

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

MÁRIO LUIZ DE FARIAS AGUIAR

REGIONALIZAÇÃO DO GLOBO ESPORTE PARAÍBA: UM ESTUDO DE CASO

CAMPINA GRANDE
2012

MÁRIO LUIZ DE FARIAS AGUIAR

REGIONALIZAÇÃO DO GLOBO ESPORTE PARAÍBA:
UM ESTUDO DE CASO

Trabalho acadêmico apresentado à
Universidade Estadual da Paraíba como
requisito para a obtenção do título de Bacharel
em Comunicação Social com habilitação em
jornalismo.

CAMPINA GRANDE
2012

A282r Aguiar, Mário Luíz de Farias .

Regionalização do Globo Esporte Paraíba: um estudo de caso [manuscrito]. / Mário Luiz de Farias Aguiar. – 2012.

32 f.: il. Color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2012.

“Orientação: Profa. Msc. Michele Wadja Farias , Departamento de Comunicação Social”.

1. Televisão 2. Jornalismo Esportivo 3. Globo Esporte.

I. Título.


21. ed. CDD 070.195

MÁRIO LUIZ DE FARIAS AGUIAR


REGIONALIZAÇÃO DO GLOBO ESPORTE PARAÍBA:
UM ESTUDO DE CASO

Trabalho acadêmico apresentado à
Universidade Estadual da Paraíba como
requisito para a obtenção do título de Bacharel
em Comunicação Social com habilitação em
jornalismo.
Campina Grande, 10/07/2012.

Nota: 10,0


Profª Msc. Michele Wadja
Orientadora (Profª da UEPB)


Orlando Angelo
Professor da UEPB


Gilson Souto Maior
Professor da UEPB

Campina Grande
2012

Dedico esse trabalho a Deus que me deu força,
saúde e vontade de sempre seguir em frente.

AGRADECIMENTOS

Agradecer mais uma vez a Deus por tudo. Não poderia deixar de citar pessoas muito importantes na minha vida como Minha Mãe Suely Regina De Farias que é minha maior fã e incentivadora. Meu Pai Luiz Barbosa de Aguiar que é um exemplo e um incentivador desde meus primeiros dias de vida.

Agradeço a professora Orientadora deste trabalho Michele Wadja, ela que abraçou a causa e me apoiou com todo o seu conhecimento. Lembro também de toda a família que valoriza e entende minha profissão nas pessoas de minha avó Celina Regina, tias Suiane, Suêmia e Sueneide. Agradeço os profissionais de imprensa que me acolheram nas portas que bati no início da profissão quando estava em busca de experiência. Rostan Silva Lucena da rádio Caturité, Arquimedes de Castro, da Rádio Campina FM e por fim Carlos Siqueira que me concedeu até então a melhor oportunidade profissional de minha vida. Sou eternamente grato a todos os colegas da Rede Paraíba de Comunicação que acreditaram e confiaram no meu potencial.

Por fim e não menos importante agradeço a minha namorada Denise Delmiro. Sem ela esse trabalho não teria saído da forma que ai está. Declaro aqui meu carinho e amor a ela.

“Eu agradeço a todos que me disseram não. É por causa deles que eu fiz tudo eu mesmo.”
(Einstein)

RESUMO

A regionalização é uma tendência em vários telejornais brasileiros, e no esporte não é diferente. Os assuntos locais têm ganhado cada vez mais espaço na programação. A Rede Globo de Televisão tem apostado nesse processo. O Globo Esporte é o principal telejornal esportivo da emissora e em muitas afiliadas ele está se modificando em busca da regionalização do conteúdo. Na Paraíba, é possível ver um processo embrionário de regionalização por meio da janela do Globo esporte na cidade de Campina Grande. O presente trabalho tem a finalidade de mostrar se, com a criação dessa janela, os assuntos do interior do estado aumentaram, diminuíram ou continuaram os mesmos, proporcionalmente. O artigo se baseia em pesquisa bibliográfica, na análise da mídia local e em seus fatores de noticiabilidades aplicados ao jornalismo esportivo, entrevistas com jornalistas, além da análise dos espelhos do telejornal com apresentação de números, comparações e estatísticas.

