

Novas categorias televisivas no Rio Grande do Norte: uma análise de conteúdo da TV aberta potiguar

New television categories in Rio Grande do Norte: A content analysis of potiguar open TV

Valquíria Aparecida Passos Kneipp

Pós-doutora em Comunicação (Unesp – Bauru), doutora e mestre em Ciência da Comunicação – (Escola de Comunicações e Artes da USP), graduada Comunicação Social – Jornalismo (Unesp – Bauru), professora Associada do curso de Jornalismo e do Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia (Universidade Federal do Rio Grande do Norte), líder da linha de Estudos da Mídia e Práticas Sociais do grupo de Estudos da Nova Ecologia dos Meios do CNPq, e Diretora de Comunicação da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (2019-2023). Foi diretora científica da Alcar (2007-2011) e coordenadora do GT de Mídias Visual e Audiovisual (2008-2011), coordenadora (2017-2019) e vice-coordenadora (2013-2017) do programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, vice-coordenadora do grupo de Pesquisa Imagem, Mercado e Tecnologia do CNPq (2017-2019). Email: valquiriakneipp@yahoo.com.br

Francisco das Chagas Sales Júnior

Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Bacharel graduado e laureado em Comunicação Social - jornalismo pela UFRN (2009). Autor do livro "RNTV: A notícia no ar". Atua na imprensa local do Rio Grande do Norte como repórter, apresentador, produtor, pauteiro, editor de texto e editor-chefe. Já realizou atividades na TV Universitária (TV Brasil), SIMTV (Rede TV), Intertv Cabugi (TV Globo) e atualmente trabalha na TV Assembleia RN. Conquistou prêmios de jornalismo em níveis estadual, regional e nacional. Desenvolve e participa de projetos relacionados aos seguintes temas: televisão, telejornalismo, regionalização da TV e história da mídia no Brasil, especialmente no Nordeste e no Rio Grande do Norte. Email: jornalismo_junior@yahoo.com.br

Resumo

Devido aos avanços tecnológicos e da convergência com as mídias digitais, a televisão continua sendo um veículo em constante transformação. Por isso, segue adaptando categorias, gêneros e formatos, para atender as práticas sociais presentes em suas produções. Com o objetivo de identificar as categorias na TV potiguar, o presente estudo analisou o conteúdo o produzido pelas cinco primeiras emissoras do Rio Grande do Norte. Para alcançar esse objetivo utilizou como metodologia a Análise de Conteúdo, proposta por Bardin (2011). A pesquisa contou ainda com o aporte teórico e conceitual de autores como Aronchi de Souza (2004) e Duarte e Castro (2007), além de Rezende (2000), Djavite (2006), Gomes (2009), França (2009), Peruzzo (2006), entre outros. Com o estudo, foram identificadas e propostas oito categorias televisivas, observadas na televisão do potiguar.

Palavras chave

Televisão; Regionalização; Categorias televisivas; Rio Grande do Norte.

Abstract

Due to technological advances and the convergence with digital media, television remains a vehicle in constant transformation. For this reason, it continues to adapt categories, genres and formats to meet the social practices present in its productions. In order to identify the categories on the TV in Rio Grande do Norte, the present study analyzed the content produced by the first five broadcasters in Rio Grande do Norte. To achieve this goal, the methodology used was Content Analysis, proposed by Bardin (2011). The research also counted on the theoretical and conceptual contribution of authors such as Aronchi de Souza (2004) and Duarte and Castro (2007), in addition to Rezende (2000), Djavite (2006), Gomes (2009), France (2009), Peruzzo (2006), among others. With the study, eight television categories were identified and proposed, observed on the state television.

Keywords

TV; Regionalization; Television categories; Rio Grande do Norte.

1. Panorama do desenvolvimento da televisão potiguar

A televisão chegou efetivamente ao Rio Grande do Norte em 1972, com a inauguração da TV Universitária (KNEIPP, 2017). A TVU foi a primeira emissora geradora de conteúdo local do estado. O canal surgiu em terras potiguares para fins educativos, com a transmissão das tele aulas do projeto chamado de Satélite Avançado de Comunicação Interdisciplinar (SACI), desenvolvido pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE).

Apenas em 1987 é que a primeira emissora comercial se instalou no Rio Grande do Norte. Foi a TV Ponta Negra (SBT), fundada pelo ex-senador Carlos Alberto de Sousa. No mesmo ano, em setembro, surgiu a TV Cabugi (TV Globo), fundada pelo ex-senador Aluizio Alves (JÚNIOR, 2014). Em seguida, em novembro do mesmo ano, foi a TV Tropical (Record TV), fundada pelo ex-governador Tarcísio Maia. O quinto canal comercial instalado no estado foi a TV Potengi (Band), em 1990, fundada pelo ex-senador Geraldo Melo.

