

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Relações de proximidade e espaços televisivos em telejornais locais e
regionais de Minas Gerais: o caso dos Praça 1**

José Tarcísio da S. Oliveira Filho

Belo Horizonte

2019

José Tarcísio da Silva Oliveira Filho

Relações de proximidade e espaços televisivos em telejornais locais e regionais de Minas Gerais: o caso dos Praça 1

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Dr. Bruno Souza Leal

Linha de Pesquisa: Textualidades Midiáticas

Belo Horizonte

2019

301.16 Oliveira Filho, José Tarcísio da Silva
O48r Relações de proximidade e espaços televisivos em
2019 telejornais locais e regionais de Minas Gerais [manuscrito] :
o caso dos Praça 1 / José Tarcísio da Silva Oliveira Filho. -
2019.
207 f.
Orientador: Bruno Souza Leal.

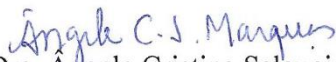
Tese (doutorado) - Universidade Federal de Minas
Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.
Inclui bibliografia

1.Comunicação – Teses. 2. Telejornalismo – Teses.
3.Jornalismo - Teses.4. Televisão – Teses. I. Leal, Bruno
Souza. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Faculdade
de Filosofia e Ciências Humanas. III. Título.

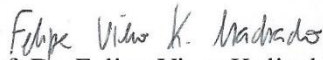
Relações de proximidade e espaços televisivos em telejornais locais e regionais de Minas Gerais: o caso dos Praça 1

José Tarcísio da Silva Oliveira Filho

Tese defendida e aprovada pela banca examinadora:



Profa. Dra. Angela Cristina Salgueiro Marques
(Universidade Federal de Minas Gerais, Presidente da Comissão Examinadora,
em substituição ao Prof. Dr. Bruno Souza Leal, orientador)



Prof. Dr. Felipe Viero Kolinski Machado
(Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP)



Profa. Dra. Iluska Maria da Silva Coutinho
(Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF)



Profa. Dra. Fernanda Maurício da Silva
(Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG)



Profa. Dra. Maria Gislene Carvalho
(Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG)

Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas
Universidade Federal de Minas Gerais
Belo Horizonte, 15 de julho de 2019

À vó Lia

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que de certa forma tornaram a escrita desta tese mais leve. Muitos foram os encontros nos corredores da Fafich e as risadas entre as reuniões do Tramas e as aulas no PPGCOM/UFMG. Com sinceridade, agradeço também:

Aos meus pais, Tarcísio e Marli. Minhas referências de valores, exemplos de dedicação à educação e porto seguro.

Às minhas irmãs, Daniela, Luciana e Renata e à minha avó, Maria. Pelo apoio incondicional e convívio. À família, sempre presente.

Ao meu orientador, Bruno Leal, pelo compartilhamento do seu conhecimento, amizade e dedicação ao longo de todo o doutorado.

Aos amigos e às amigas do PPGCOM que levo para a vida: Bárbara, Gisa, Rafael Fialho, Vanessa e Verônica.

Aos(às) amigos(as) de longa caminhada: Débora, Gustavo e Natan.

À Professora Kristy Hess pelo afeto e coorientação no período de sanduíche na Deakin University/Austrália e ao Marco Magasic pelo suporte e coleguismo.

À Professora Fernanda Maurício e ao Professor Phellipy Jácome pelas contribuições na qualificação. Gostaria de ter me dedicado mais às sugestões, mas devido ao curto tempo fiz o possível.

Às professoras Iluska e Kátia, que fazem parte de minha trajetória e que tenho a alegria de manter amizade e parceria.

À Patrícia, que ouviu minhas angústias e me ajudou a lidar com os abalos psicológicos.

Aos doutores e doutoras, membros da banca de defesa, Felipe Viero, Fernanda Maurício, Gisa Carvalho e Iluska Coutinho, pela gentileza em aceitar a avaliação desse trabalho no curto espaço de tempo.

À Capes pela bolsa de doutorado e ao PPGCOM/UFMG, nas figuras dos(as) professores(as) e secretárias, Elaine e Tatiane, pelo atendimento às demandas e conhecimento.