Palavras-chave: Televisão. Jornalismo esportivo. Regionalização. Globo Esporte.

ABSTRACT

Regionalization is a tendency in the most of Brazilian TV news, and sports is not different. The local issues have gained more space in the programming. The Globo TV has invested in this process. The Globo Sports is the sports station's main newscast and many affiliates it is changing in search of the regionalization of content. In Paraíba, you can see an initial process of regionalization through the "window" of the Globo sports in the city of Campina Grande. The present work aims to show whether, with the creation of this "window", the affairs of the state increased, decreased or remained the same in proportion. The article is based on bibliographic research, the analysis of local media and its noticiabilidades factors applied to sports journalism, interviews with journalists, as well as analysis of the mirrors of the newscast with the presentation of numbers, statistics and comparisons.

Keywords: TV. Sports journalism. Regionalization. Globo Sports.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 REGIONALIZAÇÃO E MÍDIA LOCAL	12
3 JORNALISMO DE PROXIMIDADE	15
4 HISTÓRICO DO GLOBO ESPORTE NA PARAÍBA	16
5 UM ESTUDO DE CASO DO GLOBO ESPORTE NA PARAÍBA	19
6 CONCLUSÃO.....	21
REFERÊNCIAS	23

1 INTRODUÇÃO

O que faz com que as pessoas parem na frente da TV na hora de um telejornal esportivo? Essa pergunta não seria tão fácil de responder se nós não vivêssemos no país do futebol. “O futebol não existia antes da Televisão”, foi o que disse um cronista brasileiro impressionado com a transmissão durante a Copa do Mundo em 2010¹. Claro que o futebol já existia anteriormente, porém com a massificação dos meios de comunicação, as informações têm chegado a um maior número de pessoas e com maior rapidez. Não só o futebol tem ganhado espaço, mas os vários tipos de esporte.

A questão, portanto, versa sobre como a comunicação esportiva tem estado mais perto da realidade das pessoas? Mostrando não só grandes coberturas, mas também o cotidiano do esporte local. O presente trabalho busca respostas para mostrar, por meio de análise de espelhos do Globo Esporte local, como se configura o espaço obtido para os assuntos esportivos do interior do estado, após a implantação da janela com a participação de Campina Grande, no telejornal esportivo mais visto no estado da Paraíba. Dados da pesquisa do Instituto de Geografia e Estatística (IBOPE), que analisou a audiência de 2012, mostram que o Globo Esporte, que também será chamado por sua abreviatura de (GE), atingiu 43,0 % de televisores ligados no horário em que o programa era exibido, no interior do estado. A pesquisa ainda apontou que o segundo telejornal esportivo mais assistido é o Correio Esportes (afiliada da Rede Record) com 16,2% de audiência.

A abordagem será feita através da observação diária da produção e exibição do GE, o que será possível tendo em vista o fato de que o presente autor também integra a equipe do Globo Esporte como estagiário. É importante salientar que o fato de participar diretamente do Programa não representará ausência de cientificidade ou parcialidade na pesquisa realizada, no entanto, a proximidade com o tema abordado possibilita o acesso diário e detalhado das informações relacionadas à janela do Globo Esporte.

Sabe-se que ainda não existe, de fato, uma produção jornalística maior nas emissoras de televisão paraibanas voltadas, especificamente, para o esporte. Tendo em vista que existe um potencial esportivo nas mais diversas atividades a ser explorado, em especial o futebol.

1 Comentário de Roberto Toledo, no livro “A era do técnico”, presente na obra de TELLES, Márcio. SILVEIRA, Fabrício. **“O espetáculo do futebol: experiência estética e experiência midiática”**. 2011, Pág.