Atualmente, o Rio Grande do Norte possui 12 emissoras de televisão que funcionam em sinal aberto dentro do território potiguar (KNEIPP; SALES JÚNIOR, 2020). São canais públicos e privados transmitindo programações locais e nacionais para os 167 municípios potiguares. Dentro desse universo da radiodifusão no estado, se torna importante apresentar as características das primeiras geradoras de conteúdo televisivo no Rio Grande do Norte.

Por tanto, este estudo teve como objetivo geral investigar, identificar e analisar as principais características da televisão aberta no Rio Grande do Norte, verificando os elementos presentes e mais comuns na produção televisiva do estado. Para alcançar os resultados, buscou-se identificar um perfil com informações atualizadas sobre as categorias presentes na programação e quantificar o espaço dado pelas emissoras locais para cada uma das categorias.

O objeto empírico do presente estudo foi composto pelas cinco primeiras emissoras de televisão instaladas no estado e com programações transmitidas em canal aberto. Esses canais foram escolhidos porque, além de serem os mais antigos em funcionamento, são os que concentram a maior audiência entre telespectadores potiguares, de acordo com pesquisas realizadas semestralmente pelo Ibope¹.

Com o intuito de alcançar os objetivos definidos pela pesquisa, foi realizada uma análise de conteúdo da programação das emissoras estudadas, tendo como base a metodologia definida por Bardin (2011). Segundo a autora, “a técnica consiste em classificar os diferentes elementos nas diversas gavetas segundo critérios susceptíveis” (2011, p. 39). Tal procedimento metodológico ajudou a traçar os caminhos do estudo e a categorização do material coletado. Sobre a delimitação do objeto de estudo aqui proposto, as cinco primeiras emissoras de televisão do Rio Grande do Norte, Bardin (2011, p. 123) explica que “a análise pode efetuar-se numa amostra desde que o material a isso se preste. A amostragem diz-se rigorosa se a amostra for uma parte representativa do universo inicial”. Esse conceito reforça o que foi feito para alcançar o objetivo da pesquisa, uma vez que as emissoras escolhidas são responsáveis pela maior parte da produção televisiva no Rio Grande do Norte.

Por tanto, foram coletadas informações sobre as programações das emissoras como os programas atuais, duração, horários e características das produções. A coleta aconteceu entre

¹ Pesquisa Kantar Ibope Media-MW/Praça Natal/Participação domiciliar/Media 0h às 23h59 – seg a sex/Julho 2019.

os meses de abril e maio de 2019, por ser considerado um período em que a grade televisiva não sofre alterações consideráveis e, por tanto, sem maiores interferências nos resultados da pesquisa.

Para compreender melhor a produção da televisão no estado, o presente estudo contou ainda como base teórica e conceitual os estudos realizados por Aronchi de Souza (2004) e Duarte e Castro (2007). A colaboração desses autores foi importante para analisar as estruturas de produção e entender porque as redes de televisão criam gêneros e formatos e distribuem pelo país, dando uma roupagem regional. Contamos ainda com a colaboração de outros autores como Rezende (2000), Djavite (2006), Gomes (2009), França (2009), Peruzzo (2006), entre outros.

2. Reflexões sobre as categorias televisivas

Pesquisar a televisão no Rio Grande do Norte significa mais do que identificar as práticas sociais que a configura ou entender apenas os contextos histórico, político, econômico e cultural nos quais está inserida. É preciso observar, identificar, verificar e analisar as estruturas de sentido presentes em suas grades programação, em especial nos programas produzidos pelas emissoras potiguares. Nesse sentido, levando em consideração que a presente pesquisa tem como objetivo geral identificar e analisar o perfil editorial da TV aberta no estado, se torna necessário identificar as categorias e gêneros em que as produções televisivas potiguares melhor se enquadram.

Nesse sentido, o trabalho começou por identificar as categorias televisivas verificadas nos canais que formam o objeto de estudo desta pesquisa. Mas antes de dar início à proposta de classificação dos programas, se torna necessário entender a definição de categoria enquanto estrutura semântica que carrega as características específicas de cada de tipo de produção audiovisual.

