer a cobertura dos trabalhos da CPI do Narcotráfico, que esteve em Campinas por uma semana, mobilizando a atenção da opinião pública. Durante a permanência na cidade, os deputados integrantes da CPI denunciaram vários empresários e personalidades de Campinas, que poderiam estar envolvidos com tráfico internacional de drogas. A repercussão das denúncias foi tão grande na cidade que a EPTV Campinas passou, por várias vezes, a transmitir os depoimentos, ao vivo, direto do Fórum da cidade. A convocação e os depoimentos das pessoas que foram a Brasília também mereceram destaque na EPTV: tudo foi gravado pela equipe de jornalismo da própria emissora, dispensando, assim, as imagens geradas pela Globo. Dessa forma, a emissora de Campinas garantiu sua imagem regional e mostrou o envolvimento que tem com seu público.

Mesmo sabendo que, em momentos como os descritos anteriormente, pode-se gastar mais dinheiro do que receber<sup>3</sup>, a EPTV “banca o negócio”, pois a emissora sabe que algum benefício sempre terá. Entre os benefícios que a diferença lucro/despesa pode trazer, estão os índices de audiência da programação, mostrando que a estratégia de “conquistar sempre a credibilidade” tem dado certo. Um exemplo disso acontece na hora do almoço. Segundo dados do Ibope, segundo semestre de 1999, o programa infantil da Angélica, transmitido pela Rede Globo, registra média 07 pontos; no momento em que o “Jornal Regional 1ª Edição” entra no ar, logo depois do programa da Angélica, trazendo notícias regionais, a audiência, em Campinas, é quase três vezes mais: atinge 18 pontos.

Se comparada com a das outras emissoras nas quatro praças, a programação da Rede EPTV deixa bem para trás as concorrentes. É o que se pode verificar no QUADRO 01

QUADRO 01- AUDIÊNCIA EPTV (%)- MÉDIA DAS 7HS ÀS 23H59

	<b>CAMPINAS</b>	<b>RIB. PRETO</b>	<b>SÃO CARLOS</b>	<b>VARGINHA</b>
EPTV	22	26	27	24
SBT	10	14	9	12
RECORD	2	2	3	3
BANDEIRANTES	2	2	1	2

Fonte: IBOPE- Campinas e São Carlos- 02 a 08.08.99; Ribeirão Preto-16 a 22.08.99 e Varginha/MG- 14 a 20.06.99.

<sup>3</sup> A diretoria da EPTV não revelou quanto gastou para transmitir as duas partidas das semifinais do Campeonato Brasileiro e da viagem da equipe de jornalismo a Brasília.

Apesar dos bons índices de audiência alcançados pela Rede EPTV, um fator que limita a produção de outros programas regionais é a falta de espaço na grade da Rede Globo. Os horários disponíveis pela Globo, segundo a revista Tela Viva de janeiro de 2000, para a inserção de programas regionais é o que segue:

- Segunda a Sexta-feira- 6h45-7h15; 12h-12h50;18h50-19h05
- Sábado- 12h-12h50;13h50-16h;18h50-19h05
- Domingo- 7h-7h30 e uma hora a mais após o programa “Sai de Baixo”

Segundo Scarduelli (1996: 99), dois motivos levam a Rede Globo a não ceder uma janela maior à programação regional:

“a) para poder operacionalizar a rede, uma afiliada não pode ter mais espaço que outra; e b) se todas as emissoras forem obrigadas a produzir mais, provavelmente o farão com péssima qualidade, o que acaba prejudicando a qualidade e, em consequência, a audiência nacional da Globo”.

Para compensar essa falta de tempo, a EPTV ocupa todos os horários liberados a ela pela Rede Globo, pois não é intuito de nenhum diretor da emissora transformar a rede numa emissora exclusivamente local ou trocar a Globo por outra cabeça de rede. A fórmula é ter sempre a “cara local e nacional”, como explica Antonio Carlos Coutinho Nogueira:

“(…) evidentemente a Globo ainda tem e sempre teve uma liderança muito grande de audiência no Brasil pelo gosto popular para o gosto popular. No caso, meu pai [José Bonifácio Coutinho Nogueira] na ocasião da nossa fundação, achou que era muito importante termos a cara local, servirmos a comunidade, termos um investimento para a comunidade, vinculado à essa programação [nacional]. Dessa forma, conseguiríamos ter uma grande audiência, que a rede já tinha, com uma cara local; com jornalismo atuante e combativo que desse o devido retorno à comunidade”.



Contribuindo para o raciocínio, o ex. vice-presidente da Rede Bandeirantes, Antônio Athayde, que trabalhou durante toda a década de 80 como superintendente comercial da Rede Globo, declarou a Meio & Mensagem que no ano 2000

“(...) a televisão terá de mesclar muito melhor a programação de rede com a programação local. Na Globo, algumas afiliadas em mercados mais sofisticados sempre quiseram mais espaço (...) A própria Globo fez um investimento imenso na Globo São Paulo, e um dos objetivos é atender melhor à maior cidade do Brasil. Então, creio que essa tendência de mescla (sic) entre programação local e programação nacional vai se acentuar em favor da programação local”.

Além da produção voltada para o mercado regional, as emissoras da EPTV também contribuem com os vários telejornais da Globo, através de reportagens de interesse nacional e estadual.