Essa fonte ainda inexplorada fica à margem dos processos decisórios na hora de editar e dar prioridade na hora de ir ao ar. O ponto que se pretende discutir versa sobre o seguinte: o esporte do interior também merece ser mostrado na TV, tanto para o desenvolvimento regional dele, quanto para o reconhecimento de outras pessoas que não são da área.

Aqui será relatada uma experiência que vai mostrar como as notícias do esporte local são tão importantes quanto as nacionais, e que, sobretudo, fazem a diferença quando o assunto é atrair o público; afinal, os telespectadores querem ver aquilo que eles vivem de perto, inclusive no esporte.

2 REGIONALIZAÇÃO E MÍDIA LOCAL

Quando os telespectadores decidem ligar a televisão e escolher um telejornal para assistir, eles preferem os que abordam assuntos locais ou nacionais? Com o processo de globalização, muito se falou que as pessoas perderiam o interesse pelos assuntos inerentes à localidade onde está inserido. Seguindo esse pensamento, elas estariam, então, mais interessadas no que se passa a quilômetros de distância. Para Peruzzo (2005), chegou-se a pressupor o fim da comunicação local, entretanto, constatou-se sua valorização. Há a necessidade de se emergir e de se consolidar a comunicação local, afinal, as notícias nacionais sempre prevaleceram em relação às locais, de modo que a população de certa região está cada vez mais distante dos acontecimentos locais, não por acaso Camponez afirma que “quando as notícias longínquas nos chegam à hora dos noticiários da noite, apercebemo-nos que nada sabemos do que se passou ao fundo da nossa rua.” (CAMPONEZ, 2002, p.2 *apud* DUARTE, 2010).

Para compreender essa transformação necessária com foco no jornalismo regional é importante analisar-se alguns conceitos de mídia local e TV Regional. Peruzzo (2005) explica que a mídia local é ancorada na informação criada dentro do território a que pertencente e que possui uma identidade diferenciada à cada localidade ou região. Desse modo, “devemos estar preparados para conceber a produção de conteúdos que, embora longe de nossas casas, nos são próximos, bem como para assistir à produção nas regiões de conteúdos tão homogêneos e massificados quanto os das grandes corporações de mídia” (PERUZZO, 2005, p.81).

Ninguém melhor pra falar dos assuntos locais do que um meio de comunicação que esteja inserido e preocupado com o interesse local. A informação local pode estar em qualquer lugar, seja em determinada região, município, cidade, vila, bairro, zona rural etc. No dia-a-dia um fator preocupante na produção da notícia pode interferir na qualidade dela: tratam-se das ligações com políticos e empresários no interior. Não raro há um tratamento tendencioso segundo o qual se escondem, se mudam ou até se omitem dados noticiários sob tal motivação. Muitas vezes os donos dos meios de comunicação estão mais expostos a influências políticas e empresariais da região por depender financeiramente dos agentes controladores, sem mencionar-se que são devidos, também, outros favores decorrentes dessa local relação comercial e política.

Apesar dessas e de outras dificuldades, a Televisão Regional é um objetivo a ser alcançado, em muitas emissoras. Muito já se foi conquistado até agora, mas é visível que não há paridade entre assuntos locais e nacionais. A saída poderia ser encontrada se os aspectos inerentes ao regionalismo fossem aplicados. O regionalismo na grade de programação dos telejornais se caracteriza por explorar aspectos específicos de cada região e aumentar a participação do público. Num estudo sobre pauta cidadã, Sousa (2006) explica que a televisão regional é construída de forma empírica, de modelos totalizantes, os quais estão ligados a um empreendimento empresarial, que representa o setor dominante do fazer telejornalismo, e do dia-a-dia das forças sociais regionais, sutilmente permanente a sua identidade.