A separação dos programas de televisão em categorias atende à necessidade de classificar os gêneros correspondentes. Por isso, a categoria abrange vários gêneros e é capaz de classificar um número bastante diversificado de elementos que se constituem, na concepção de Martín-Barbero, no elo que une o espaço da produção, os anseios de produtores culturais e os desejos do público receptor. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 37)

Rezende (2000) também concebe a definição de categoria como o conjunto que reúne as demais estruturas semânticas existentes na programação e nos programas de TV. Para o autor, conhecer o funcionamento desses elementos e as funções que cada um desempenha contribui para a continuidade e o desenvolvimento da televisão brasileira.

As pesquisas sobre TV antes de analisar gêneros e formatos devem apreciar a programação como um todo. Não obstante seu caráter fragmentário, a TV apresenta um conjunto de programas de vários gêneros, que, conjugados, propiciam a continuidade da emissão num certo padrão técnico. (REZENDE, 2000, p. 32)

Nesse mesmo sentido, ao conceber que os gêneros não surgem por acaso e de forma isolada, mas de outras mídias ou da sociedade pré-midiática, Jost (2011) também contribui para o pensamento de que essas estruturas não podem ser fixadas de forma definitiva. No entanto, considera a existência de uma lógica que permite reagrupar a pluralidade dos gêneros em torno de um pequeno grupo de eixos categoriais.

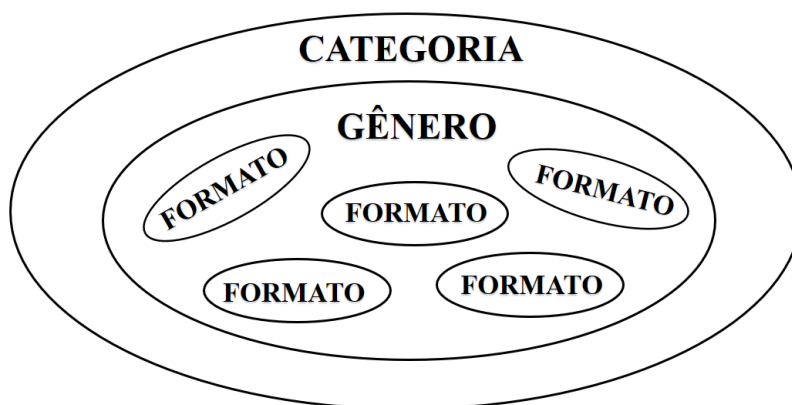
Analisar a programação das emissoras de televisão e identificar as estruturas e recursos presentes nos programas nos ajuda a compreender melhor como se dá a construção de sentido e, conseqüentemente, das categorias, gêneros e formatos televisivos. Para isso, se torna necessário conhecer os processos existentes, bem como os recursos utilizados pela televisão. Duarte e Castro (2007) explicam essas estratégias de formatação dos programas.

Os recursos usados pelos discursos televisivos para compor seus textos são diversos e muitos deles podem ser identificados a partir do exame mais atento da programação, sobretudo buscando entender a constituição dos sentidos na sua relação com as formatações, que passam por mutações, hibridizações, mas também se sujeitam as tendências, e a normatizações. (DUARTE, CASTRO, 2007, p. 197)

Por tanto, a divisão dos programas em categorias pode, então, ser encarada como o início do processo de classificação do produto televisual ou audiovisual. Essa categorização facilita a construção de significado, visto que oferece algum tipo de organização e aglutinação de recursos expressivos e de linguagem (DUARTE; CASTRO, 2070). Pode-se afirmar ainda que essas estruturas representam o macro da ordenação que se tenta estabelecer para compreender como as produções televisivas se organizam.

Partindo dessa ideia, Arochi de Souza (2004) apresenta como estariam organizadas as estruturas de sentido presentes nos programas da televisão brasileira, levando em consideração a existência das categorias, gêneros e formatos.

Figura 1 – Organização categoria, gênero e formato



Fonte: Arochi de Souza (2004)

Tendo como base essa concepção, vale ressaltar que uma categoria contém diversos gêneros e que o gênero em si mesmo pode abrigar vários formatos. Por tanto, considera-se que cada programa de TV carrega consigo as estruturas originadas dos aspectos e práticas que o configura e reconfigura a todo o momento, em processo constante de renovação.

Esse processo de construção é o que Machado (2000) chama de eventos audiovisuais, responsáveis por criar o enunciado, que pode ser entendido como as categorias, gêneros e formatos televisivos presentes na TV brasileira.