Agradeço de forma especial à vó Lia, que sempre reclamava que não pôde estudar. Se hoje tenho esse privilégio, é muito devido ao seu sacrifício na criação dos cinco filhos, entre eles, minha mãe.

RESUMO

Esta tese se propõe a refletir sobre os telejornalismos locais e regionais no Brasil, tendo como foco a noção de proximidade, em cinco telejornais regionais mineiros conhecidos como Praça 1 – oriundos de emissoras comerciais afiliadas da TV Globo e organizadas em rede. Para isso, recorre à discussão sobre jornalismo local tensionando conceituações e problematizando preceitos-chaves, como a visada delegada exclusivamente à delimitação geográfica e ao emprego do termo comunitário. Com referência aos estudos sobre identidades e cultura, critica-se a abordagem da proximidade enquanto valor notícia propondo sua abordagem como uma relação. Assim, foram sistematizadas cinco relações para observar a proximidade em produtos informativos audiovisuais regionais: telejornal-audiência; telejornal-território; telejornal-jornalistas; formato-audiência; e temática-audiência. As relações não são excludentes e podem coexistir umas às outras. Com o intuito de precisar essas relações, foram realizadas duas análises. A preliminar, em que foram coletados 352 vídeos exibidos por quatro Praça 1 mineiros: *MGI Triângulo Mineiro* (TV Integração - Uberlândia/Uberaba), *MGI Vales de Minas* (InterTV - Governador Valadares), *MGI Grande Minas* (InterTV - Montes Claros) e *EPTV Primeira Edição Sul de Minas* (EPTV - Varginha). A coleta foi realizada nos anos de 2018 e 2019 totalizando 12 dias de exibição, servindo também de base para a elaboração de quatro operadores para uma segunda análise, dessa vez no *MGTV Primeira Edição* da Zona da Mata e Campo das Vertentes (TV Integração – Juiz de Fora). Nesta segunda, optou-se pela visualização na íntegra de seis edições coletadas em junho de 2019. As análises demonstraram que aspectos identitários e culturais que envolvem a proximidade ficam subordinados a políticas generalistas e normativas dos processos jornalísticos numa escala (nacional). Por outro lado, demonstra que a configuração do local não pode ser tomada apenas pela abrangência geográfica. Foi identificado que as temáticas (como o serviço), o espaço cênico e as performances desenvolvidas pelos noticiários regionais também atuam de forma a construir um sentimento de lugar nas narrativas televisivas.

Palavras-chave: Telejornalismos Locais. Proximidade. Regional. MG1. Praça 1.

ABSTRACT

This thesis proposes to observe the local and regional TV journalism in Brazil, focusing on the concept of proximity in five regional newcasts, known as Praça 1 – produced by TV Globo's affiliated (commercial TV) and organized in a network. Through the discussion about local journalism, it reflects about problematic approaches, such as the exclusivity of the geographical delimitation and the use of the community term. Instead deal with proximity as News Value, the discussion proposes its approach as a relation. Thus, five initial relations were systematized to observe the proximity in regional TV news: TV casts-audience; TV casts-territory; news-journalists; format-audience; and subject-audience. These relationships are not mutually exclusive and can coexist with one another. In order to observe these relationships, two analyzes were develop. The preliminary, in which 352 videos were collected in four Minas Gerais “Praça 1” websites: MG1 Triângulo de Minas (TV Integração - Uberlândia / Uberaba), MG1 Vales de Minas (InterTV - Governador Valadares), MG1 Grande Minas (InterTV - Montes Claros) and EPTV Primeira Edição Sul de Minas (EPTV - Varginha). The material was collected in the years 2018 and 2019 totaling twelve days of exhibition and also serve as the basis for the elaboration of four operators for a second analysis, this time with the MGTV Primeira Edição of Zona da Mata and Campo das Vertentes (TV Integração/Juiz de Fora). In the second part, we opted for a full view of six editions collected in June 2019. On the one hand, The analyzes demonstrated that the identity and cultural aspects that surround proximity are subordinated to generalist and normative policies of journalistic processes on a (national) scale that sometimes do not allow professional formats and practices to be genuinely constituted at the local and regional levels. On the other hand, it shows that the local sense cannot be taken only by geographic coverage. It has been identified that the subjects (such as service), scenic space and performances developed by regional news broadcasts also contribute to build a sense of place in the television dimensions.