Desse modo e considerando a própria natureza do Projeto Pauta Cidadã, pode-se dizer que a participação nas reuniões, o processo de discussão e amarração das sugestões apresentadas, o envolvimento com uma perspectiva diferente e plural de se construir notícias, constituem elementos e práticas contemplados no conceito de pauta cidadã (SOUSA, 2006 p. 126)

Quanto à TV Regional, há de se destacar a participação do público na discussão sobre a produção jornalística; afinal, ninguém melhor do que os telespectadores para dar dicas acerca do que se quer ver todos os dias nos telejornais. Um aspecto que fortalece a tese da regionalização dos telejornais esportivos é pertinente ao tratamento que a notícia requer em cada região. Considere-se que o futebol, a título de exemplo, seja um esporte que envolve a emoção das pessoas; logo, o tratamento de notícias pertinente a tais instituições tem que receber um cuidado especial, posto que imprescindível o respeito aos princípios jornalísticos.

Um exemplo que serve para ilustrar esse ponto de vista foi apresentado pela orientação transmitida por vídeo para as afiliadas da Rede Globo de televisão que tem o programa Globo Esporte no Brasil. O apresentador Tiago Leifert, da Globo São Paulo, que implantou uma nova forma de fazer jornalismo esportivo marcada por uma linguagem informal com a qual o torcedor se identifica, destaca essa nova tendência; segundo ele:

Os torcedores querem ver as notícias sendo tratadas especialmente para eles. Por exemplo: Se Flamengo e Palmeiras se enfrentam, a notícia desse confronto tem que ser tratada diferente para as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Se o Palmeiras perde, em São Paulo vai sair a notícia que o Palmeiras perdeu para o Flamengo e não o flamengo que venceu o Palmeiras.

Ele destaca, ainda, a importância de se ter um apresentador local, pois tal escolha confere, ao telespectador, uma sensação de confiabilidade, ao fazê-lo pressupor que tal jornalista entende e conhece a temática sobre a qual está falando, afinal, a noção de regionalização sugere que se esteja mais próximo do público.

3 JORNALISMO DE PROXIMIDADE

Ao contrário do que se imaginava, os aspectos locais ganharam mais valor ao passo em que a globalização ganhava força no mundo. Para Duarte (2010), o papel estratégico da proximidade leva a que alguns considerem a imprensa regional como a imprensa do século XXI. A ideia é sustentada pela tese segundo a qual se está, hoje, perante um campo da comunicação virado ao avesso: quanto mais fácil é tomarmos conhecimento dos acontecimentos longínquos, mais nos distanciamos da realidade próxima” (CAMPONEZ, 2002 *apud* DUARTE, 2010).

Nos anos sessenta, Marshall McLuhan já previa o conceito de Aldeia Global, cuja expressão compatível e utilizada hoje é “a globalização”. Somada à era digital e das tecnologias de ponta, o que é considerado globalizado, agora, está localizado no século XXI. É reconstruído, assim, um conceito de um jornalismo de proximidade com o público. Ainda de acordo com Duarte (2010), a proximidade está presente não apenas na sua amplitude geográfica, como também nas áreas social, cultural e, inclusive, psicológica; e aí, a vertente proximidade não é específica da comunicação regional e local, ela perpassa o jornalismo, detalha os órgãos de notícia e demarca a imprensa.

Para Peruzzo (2005), uma mídia local de proximidade é um campo em potencial para o jornalismo cívico, tendo em vista que está inserida num lugar onde há condições privilegiadas para receber os processos inerentes aos fatos e aos sentimentos dos cidadãos: “proximidade significa ligação, sintonia e compromisso com o mundo vivo pelos receptores” (PERUZZO, 2003, p.80). Ao perceber essa mudança, os meios de comunicação têm dado mais atenção e ênfase aos até então excluídos.