A televisão abrange um conjunto bastante amplo de eventos audiovisuais que tem em comum apenas o fato de a imagem e o som serem constituídos eletronicamente e transmitidos de um local (emissor) a outro (receptor) também por via eletrônica. Cada um desses eventos singulares, cada programa, cada capítulo de programa, cada bloco de um episódio de

programa, cada entrada de reportagem ao vivo, cada vinheta, cada spot publicitário, constituem aquilo que os semioticistas chama de um enunciado. (MACHADO, 2000, p. 70)

A partir desse entendimento sobre a categorização das produções realizadas pela televisão no Brasil e das estruturas presentes nela, que produzem sentido ou recebem significação, Arochi de Souza (2004) pesquisou a programação de emissoras nacionais, identificou os elementos dos programas, analisou discursos e, a partir disso, propôs a classificação dos programas televisivos brasileiro em cinco categorias: informação, entretenimento, educação, publicidade e outros.

No entanto, considerando os aspectos mutáveis e heterogêneos das categorias, gêneros e formatos da televisão brasileira, além do espaço de tempo decorrido desde a realização dessa classificação feita por Arochi de Souza (2004), propõe-se uma atualização e reorganização dessas estruturas para identificar um perfil editorial mais próximo da realidade atual. Principalmente, pelo fato de esta pesquisa ter como objeto emissoras locais da TV aberta no Rio Grande do Norte.

3. Investigação sobre as categorias da TV do RN

Ao pesquisar a televisão potiguar, de início, verificou a existência das cinco categorias propostas pelos estudos realizados por Aronchi de Souza (2004). Todas elas foram identificadas, com exceção da categoria outros, devido ao período de recorde do presente estudo. Mas diante das especificidades locais e da imperiosa necessidade de atualização das estruturas semânticas existentes nas produções televisivas do Rio Grande do Norte, esta pesquisa propõe outros três tipos de categorias, que possibilitarão uma ordenação mais adequada e atual das existentes na TV no estado no momento da realização da pesquisa, conforme quadro 1.

Quadro 1 – Categorias de Aronchi de Souza (2004) e novas categorias propostas pela pesquisa.

Categorias de Aronchi de Souza	Novas categorias propostas
Informação	Infotainment
Entretenimento	Popular
Publicidade	Religiosa
Educação	
Outros	

Elaborado pelos autores com base em Aronchi de Souza (2004) e pesquisa empírica (2020)

A primeira categoria proposta é denominada de infotainment. Essa categorização surge da união de outras duas classificações já existentes (informação e entretenimento), diante da necessidade de uma melhor aglutinação de alguns gêneros que se enquadrariam, ao mesmo tempo, nos dois tipos classificatórios. Por tanto, se trata aqui de uma hibridização identificada na atualidade e necessária para ser proposta no contexto atual.

No entanto, a mistura de informação com entretenimento não é um fenômeno tão atual assim observado na televisão brasileira. Nos anos de 1980 já se falava sobre infotainment, mas foi apenas no final da década de 1990 que esse termo passou a ser utilizado por profissionais e estudado com maior intensidade por acadêmicos da comunicação. Gomes (2009) explica que esse conceito ganhou força a partir da junção de conglomerados que antes trabalhavam separadamente a comunicação e o entretenimento.

Nos anos 80 e 90 do século XX, a consolidação de grandes conglomerados de mídia, que se ocupam ao mesmo tempo da produção de entretenimento e

de informação, a cada vez mais alta exigência da audiência e de lucro na indústria da cultura e a transmissão televisiva da primeira guerra do Golfo, evidenciaram o estreitamento entre informação e entretenimento (GOMES, 2009, p. 202).

O infotainment, ou *infotainment* como também é conhecido, se apresenta como uma notícia mais light, longe da sisudez do jornalismo hard, comum no noticiário diário e factual. Dejavite (2006) explica melhor a definição desse termo.

Grosso modo, o jornalismo de INFOtenimento é o espaço destinado às matérias que visam informar e divertir como, por exemplo, os assuntos sobre estilo de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano – os quais atraem, sim, o público. Esse termo sintetiza, de maneira clara e objetiva, a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo, pois segue seus princípios básicos ao mesmo tempo que atende às necessidades de informação do receptor dos dias de hoje. (DEJAVITE, 2006, p. 72).

Apesar de, frequentemente, os estudos na área da comunicação relacionarem o infotainment à informação jornalística, Gomes (2009) explica que não há, necessariamente, uma relação entre jornalismo e entretenimento.