De acordo com a diretora de jornalismo, Mara Rubia Vieira<sup>4</sup>, as matérias da EPTV são enviadas para todos os telejornais, entre eles, “Bom Dia Brasil”, “Bom Dia São Paulo”, “Jornal Hoje”, “Jornal Nacional”, “Jornal da Globo”, e também para os telejornais da Globo News. No mês de setembro de 1999, a emissora de Campinas enviou 95 matérias; de Ribeirão Preto foram 44 VTs; São Carlos 50 a 60 matérias e a emissora de Varginha enviou 73 VTs. Mara Rubia não dispõe dos índices de aproveitamento das matérias, isto é, quantas foram ao ar nos telejornais da Rede Globo.

---

<sup>4</sup> Em entrevista ao pesquisador na sede da emissora em Campinas. Todos os depoimentos Mara Rubia Vieira que aparecerem no texto referem-se a essa entrevista.

As matérias enviadas pela EPTV para os telejornais da Globo podem ser utilizadas de quatro formas: a- na íntegra, ou seja, produzida e editada pelos profissionais da EPTV; b- produzida pela EPTV, mas reeditada pelo jornalismo da Globo; c- veiculada através de nota coberta; e d- veiculada através de nota “ao vivo”<sup>5</sup>.

Por serem emissoras que atuam em mercados regionais, pensava-se que os profissionais que trabalham no departamento de jornalismo da EPTV tivessem a “cara” de cada região; quer dizer, que o repórter de São Carlos tenha sotaque do interior paulista e o do Sul de Minas, sotaque mineiro. Enfim, que seus profissionais refletissem as características culturais locais. A preocupação da diretora de jornalismo da EPTV, Mara Rubia Vieira, porém, é outra:

“Eu diria o seguinte: isso não é importante para nós, não importa ser formado aqui ou lá [no sul] (...). A gente quer uma qualidade, quer um profissional ou a gente quer trabalhar na formação de um futuro profissional. Na minha visão, eu acho que tem que ser uma pessoa inquieta, sabe? Eu não vejo uma pessoa que entre no mercado de trabalho hoje, que não seja inquieta, participante (...), porque não dá mais hoje para você ficar motivando pessoas a quererem crescer, sabe? Você não pode perder sua energia e seu tempo falando assim: filho, vai, acorda, olha tá acontecendo isso (...). O pessoal que está saindo da faculdade não tem motivação, não tem curiosidade, não tem.. ele é passivo entendeu? E isso é uma coisa que me preocupa muito no futuro do profissional (...), porque eu comparo quando eu comecei. Então, às vezes eu paro e fico olhando para a redação e falo: meu Deus do céu, que diferença! Que diferença! Não que eu seja melhor do que os outros, entendeu?”

---

<sup>5</sup> Segundo Prado (1996), nota coberta são textos noticiosos redigidos pelos jornalistas e gravados pelos apresentadores dos telejornais e que são cobertos por imagens; nota “ao vivo” são notícias lidas pelos apresentadores sem qualquer imagem.

Apesar da diferença de motivação do profissional que se forma hoje na faculdade em relação a outras décadas, exposta na palavras de Mara Rubia, um detalhe é certo para a EPTV: a linguagem da televisão é universal e a notícia deve ser regional.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A televisão brasileira, ao completar cinquenta anos, atravessa um grande momento: a regionalização de sua programação. Verifica-se em quase todo o território nacional que muitas emissoras interioranas estão se reestruturando tecnicamente e investindo valiosas quantias na programação regional, a fim de conquistar cada vez mais o telespectador local.

É importante salientar que essas emissoras regionais utilizam-se da produção local de seus programas para sobreviverem e, ao mesmo tempo, obterem credibilidade junto às comunidades que atuam. No caso da Rede EPTV, por exemplo, os altos índices de audiência demonstram a confiabilidade do público em seus programas, tornando-a, assim, uma emissora regional viável.

Ainda, temos que considerar que para se tornar viável, a emissora regional necessita estar situada em mercados economicamente ativos ou promissores. Assim, no caso estudado, verificou-se que as quatro emissoras do grupo EPTV estão localizadas em grandes centros urbanos, isto é, com indústrias de pequeno e grande porte, comércio varejista desenvolvido ou em desenvolvimento e com universidades e faculdades. São esses mercados, através da exibição de seus comerciais, que poderão manter a engrenagem financeira da emissora funcionando.

Outro aspecto a ser considerado diz respeito à credibilidade conquistada pela EPTV nos mercados regionais onde atua cada emissora do grupo. É através da qualidade de sua programação que as Emissoras Pioneiras conseguem manter um público fiel, retratado nos altos índices de audiência, já expostos no trabalho. No total, a EPTV produz sete programas que são distribuídos na grade de programação da Rede Globo de segunda a sexta-feira.

Por fim, podemos afirmar que o modelo de emissora regional adotado pela Rede EPTV é de extrema importância para uma região e para a comunidade local, pois é através da TV regional que o público possui a oportunidade de se ver retratado na tela da televisão, tentando talvez obter, de alguma maneira, respostas aos seus anseios ou, simplesmente, se sentir mais próximo de seus direitos.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- CRUZ, Dulce Márcia. **Televisão e negócio, a RBS em Santa Catarina**. Florianópolis: UFSC, 1996.
- GHIVELDER, Zevi. “Telejornal em rede”. IN: REZENDE, Sideny & KAPLAN, Sheila (org.). **Jornalismo Eletrônico ao vivo**. 2. ed. Petrópolis, Vozes, 1995.
- MEIO & MENSAGEM**. São Paulo, 29 nov. 1999.
- PRADO, Flávio. **Ponto Eletrônico**. São Paulo: Publisher Brasil, 1996.
- SCARDUELLI, Paulo. **Network de Bombacha: Os Segredos da TV Regional da RBS**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: USP, 1996.
- TELA VIVA**. São Paulo, jan. 2000.