4 HISTÓRICO DO GLOBO ESPORTE NA PARAÍBA

O torcedor, ou quem gosta de esporte, para na frente da televisão na hora que começam os telejornais esportivos. Eles são um resumo do que acontece nas quadras, ginásios, piscinas, gramados, pistas, enfim. São notícias mais descontraídas. Elas se diferenciam dos outros telejornais que falam de assuntos policiais, políticos, denúncias etc.

Não existe um formato pronto para um jornal esportivo, pois, a cada dia, surgem novos tipos de atividades esportivas, e os telespectadores têm sido cada vez mais exigentes, e chega a mudar de canal, se não vir algo novo na TV. O apresentador deve ter uma forma mais despojada, uma expressão corporal mais leve para que as pessoas possam se identificar e acompanhar o programa.

A Rede Globo de Televisão tem, no estado da Paraíba, duas afiliadas: a TV Cabo Branco e a TV Paraíba, as duas pertencentes ao Grupo Paraíba de Comunicação. A TV Cabo Branco tem a cobertura concentrada no litoral do estado chegando acerca de 30% de alcance territorial. A TV Paraíba, por sua vez, tem a cobertura que vai do agreste até o alto sertão do estado, chegando a 70% de cobertura estadual². O telejornal destinado, exclusivamente, a assuntos esportivos é o Globo Esporte. Em meados do início dos anos 2000, o Globo Esporte Paraíba era apresentado por Adenildo Pedrosa, que era o mesmo apresentador do JPB. Ele só tirava o paletó e trocava de cenário, uma forma engessada que hoje já não se aceita mais.

Atualmente, o GE é dividido em três blocos, de modo que o primeiro é destinado à parte local, e os outros dois destinados à Rede, que é ancorado a partir do estado do Rio de Janeiro; vai ao ar de segunda-feira a sábado, das 12h45min às 13h15min, logo depois do JPB, Primeira Edição. No bloco local ele é ancorado e dirigido pela capital. Hoje, o Jornal é apresentado por Kako Marques, em João Pessoa, e por Marcos Vasconcelos em Campina Grande. O globo Esporte local já existia antes mesmo do surgimento da TV Paraíba, quando a grade local da Globo era exibida na TV Borborema, hoje afiliada do SBT.

O telejornal já apresentava, em sua programação diária, matérias do interior do estado, porém não havia uma periodicidade em tais reportagens. Com um jornal estadualizado sendo ancorado de João Pessoa, matérias de interesse do público do litoral acabaram ganhando mais espaço do que os assuntos de interesses interioranos. A TV Paraíba tem como chefe de Jornalismo Carlos Siqueira, que, desde o início da carreira, cobre o jornalismo esportivo

² Dados informados pelo setor de engenharia da TV Paraíba.

(especialmente voltado para o futebol). Ele assumiu a chefia há seis anos e, desde então, luta pelo Globo Esporte ancorado de Campina Grande.

A participação de Campina Grande com as notícias do interior do estado surgiu em 2011 com a criação da janela. A editoria do telejornal em João Pessoa percebeu a necessidade de explorar melhor os acontecimentos além do litoral, como fala o editor-chefe do GE, Expedito Madruga, segundo o qual: “O futebol, nessas cidades, predominavam no Campeonato Paraibano, e havia a necessidade de uma linguagem mais específica para a região. Daí surgiu a ideia de dividirmos a apresentação”³. Começava assim o primeiro passo para a regionalização e a proximidade interiorana. O surgimento da janela aumentou a identificação do público, “antes sentíamos um distanciamento entre o apresentador e as notícias da região. Essa também foi uma conclusão da Rede Globo, que passou a colocar apresentadores regionais em cada telejornal esportivo”⁴.