O *infotainment* carrega um sentido suficientemente amplo de informação para não se restringir à informação jornalística – o que permite aos autores recorrerem a *infotainment* para falar de produtos que não têm qualquer relação com o jornalismo, ainda que não se possa negar que contenham informação no seu conteúdo (GOMES, 2009, p. 202-203).

O surgimento do infotainment nasce, portanto, da necessidade de a televisão informar e ao mesmo tempo entreter. Uma exigência crescente dos telespectadores que querem ficar bem informados sobre o mundo e, ao mesmo tempo, se divertir ou receber esses conteúdos de uma forma mais amena. Soma-se a isso as estratégias para atrair a atenção dos telespectadores, aumentar a audiência e conquistar mais anunciantes.

Para França (2009) classificar notícias mais leves apenas como jornalismo ou separar informação de entretenimento não se torna mais possível no mundo atual. O que reforça a importância de uso dessa nova nomenclatura para alguns tipos de programas de televisão.

O traço da diversão, do lúdico, do descontraído é tão forte e marcante na televisão que ultrapassa os gêneros marcadamente inscritos na categoria entretenimento (telenovelas, programas humorísticos, de auditório, infantis etc.) e penetra no antes sisudo campo da “informação” (FRANÇA, 2009, p. 34).

Ramonet (1999, p. 132), concorda com essa linha de pensamento ao afirmar que “informação e divertimento tendem a confundir-se”. Também partindo da ideia de que a televisão consegue informar e divertir ao mesmo tempo, Habermas (1984, p. 201) considera que “a separação rígida entre *fact* e *fiction* é abandonada cada vez com maior frequência”.

Por tanto, para o desenvolvimento dos estudos sobre televisão no Brasil e no Rio Grande do Norte não é mais possível pensar apenas em conteúdos classificados com informativos ou de entretenimento. É preciso considerar um meio termo, tendo em vista a quantidade de programas que se enquadram muito bem nos dois estilos. É o caso das produções esportivas, que há muito tempo vem apostando nessa mistura para informar e

divertir o público, de forma leve e descontraída, como certa licença poética para fugir das amarras das *hard news*.

Ainda falando sobre a união de informação e entretenimento, mas desta vez com foco nas notícias mais duras e factuais, esta pesquisa propõe a criação de uma outra nova categoria. Já faz tempo que os programas policiais e também os comunitários se utilizam das estratégias de espetacularização para atrair a atenção dos telespectadores. Por isso mesmo, essas atrações desenvolvem características próprias, tanto no formato quanto no conteúdo.

Nas emissoras comerciais de TV – predominantes no Brasil – a programação adota um caráter primordialmente diversional que afeta, inclusive, as produções telejornalísticas. Motivada por essa ideologia do entreter para conquistar maiores níveis de audiência e faturamento, a televisão privilegia a forma do espetáculo. (REZENDE, 2000, p. 35)

É por causa desse tipo de produção, verificada em todo país e na maioria das emissoras do Rio Grande do Norte, que se propõe aqui a categoria popular, que passa a englobar tanto os programas policiais quanto os classificados como comunitários. São produtos televisivos que utilizam uma linguagem mais acessível às pessoas humildes e é apresentado de forma mais atraente, por assim dizer, espetacularizada.

A abordagem e tratamento de assuntos sérios como assaltos e homicídios são geralmente criticados tanto pelos profissionais da comunicação quanto pelos estudiosos de televisão no Brasil. Para Periago (2004, p. 5) “a espetacularização da notícia policial, por meio de métodos extraídos do sensacionalismo, hiper-realismo e da dramaturgia, vulgariza a TV, diminui a credibilidade do jornalista e falseia o conteúdo do fato diante da realidade”.

Apesar das críticas aos programas policiais e comunitários, é preciso entender a definição de comunicação popular para compreender o papel que exerce na sociedade. Peruzzo (2006) traz um conceito que nos ajuda a refletir melhor sobre esse conceito.

A comunicação popular e comunitária pode ser entendida de várias maneiras, mas sempre denota uma comunicação que tem o “povo” (as iniciativas coletivas ou os movimentos e organizações populares) como protagonista principal e como destinatário, desde a literatura de cordel até a comunicação comunitária. (PERUZZO, 2006, p. 9)

Por tanto, ao propor uma categoria televisiva intitulada de popular, considera-se tanto os aspectos do formato e do conteúdo espetacularizados quanto a linguagem utilizada para atingir as massas, como também pelo espaço dado ao povo. Na maioria dos casos, as reportagens dos chamados programas populares são construídas com a participação da população que cobra melhorias para suas comunidades, em diversas áreas (saúde, educação, segurança...), ou reclamam dos direitos básicos que não estão sendo atendidos pelo poder público. São essas características que serão consideradas na classificação dessa nova possibilidade de categoria.