Keywords: Local TV Journalism. Proximity. Regional. MG1. Praça 1.

LISTA DE FIGURAS

| | | |
|-----------|--|-----|
| FIGURA 1 | - Logo Jornal das Sete..... | 65 |
| FIGURA 2 | - Aplicativos desenvolvidos por telejornais Praça 1 de Minas Gerais e do Rio de Janeiro..... | 76 |
| FIGURA 3 | - <i>MGI</i> Triângulo de Minas em 2008, 2016 e em 2018: a dança da bancada..... | 79 |
| FIGURA 4 | - Relações e dimensões da proximidade no jornalismo segundo Ahva & Pantti (2014) | 104 |
| FIGURA 5 | - Telejornais que compõem o <i>corpus</i> da análise preliminar..... | 130 |
| FIGURA 6 | - O regional nos “Praça 1” de Minas: mapeamento da produção noticiosa..... | 131 |
| FIGURA 7 | - Quadro <i>Prato Fácil</i> exibido no <i>EPTV</i> Sul de Minas..... | 132 |
| FIGURA 8 | - Quem é Jane na reportagem do <i>MGI</i> da InterTV Grande Minas?. | 133 |
| FIGURA 9 | - Quadro <i>EPTV na Praia</i> exibido pelo <i>EPTV</i> Sul de Minas..... | 135 |
| FIGURA 10 | - Frames do Quadro <i>VC no MG</i> veiculados pelo <i>MGI</i> InterTV dos Vales de Minas e pelo <i>MGI</i> InterTV Grande Minas..... | 137 |
| FIGURA 11 | - A composição cênica na reportagem sobre fraude do INSS..... | 143 |
| FIGURA 12 | - Apresentadora do <i>MGTV</i> em entrevista ao próprio telejornal..... | 146 |
| FIGURA 13 | - Diferentes relacionamentos e gerações no <i>MGTV</i> | 148 |
| FIGURA 14 | - As diferentes dimensões espaciais no <i>MGTV Responde</i> | 149 |
| FIGURA 15 | - O espaço cênico da escalada: a “janela” para o mundo exterior... | 151 |
| FIGURA 16 | - O repórter no vivo e na reportagem e a família que vive perto da estrada..... | 152 |
| FIGURA 17 | - Arte sobre a incidência de dengue..... | 153 |
| FIGURA 18 | - Vivo do <i>Quadro Fica a Dica</i> , evento sobre cultura <i>Geek</i> em Juiz de Fora..... | 154 |
| FIGURA 19 | - Perda do contato olho no olho e os gestos descontraídos dos jornalistas..... | 156 |
| FIGURA 20 | - Fé, improviso e voluntariado no dia de Santo Antônio..... | 157 |
| FIGURA 21 | - Singularização e atuação pedagógica do repórter em matéria sobre Prouni..... | 158 |
| FIGURA 22 | - A organização “sanduíche” da matéria sobre o programa Escola Integral..... | 160 |
| FIGURA 23 | - Quadro “Dica Do/Da” na passagem de bloco do <i>MGTV</i> | 161 |
| FIGURA 24 | - A retórica da transmissão direta no <i>MGTV</i> | 162 |
| FIGURA 25 | - A composição de cenário na entrevista sobre <i>blues</i> | 163 |
| FIGURA 26 | - A repórter de lado e de costas no vivo sobre aviação em Juiz de Fora..... | 165 |
| FIGURA 27 | - A criança empreendedora e a repórter economista..... | 166 |
| FIGURA 28 | - Quadro Memória <i>MGTV</i> com reportagem feita em 2005..... | 166 |
| FIGURA 29 | - A bancada entre o telespectador e os jornalistas..... | 167 |
| FIGURA 30 | - Os elementos típicos da festa junina no <i>MGTV</i> | 168 |

| | |
|--|-----|
| FIGURA 31 - Localização geográfica de produção das notícias..... | 169 |
| FIGURA 32 - A reportagem multiterritorial sobre o Circuito Turístico Serras de Minas..... | 170 |
| FIGURA 33 - A temática das notícias no <i>MGTV</i> da Zona da Mata e Vertentes. | 172 |
| FIGURA 34 - A estrutura “sanduíche” na estrutura da reportagem sobre cotas.. | 176 |
| FIGURA 35 - A influência da temática no enquadramento..... | 179 |
| FIGURA 36 - Os formatos noticiosos empregados pelo <i>MGTV</i> 1ª Edição..... | 182 |