A Rede Globo de Televisão tem implantado um processo mais profundo de regionalismo em suas praças. No Brasil, em seis estados, já existem Globo esportes totalmente ancorados por jornalistas locais e que marcam o estilo de apresentação de cada região. Funciona assim: a rede envia para as praças as matérias de relevância nacional e a editoria local decide o que vai entrar ou não no espelho do dia. Assim, os assuntos locais não ficam condicionados apenas ao primeiro bloco, como era anteriormente; além disso, é possível deixar os assuntos do estado para o último bloco, procedimento que prende a audiência.

Não é que notícias do Campeonato Brasileiro ou da Fórmula 1, que são produtos nacionais, deixarão de ser levadas ao ar. Mas serão trazendo à tona uma realidade local. Por exemplo: "Campina Grande parou ontem para ver a vitória de Felipe Massa no GP da Hungria. O primeiro lugar deixou o brasileiro muito perto do título mundial da Fórmula 1". Essa é uma cabeça fictícia, mas que serve para ilustrar como uma mesma notícia pode ter pesos diferentes⁵.

Quando se fala em esportes na Paraíba, é de extrema importância destacar algumas peculiaridades do interior do estado. Como é fácil observar na mídia nacional, na Paraíba não seria diferente e o futebol é o grande assunto do jornalismo esportivo. Mas, ao contrário da maioria dos estados brasileiros, a força do futebol não está localizada na capital. Os times de maior tradição e torcidas estão na cidade de Campina Grande, Treze Futebol Clube e

3 Informação verbal colhida em depoimento concedido pelo editor do Globo Esporte na Paraíba ao autor no dia ___/___/2012.

4 Idem.

5 Ibidem.

Campinense Clube. O clássico dos maiorais, como é chamado, leva em média vinte mil torcedores ao estádio em dias de jogos.

De acordo com Marcos Vasconcelos, o apresentador do Globo Esporte de Campina Grande, “São os clubes que sustentam o futebol paraibano, pois sem público não há como o futebol sobreviver forte e sem falar da rivalidade que é o tempero do futebol”. A cidade de Patos, no sertão do estado, também tem uma rivalidade muito forte entre os dois times profissionais, o Esporte Clube de Patos e o Nacional Atlético Clube. Já no Alto sertão da Paraíba, a rivalidade no futebol fica entre duas cidades próximas, o Sousa – time que leva o nome da cidade –, além do Paraíba e do Atlético, ambos da cidade de Cajazeiras.

Os clubes vivem em função do Campeonato Paraibano que é disputado no primeiro semestre e, a depender do desempenho, eles ganham vagas em competições nacionais. Atualmente, os times se dividem em disputar o Campeonato estadual, a Copa do Brasil, a Copa Paraíba e o Campeonato Brasileiro. Por não haver clubes paraibanos que figurem na elite do futebol brasileiro, os times não têm um calendário garantido no segundo semestre e, assim, brigam por vagas no estadual.

Em 2012, o Campeonato Paraibano foi disputado por dez equipes, dos quais quatro são de João Pessoa, duas de Campina Grande, duas de Patos, uma de Sousa e uma de Cajazeiras.

5 UM ESTUDO DE CASO DO GLOBO ESPORTE NA PARAÍBA

Considerando que o futebol tem espaço garantido no Globo Esporte, analisar-se-á, agora, como está sendo o desempenho do interior do estado, depois da criação da janela de Campina Grande no telejornal. Durante a pesquisa foram analisados dez espelhos⁶ em anos diferentes, todavia, em épocas semelhantes. Tomaram-se por base dez dias de programação do bloco local antes da criação da janela, em abril de 2010, e dez dias de produção em abril de 2012, quando aquela já estava consolidada. Foram contabilizadas todas as informações do interior das duas épocas, reportagens sobre jogos, treinos, curiosidades, detalhes diferenciados das partidas, mudanças na equipe, contratação de jogadores, polêmicas e matérias sobre algumas atividades esportivas. O Globo Esporte é formado, basicamente, de notas (cobertas e peladas) de VTs e alguns *stand up*⁷.