Ainda dentro das propostas aqui apresentadas está a criação da categoria religião. Essa seria uma separação conceitual do que já existe sobre o assunto. Diante da crescente prática de arrendamento de horários nas programações das emissoras, torna-se necessário que os programas desse gênero sejam agrupados em um conjunto a parte, que melhor possam identificá-los.

Com a nova categorização, será possível compreender o fenômeno da chamada Igreja Eletrônica. Ao analisar as estruturas presentes nesse tipo de produção será possível entender ainda a produção de sentido ou prática social nos programas classificados como religiosos e o

espaço que ocupam nas programações e o apelo que tem junto aos telespectadores.

A partir desse conceito, podemos compreender como a TV brasileira se transformou em palco de novos atores religiosos, especialmente os pastores neopentecostais (SCHMIDT, 2008). Os grupos religiosos passam a apostar na força desse instrumento de comunicação que se mostra eficaz na conquista de um novo rebanho virtual. Com isso, o arrendamento de horários nas programações das emissoras de televisão se tornou algo comum na difusão de pensamentos e ações das igrejas em nosso país.

4. Proposta para um novo perfil editorial

Diante das categorias já classificadas por Aronchi de Souza (2004) e das novas propostas de categorização identificadas e apresentadas pela pesquisa, a classificação dos programas da televisão potiguar passa considerar as seguintes categorias: informação, infotenimento, popular, entretenimento, publicidade, religião, educação e outros.

A pesquisa aqui realizada na televisão do Rio Grande do Norte, considerou então a existência de oito categorias televisivas. Os dados coletados pelo estudo foram classificados levando em conta as principais características de cada categoria e as dos programas das cinco emissoras pesquisadas, entre abril e maio de 2019. As porcentagens são relativas ao tempo de produção dos programas locais, que se enquadram em cada categoria proposta pela pesquisa. Abaixo, na tabela 1, seguem os resultados.

Tabela 1 – Categorias televisivas identificadas na TV aberta do RN

	TVU	TV Ponta Negra	Inter TV Cabugi	TV Tropical	Band RN
Informação	78,66%	41,36%	87,59%	24,39%	21,21%
Infotenimento	3,05%	7,36%	5,43%	1,82%	6,65%
Popular	-	25,49%	-	29,55%	18,71%
Entretenimento	6,10%	22,38%	6,98%	16,97%	10,39%
Publicidade	-	3,41%	-	1,82%	14,97%
Religião	-	-	-	25,45%	28,07
Educação	12,19%	-	-	-	-
Outros	-	-	-	-	-

Elaborado pelos autores (2020).

O primeiro ponto observado quanto as categorias televisivas é que, entre as oito classificações propostas pelo estudo, apenas três são comuns a todas as emissoras potiguares pesquisadas. Informação, infotenimento e entretenimento são as que ocupam espaço considerável na grade de programação dos canais de televisão do Rio Grande do Norte.

Na categoria informação, a Inter TV Cabugi é a que dedica uma quantidade maior na programação diária e semanal, com 87,59% da produção local dedicada a esse tipo de conteúdo. Se enquadram nessa classificação os telejornais Bom Dia RN e RNTV, que são os mais antigos da emissora e também da televisão no estado. Em segundo lugar, aparece a TVU com 78,66%. Na demais emissoras, o percentual é menor tendo em vista que os programas se enquadram também em outras categorias televisivas.

É importante observar e destacar que os canais com regras mais rígidas, sejam definidas pela emissora nacional a qual está afiliada ou pela finalidade e limites determinados pela legislação brasileira, são os que mais investem em conteúdo informativo. No caso das afiliadas da TV Globo, os espaços destinados à programação local são para jornais ou programas jornalísticos (BAZI, 2001). São nessas emissoras que também verificamos a menor variedade de categorias, concentrando seus programas nos tipos de produções mais

tradicionais da televisão brasileira.

Quanto ao entretenimento, os maiores percentuais estão nas emissoras com a programação mais abertas para arrendamento de horários e parcerias comerciais. É por isso que a TV Ponta Negra, TV Tropical e Band RN são, respectivamente, as que mais tem tempo dedicado a esse tipo de produção em sua programação local. O que reforça os argumentos dados pelos diretores dos departamentos comerciais e de programação sobre a prática de locação de espaços na grade e a realização de parceria com outras empresas ou instituições para diversificar o conteúdo.