LISTA DE TABELAS

| | | |
|------------|---|-----|
| TABELA 1 - | Concentração midiática na especificidade da televisão..... | 71 |
| TABELA 2 - | A transformação das mídias e do emissor em diferentes teorias das comunicações..... | 85 |
| TABELA 3 - | Conceitos da <i>Factual TV</i> segundo Annett Hill (2007)..... | 98 |
| TABELA 4 - | Sistematização dos valores notícia..... | 107 |
| TABELA 5 - | Temática das matérias nos blocos dos telejornais..... | 174 |
| TABELA 6 - | Descrição das falas de encerramento das reportagens..... | 175 |

SUMÁRIO

| | |
|---|------------|
| APRESENTAÇÃO..... | 14 |
| 1. A CRIAÇÃO DO SENTIMENTO DE LUGAR NO ESPAÇO..... | 20 |
| 1.1 O ser local e a experiência: reflexões sobre a criação do sentimento de lugar no espaço..... | 20 |
| 1.2 Mídias e jornalismo locais: um problema conceitual..... | 29 |
| 1.3 A comunidade como característica do jornalismo local: tensões conceituais..... | 35 |
| 1.4 A perspectiva da geografia na mídia e no jornalismo local..... | 39 |
| 1.5 Ecossistema da Mídia Local e os atores sociais..... | 43 |
| 2 INFERÊNCIAS NA HISTÓRIA: POR UMA PERSPECTIVA DAS MÍDIAS LOCAIS E REGIONAIS..... | 50 |
| 2.1 A televisão regional e local: o cenário brasileiro..... | 57 |
| 2.2 A autenticação do real do telejornalismo local e regional: uma abordagem teórica-empírica para olhar os noticiários contemporâneos..... | 73 |
| 3 TELEVISÃO E ESPAÇOS TELEVISIVOS..... | 82 |
| 3.1 O corpo na tevê e as implicações no jornalismo..... | 89 |
| 3.2 O cotidiano na TV Factual..... | 97 |
| 4 PROXIMIDADE NO JORNALISMO: ASPECTOS CONCEITUAIS, IDENTIDADES E UMA PROPOSTA DE SISTEMATIZAÇÃO..... | 102 |
| 4.1 A proximidade como valor notícia: notas para reflexões..... | 106 |
| 4.2 Proximidade e identidades: desafios conceituais..... | 111 |
| 4.3 A proximidade nos telejornais locais: sistematização de relações..... | 117 |
| 4.3.1 Proximidade telejornal-audiência..... | 118 |
| 4.3.2 Proximidade telejornal-território..... | 120 |
| 4.3.3 Proximidade telejornal-jornalistas..... | 121 |
| 4.3.4 Proximidade formato-audiência..... | 123 |
| 4.3.5 Proximidade temática-audiência..... | 125 |
| 5 ALGUNS OLHARES NOS TELEJORNAIS REGIONAIS DE MINAS GERAIS..... | 128 |
| 5.1 Análise preliminar..... | 128 |
| 5.2 Reflexões sobre o levantamento: a formulação de operadores de análise..... | 139 |
| 5.3 Olhares no <i>MGTV Primeira Edição</i> da Zona da Mata e Campo das Vertentes..... | 141 |
| 5.3.1 Edição de 10 de junho (segunda-feira)..... | 142 |
| 5.3.2 Edição de 11 de junho (terça-feira)..... | 147 |
| 5.3.3 Edição de 12 de junho (quarta-feira)..... | 151 |

| | |
|---|------------|
| 5.3.4 Edição de 13 de junho (quinta-feira)..... | 157 |
| 5.3.5 Edição de 14 de junho (sexta-feira)..... | 159 |
| 5.3.6 Edição de 15 de junho (sábado)..... | 164 |
| 5.4 Considerações sobre o levantamento..... | 168 |
| | |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 185 |
| | |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 191 |
| | |
| GLOSSÁRIO..... | 204 |