Ficou constatado que a maioria das informações divulgadas na janela tratou de futebol. Na produção diária do jornalismo da TV Paraíba não há uma equipe que trabalhe, exclusivamente, para o esporte. Apenas em um horário, no qual trabalham as equipes da tarde, é destinado para fazer uma pauta de esporte e, mesmo assim, esse espaço não é garantido pela editoria, pois os factuais do dia ainda são prioridade em detrimento do esporte. Logo, como foi mostrado, o interior do estado respira futebol e, assim sendo, essa pequena produção diária é ocupada, quase integralmente, por pautas de futebol, fato que relega, a segundo plano, os outros esportes.

A janela existe há pouco mais de dois anos e, desde então, percebe-se uma interiorização da notícia esportiva. Essa comprovação se dá por meio da análise do conteúdo dos espelhos do telejornal, ao se comparar os espaços usados antes e depois da implantação da janela.

A metodologia se dá por meio de abordagem participativa já que o presente autor integra a equipe de jornalismo que produz o Globo Esporte em Campina Grande. Também foram feitas entrevistas com o editor do Globo Esporte e um dos apresentadores. Foram analisados dois períodos em diferentes anos, mas sempre durante o Campeonato Paraibano,

6 O espelho é um roteiro que define as matérias do dia, além de estabelecer a duração de tempo que cada uma delas ocupará no programa. Mostra o que está previsto para entrar; trata-se de controle efetuado pelo editor do telejornal.

7 Notas cobertas são ilustradas por imagem, elas podem ser lidas ao vivo ou gravadas. Notas peladas e informações sem imagem. Os VTs são as reportagens, com texto, entrevista e a presença do repórter na matéria. O *Stand up* é definido como sendo a gravação feita por um repórter no local do acontecimento para transmitir informações, podendo ou não ser coberto com imagens.

evento esportivo que mais envolve e movimenta os times de futebol paraibano; são 10 equipes que participam de partidas em diversas cidades durante o primeiro semestre. Em dias de jogos, eles movimentam os torcedores, e, em consequência disso, a economia, o trânsito e o turismo nos municípios.

Foram estudados de 05 a 16 de abril de 2010 (momento antes da janela), e de 26 de março a 5 de abril de 2012 (momento atual em plena implantação da janela). Percebe-se que os dias escolhidos são quase os mesmos de cada ano específico, só alterando um pouco por conta dos fins de semana. Dez dias de cada ano para fazer a comparação.

Em 2010, foram veiculadas cinco notas. Somando o tempo delas obtém-se um total de 2 minutos e 32 segundos. Quinze VTs foram exibidos nesse período, o que totalizou vinte e oito minutos e trinta e quatro segundos. Nesse espaço de tempo analisado, foram exibidos três *stand up*, resultando em três minutos e sete segundos de tempo. Após somados todos os tempos, o interior teve um espaço de trinta e quatro minutos e treze segundos de cobertura, em dez dias de Globo Esporte, sem a janela do interior.

Tabela 1 – Quadro demonstrativo do período estudado em 2010

TIPO DE INFORMAÇÃO	QUANTIDADE	TEMPO
NOTA	4	2min32s
VT	15	28min34s
STAND UP	3	3min7s
ARTE	0	0
TOTAL	22	34min13s

Fonte: dados da pesquisa, 2010.

Nos dez dias analisados em 2012, foram contabilizadas vinte e seis notas que, somadas, dão onze minutos e quinze segundos. Dezenove VTs foram exibidos que ocuparam um espaço de trinta e sete minutos e quarenta e quatro segundos. Dois *stand up* somaram dois minutos e dez segundos; e, por fim, uma arte de trinta e nove segundos. Vale ressaltar que em dois mil e doze ainda não há janela do interior aos sábados.