O arrendamento de horários e parcerias comerciais também justificam a forte presença de grupos religiosos na televisão potiguar. Na Band RN, esse tipo de produção ocupa 28,07% da programação local. Na TV Tropical, afiliada da Record TV, emissora do bispo Edir Macêdo da Igreja Universal, esse índice é de 25,45%. São programas exibidos diariamente, incluindo os finais de semana, em faixas horárias diversas, não apenas durante as madrugadas.

Os dados são preocupantes do ponto de vista da diversidade religiosa, que deveria existir em um país considerado laico pela Constituição de 1988, e do serviço público, que deveria ser prestado à sociedade potiguar por esses canais. Ao mesmo tempo também preocupa a prática de sublocação de uma concessão pública, algo proibido pela legislação brasileira, no entanto realizado abertamente e sem nenhum impedimento aparente, na maioria dos casos.

São também nas televisões que locam horários na programação em que se verifica a presença das categorias publicidade e popular. Um tipo de conteúdo que é veiculado pelos canais que destinam mais espaço para os programas considerados informativos. O que comprova mais uma vez que quanto mais aberta a emissora para produções realizadas por meio de arrendamento de horários ou parcerias maior é a variedade de tipos de categorias televisivas.

No entanto, é importante ressaltar que a maioria dos programas da categoria popular são os que registram um apelo maior junto ao público e, conseqüentemente, altos índices de audiência, segundo as pesquisas realizadas pelo IBOPE. É o caso do Patrulha da Cidade, produzido pela TV Ponta Negra (SBT), que há mais de nove anos é líder no horário do meio dia no Rio Grande do Norte, deixando em segundo lugar a afiliada da TV Globo, a Inter TV Cabugi.

Em relação ao infotainment, apesar de ser um tipo de produção observado em todas as emissoras pesquisadas, ainda é verificado em percentuais pouco significativos em relação aos demais. Por se tratar de uma categoria híbrida e relativamente nova no campo de estudos da comunicação social, possui uma quantidade menor de programas que se enquadram nessa classificação quando comparada com outras mais tradicionais como informação e entretenimento.

Na análise das categorias televisivas verificadas no Rio Grande do Norte, também se constatou que a TV Universitária é a única, entre as emissoras pesquisadas pelo presente estudo, com programas classificados na categoria educação. Um resultado preocupante quando atentamos para a finalidade básica da radiodifusão brasileira, estabelecida pela Constituição Federal, que é a promoção da cultura e da educação do país. No entanto, na prática, é o que menos observamos ao analisar as programações dos canais em funcionamento no estado.

A TVU, pertencente a Universidade Federal do Rio Grande do Norte, surgiu com essa missão e se mantém até o hoje. Isso é comprovado ao longo da programação na linha editorial seguida pela emissora. Programas como Café Filosófico e Ciências e Letras são a prova disso e contribuem para que o canal universitário alcance o percentual de 12,19% de produções educativas, enquanto os demais não registraram programas nesta categoria.

Sobre essa proposta de classificação, vale destacar que a categoria outros não foi identificada pela pesquisa por causa do período de coleta de dados, tendo em vista que é composta por programas especiais ou eventos sazonais que não são comuns no período estudado. No entanto, de acordo com informações dos sites, redes sociais e repassadas pelos gerentes das emissoras, são produções que fazem parte da programação anual e, por tanto, necessárias de serem incluídas nesse quadro classificatório da TV potiguar.

Por tudo observado até o momento, se justifica a manutenção das classificações de categorias já existentes, mas também a necessidade de propor novas categorizações para atualizar a organização dos estudos sobre a televisão brasileira e como ela está configurada na atualidade. Ao mesmo tempo que se estuda as práticas atuais, esta pesquisa contribui para apontar caminhos para novos estudos que ainda poderão ser desenvolvidos.

Considerações finais

Por ser um veículo em constante evolução e modernização, a televisão também vive criando e recriando as categorias, os gêneros e os formatos de suas produções. Ao começar os estudos sobre a formatação dos programas da TV potiguar, verificamos a necessidade de atualizar as classificações e categorizações devido as características observadas ao longo da pesquisa. Tivemos como base os estudos de Aronchi de Souza (2004) e as discussões e análises propostas por Duarte e Bastos (2007), que contribuíram para a identificação de um perfil mais próximo da realidade da produção televisiva no Rio Grande do Norte.