APRESENTAÇÃO

A concepção de um telejornalismo local único, delineado por preceitos universais e grafia no singular, mostrou-se incoerente diante da expansão do horizonte teórico-empírico dessa pesquisa. Se por um lado essa percepção promove certa agonia ao observar que muitas vezes não encontramos respostas e sim perspectivas, abordagens e pontos de vistas, por outro é instigador: é nessa pluralidade de jornalisimos locais que tem se ancorada a razão de ser dessa tese. Nesse aspecto, passam a fazer parte das dinâmicas comunicativas a cultura, as identidades, os fatores socioeconômicos e a própria relação entre os públicos e o telejornal. Diferentes trabalhos, de filiações teóricas diversas, contribuem para a problematização das relações que envolvem os telejornalisimos locais. Um deles é o *geo-social* (HESS & WALLER, 2017), que pressupõe que diante das novas tecnologias, do desenvolvimento dos transportes e da internet, o fator geográfico não pode ser mais visto como único delimitador dos jornais ditos locais e regionais – apesar de ainda ter importância.

Essa perspectiva chama a atenção para a compreensão do sentimento de ser local e a criação da noção de espaço e lugar no tempo. É um aspecto pouco discutido nos trabalhos sobre os jornalisimos locais e regionais e que adquire maior importância a partir do momento em que se passa a considerar fatores socioculturais. A perspectiva de Tuan (1983), cuja principal contribuição está no reconhecimento da experiência na configuração do espaço e do lugar pelos sujeitos, auxilia a compreender a noção do “ser local”: os hábitos, os sentimentos, as agonias e os laços afetivos são aspectos da experiência que contribuem para a criação de um lugar no espaço. A história de Sisonke Msimang, cuja história de vida é compartilhada no primeiro capítulo deste trabalho, ajuda a ilustrar essa perspectiva. Mulher sul-africana, Msimang foi exiliada e viveu em seis países. Mesmo morando e com cidadania da Austrália, afirma que o lugar que se sente em casa é na sua terra natal. O caso permite, em conjunto com a teoria, reconhecer que o indivíduo pode criar diferentes concepções de lugares e viver nas mais distantes localidades, mas cada um deles adquire diferentes graus de importância de acordo com a experiência.

Ao estreitar tais preceitos com os jornalisimos locais é inevitável abordar o papel da proximidade nessas relações. A proximidade, inicialmente, é vista como um dos preceitos fundamentais do jornalismo local. Peruzzo (2005) por exemplo diz que o jornalismo local se caracteriza pela informação de proximidade. Uma constatação

semelhante ocorre em estudos estrangeiros, como no chamado Jornalismo de Proximidade em Portugal (CAMPONEZ, 2002, 2012). Há ainda a clássica abordagem da proximidade como valor notícia, presente desde as primeiras teorias que se propuseram a mapear os critérios de noticiabilidade (GOULDING & ELLIOT, 1979; SILVA, 2005; LAGE, 2012).

Primeiramente, é preciso reconhecer que a proximidade não é única e nem consensual. Num só trabalho, Ahva & Pantti (2014) identificaram nove tipos de proximidade, entre elas a psicológica, geográfica, emocional e cultural. No entanto, posteriormente, observamos que a proximidade não tem coerência se pensada num cenário sem interações. Leal (2016, p. 30), em um trabalho sobre violência de gênero, aborda a proximidade como sendo interdependente e ideologicamente marcada, estabelecendo, assim, a necessidade de refletir sobre a fronteira que constitui algo próximo em relação “a que” ou “a quem”. Portanto, a proximidade está estreitamente ligada à experiência de quem vê, de quem é visto e do espaço social onde a comunicação se estabelece. Também, em conjunto com o arcabouço teórico dos estudos sobre identidades (WOODWARD, 2000; CASTELLS, 2010; HALL, 2015), aponta para a necessidade de abordar a proximidade no jornalismo como uma relação. Assim, a experiência, através da interpretação e das interações entre os diferentes atores envolvidos num contexto comunicativo, se torna crucial para se pensar em relações de proximidade – superando a abordagem clássica da proximidade enquanto critério de noticiabilidade e referente apenas à distância física.