Frise-se que, nesse período, não foram mostrados só temas sobre jogos e treinos, as pautas foram além, foram identificados VTs que versaram sobre a repercussão de jogos, detalhes das partidas e reportagens bem melhor acabadas nas áreas de edição de imagens, com inclusão de desenhos, artes, vídeos da internet e músicas ligadas à proposta.

Tabela 2 – Quadro demonstrativo do período estudado em 2012

TIPO DE INFORMAÇÃO	QUANTIDADE	TEMPO
NOTA	26	11min15s
VT	19	37min44
STAND UP	2	2min10s
ARTE	1	39s
TOTAL	48	51min48

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

6 CONCLUSÃO

Analisados os aspectos da regionalização, foram comprovados, por meio dos dados colhidos, que o processo é importante para que pelo menos se tenha um espaço maior garantido para os assuntos interioranos. Esse artigo é, portanto, uma análise do que é produzido hoje na televisão paraibana no que se refere à regionalização e à proximidade com o público.

Verificou-se que o espaço obtido pelo interior do estado teve um acréscimo considerável no pós-janela do GE local. Ainda ficou constatado que é do interesse da Rede Globo expandir o processo de regionalização, e que a Paraíba pode passar por essas mudanças mais profundas.

Percebeu-se, ao longo do estudo, que a comunidade precisa estar presente, diariamente, no fazer jornalismo esportivo e o que parecia muito regional, pode e deve ser interesse de todos. É preciso que o jornalismo local atenda aos anseios do telespectador. Também é importante ressaltar que editores, repórteres, produtores e toda a equipe precisa trabalhar de maneira uniforme em prol da mídia regional para que cada jornal diário seja o mais realista possível visando a demonstrar a familiaridade com a vida de quem está do outro lado da TV.

Observou-se que o espaço dado para assuntos regionalizados possibilita, ainda, a exploração de inúmeras pautas voltadas para o interior. Com o aumento do tempo das reportagens esportivas para o interior surge a oportunidade de explorar o esporte em cada uma das regiões da Paraíba do sertão ao litoral. Com o jornalismo regionalizado é possível mostrar as peculiaridades de cada local, de modo que sejam proporcionados, aos fatos do interior, a mesma importância dada aos temas esportivos da capital.

Identificou-se através deste estudo, uma forma enriquecedora e dinâmica de apresentação de programas com o objetivo de abrir as portas do jornalismo esportivo de TV para o interesse de quem o assiste rotineiramente. Em princípio, este estudo teve por objetivo analisar os “números”, e identificar o crescimento quantitativo do Globo Esporte local, visando a despertar, assim, o interesse para estudos futuros quem venham a analisar os aspectos qualitativos gerados por meio desse processo.

O que se pôde identificar além dos números foi que, através da bibliografia e dos temas relacionados ao local, a notícia que está próxima do telespectador no dia-a-dia gera identidade, fornece identificação com o público e possibilita uma salutar troca de informações, a qual apenas teve início, ainda que de forma embrionária no Globo Esporte da TV Paraíba.

REFERÊNCIAS

DUARTE, Ângela Filipa Alves. *Jornalismo de proximidade: o papel informativo da imprensa local*. In: Seminário de “Questões Contemporâneas do Jornalismo”. Portugal: Universidade Nova Lisboa, 2010.

FERNANDEZ, Mario Luiz. *A força da notícia local: a proximidade como critério de noticiabilidade*, In: Colóquio Internacional de Comunicação para desenvolvimento regional, Cátedra Unesco\Unesp, 2004.

PERUZZO, Cecília M. Krohling. *Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências*. São Bernardo do Campo, São Paulo, 2005.

_____. *Mídia local, uma mídia de proximidade*. São Paulo, 2003.

SOUSA, Cidoval Moraes (org.). *Televisão regional, globalização e cidadania*. Rio de Janeiro: Sotese, 2006.

TELLES, Márcio. SILVEIRA, Fabrício. *O espetáculo do futebol: experiência estética e experiência midiática*. 2011. Pag. 167