Devido à grande difusão de programas religiosos na maioria das emissoras, verificou-se a necessidade de criação de uma categoria própria e de gênero específico que descrevesse esse tipo de produção. Com isso, surgiu a proposta da categoria religião, que abrange programas produzidos para divulgar ideias, ações e rituais das igrejas. O mesmo aconteceu com as produções que tem a finalidade de divulgar informações, mas com uma roupagem semelhante ao entretenimento. Foi aí que surgiu a proposta de criação da categoria infotenimento, que se caracteriza pelo conteúdo informativo aliado a um estilo mais informal e diversional.

Também diante do considerável espaço que ocupam os programas com conteúdo policial e comunitário na grade de programação, foi necessária a criação da categoria popular, caracterizada pelo conteúdo voltado para o divertimento e a espetacularização da notícia, que aqui no Rio Grande do Norte tem se mostrado híbrida na medida em que reúne dois ou mais gêneros tradicionais em um só. Com essas propostas, a classificação da produção televisiva no estado passou a ser feita levando em consideração oito categorias distintas, e não apenas cinco como proposta por Aronchi de Souza (2004), que abarcam as principais características dos programas e, assim, os definem melhor para fins de pesquisas e estudos na área da comunicação.

A hipótese inicial de que a categoria dominante na televisão potiguar era a informativa, bem como que o gênero telejornal é o principal, foi confirmada. Verificou-se que estão presentes em todas as emissoras pesquisadas. O que reforça que esse tipo de produção tem apelo e audiência junto ao público, que consome para se manter informado. Além disso, a presença maior e constante deles se justifica pela obrigação constitucional e porque, na maioria dos casos, exige uma estrutura mínima para ser realizado.

Observou-se ainda a presença do infotenimento e do entretenimento em todas as emissoras pesquisadas, comprovando que são categorias comuns e importantes de serem mantidas nas grades de programação pela aceitação que tem do público. O que também ajuda a reforçar dois papéis básicos da televisão: o de informar e o de divertir os telespectadores.

Por fim, a seleção da temática de pesquisa aqui apresentada é fruto da inquietação de compreender melhor a televisão aberta no Rio Grande do Norte e do entusiasmo pessoal em entender como e quais os elementos presentes nela. Acreditamos que a pesquisa com recorte na realidade ao nosso redor é importante para o conhecimento científico da área. Apesar das contribuições dadas com os resultados aqui apresentados, ainda tem muito a ser feito e pesquisado no campo da comunicação televisiva, especialmente no Rio Grande do Norte.

Referências

- ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo** / Laurence Bardin: tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. - São Paulo: Edições 70, 2011.
- DEJAVITE, Fábila Angélica. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006.
- DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de (org.). **Comunicação Audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- FRANÇA, Vera. **A televisão porosa – traços e tendências**. In: FREIRE FILHO, João (Org.). **A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- GOMES, Itania Maria Mota. **O infotainment e a cultura televisiva**. In: FREIRE FILHO, João (Org.). **A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- JOST, François. **Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias?** MATRIZES, Ano 4, nº2, jan./jun. 2011, São Paulo, p. 93-109.
- JÚNIOR, Francisco. **RNTV: a notícia no ar**. Natal, RN: Francisco Júnior, 2014.
- KNEIPP, Valquíria A. P (org.). **Trajectoria da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica**. Rio Grande do Norte: Edufrn, 2017.
- KNEIPP, Valquíria A. P. SALES JÚNIOR, Francisco das C. **A TV aberta no Rio Grande do Norte: o início das transmissões digitais na televisão potiguar**. IN: Revista de estudos de gestão, informação e tecnologia: Fatec-Itaquaquecetuba, SP, v. 12, n. 2, p. 184-199, jul/dez 2019.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2000.
- PERIAGO, Francisco Redondo. **O perfil do Repórter de Telejornal Policial no Brasil**. 2004. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- PERUZZO, Cícília Maria Krohling. **Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária**. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB. Disponível em: <www.unesav.com.br/ckfinder/userfiles/files/Revisitando%20os%20Conceitos%20de%20Comunicacao%20Popular.pdf>. Acesso em: 4 de fev. de 2020.
- RAMONET, Ignacio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.
- SCHMIDT, Gerson. **TV Brasileira: novo púlpito da Igreja Eletrônica o verbo se faz imagem televisiva**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade dos Meios de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2008. Disponível em: <<http://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/2050/1/000401824-Texto%2BCompleto-0.pdf>>. Acesso em: 30 de jan. de 2020.