Para observar tais relações, inicialmente, foram escolhidos quatro telejornais regionais Praça 1 de Minas Gerais, caracterizados por serem exibidos na hora do almoço e produzidos por emissoras afiliadas à Rede Globo. A ideia era a de que cada um deles pertencesse a uma área geográfica distinta do estado. Assim, o *MGI* da InterTV Grande Minas está localizado no norte do estado, o da EPTV no sul de Minas, o *MGI* Triângulo de Minas no oeste e o *MGI* dos Vales de Minas no extremo leste. A seleção aponta, para além de um distanciamento geográfico, a constituição de um *corpus* com noticiários de regiões distintas culturalmente, social e economicamente. A EPTV, sediada em está localizada numa região com forte influência econômica e cultural do Estado de São Paulo, possuindo um sotaque típico. A InterTV Grande Minas, sediada em Montes Claros, é próxima à Bahia e possui municípios com grande desigualdade social, apesar de ser reconhecida pela cultura popular, tradição, turismo, gastronomia e natureza. A TV Integração do Triângulo de Minas (Uberlândia/Uberaba) e a InterTV dos Vales de Minas

(Governador Valadares/Ipatinga) estão em regiões prósperas economicamente, principalmente devido à presença de indústrias, agropecuária e da atividade de extração de minérios.

Essa diversidade cultural, econômica e social traz consigo a hipótese inicial da tese de que os telejornais locais e regionais também seriam diversos, refletindo assim formatos diferenciados, conduções singulares e relações de proximidade e pautas específicas de cada região. No entanto, no processo da pesquisa nos chamou a atenção a necessidade de compreender a organização da mídia televisiva local e regional. O fato das emissoras comerciais regionais brasileiras estarem organizadas em sistema de rede e seguirem documentos editoriais semelhantes se tornou um ponto fundamental na observação dos noticiários. As análises preliminares apontaram para uma similaridade entre os telejornais, desde o nome que leva a sigla do estado de Minas Gerais (com exceção do *EPTV Primeira Edição*, que leva o nome da própria empresa cuja sede está localizada no estado de São Paulo), até a organização do estúdio, a performance dos sujeitos de fala, as escolhas das fontes, os formatos empregados e o tema das pautas.

Diante dos dados levantados na análise preliminar, foi visto como necessária a reorganização dos operadores de análise para que direcionassem, de forma mais pontual, o olhar para os telejornais locais e regionais. É como se nos possibilitassem observar outros elementos do telejornal que podem contribuir para o desenvolvimento de um “senso de local” – mesmo que este local se configure nas próprias dimensões televisivas. Assim, quatro operadores foram desenvolvidos para uma nova análise (canais de participação, espaço cênico, temáticas e retórica da transmissão direta), dessa vez com vistas a um Praça 1 específico: o *MGTV* da TV Integração da Zona da Mata e Campo das Vertentes, com sede na cidade de Juiz de Fora. A emissora se caracteriza pela proximidade com o Rio de Janeiro, já que a área de cobertura inclui a divisa entre os estados. O olhar para a empiria nos fez questionar muitos dos preceitos formulados por autores brasileiros para os jornalismo locais e regionais que frequentemente se limitam a desenvolver conceituações, até certo ponto romantizadas, que não se encaixam ou fazem problema quando confrontados à realidade histórico-social. Esse conjunto de relações serve de pano de fundo para a pergunta que tem guiado essa tese: que local emerge nos telejornalismo locais e regionais?

Reforçamos que esse trabalho parte do objetivo principal de compreender e refletir sobre os jornalismo desenvolvidos por cinco telejornais de rede mineiros que se propõem a realizar uma cobertura local-regional. Lidamos, portanto, com os telejornalismo

hegemônicos, de afiliadas da Rede Globo. Nesta proposta também reafirmamos uma consideração cautelar: o mergulho teórico-empírico aponta para a incoerência de falar de *um* jornalismo local, sendo o correto considerar vários jornalismo locais e regionais, sejam televisivos, radiofônicos, impressos ou desenvolvidos na internet. A relação com as particularidades culturais, sociais e identitárias flexiona o conceito para o plural.

Em termos estruturais, a tese se organiza em cinco capítulos. O primeiro se dedica aos estudos que lidam com os jornalismo locais no intuito de observar as concepções propostas e problematizar os pilares que se mostram, ao nosso ver, frágeis. Neste percurso foi identificado que esses estudos frequentemente não distinguem os limites que perpassam pelos jornalismo locais, mídias locais, conteúdos locais e programas locais, além da forma como esses diferentes níveis dialogam entre si. Pesquisadores europeus, como Rasmus Nielsen (2015), tentam compreender essas interações através da perspectiva de Ecossistema da Mídia Local – que se propõe a mapear os atores sociais que compõem determinado sistema midiático -, porém, sua aplicação empírica ainda é um desafio devido à multiplicidade de atores e interações num possível “ecossistema”. Numa via paralela, alguns termos que são recorrentes nos estudos dos jornais locais, como “comunidade”, também se mostram possíveis de problematizações. No entanto, é interessante observar como pesquisadores da área da Comunicação, como Sônia Aguiar (2016), têm recorrido ao campo da Geografia para tentar compreender e sistematizar o jornalismo e a mídia local – mesmo que, em alguns casos, novos questionamentos emerjam nas e das propostas. Nessa seção, também são discutidas as noções de espaço, lugar, localidade e o papel da experiência.

No segundo capítulo propomos a flexionar (também) a mídia para o plural. É o reconhecimento de que falar dos jornalismo locais na televisão, por exemplo, envolvem práticas, relações e formas de recepção diferentes do desenvolvido no rádio e no impresso. Com o advento da internet, esses fatores são ainda mais tensionados, principalmente pela possibilidade das notícias locais serem acessadas em qualquer lugar. Nesse tópico também propomos fazer um resgate histórico das mídias locais e regionais no Brasil, com os reflexos nas práticas jornalísticas. Notamos que algumas tecnologias que são apontadas como aliadas no desenvolvimento dos telejornalismo locais, como o *videotape* e o satélite, na verdade também contribuíram para seus sufocamentos ao facilitarem a organização de redes de emissoras e a veiculação de conteúdo estrangeiro. Ainda discutimos algumas tendências contemporâneas do telejornalismo regional de rede comercial, como a queda da bancada, que preferimos chamar de “dança da bancada” – já

que a bancada nunca “se aposentou” dos estúdios – e a pretensa informalidade dos apresentadores, tidos como estratégias de aproximação com os telespectadores.

O terceiro capítulo é dedicado à televisão. Nele são realizados dois movimentos complementares: o de observar como o cotidiano é tematizado pela televisão e de como a TV também faz parte do cotidiano. Assim, são discutidas algumas das características que fazem parte dos espaços televisuais, como a retórica da transmissão direta, os códigos sociais que perpassam pelas performances e o conceito da TV factual de Annette Hill (2007), um “macrogênero” que compreende os programas não-ficcionais. A aproximação com os Estudos Culturais (WILLIAMS, 2016) também abre caminhos para pensar a televisão enquanto uma tecnologia cultural, que dialoga com a sociedade (e o local) onde está inserida.

No quarto capítulo é discutido o termo proximidade. Utilizando dos estudos sobre identidades, nos propomos a desestabilizá-la, demonstrando que a partir do momento que o processo de identificação é instável e que o indivíduo possui diversas e variadas identidades, é incoerente pensar em categorias de proximidade rígidas. Tendo como foco o telejornal, identificamos cinco possíveis relações de proximidade num primeiro exercício de sistematização teórica: 1) telejornal-audiência; 2) telejornal-território; 3) telejornal-jornalistas; 4) formato-audiência; e 5) temática-audiência. As relações não são excludentes, pelo contrário, podem coexistir umas às outras. A proximidade com as audiências, por exemplo, perpassa por todas as propostas indicadas.

No quinto capítulo são apresentadas as análises. A primeira, que denominamos como preliminar, envolveu a observação de duas semanas de exibição de quatro Praça 1 que compõem os objetos empíricos desse trabalho: *MGI* dos Vales de Minas, *MGI* Triângulo de Minas, *EPTV Primeira Edição* Sul de Minas e *MGI* Grande Minas. A coleta foi realizada nos anos de 2018 e 2019. A aproximação com a empiria permitiu observar a semelhança de formatos, performances e temas das pautas entre os telejornais regionais de rede de Minas Gerais. Também serviu de base para a formulação dos novos operadores analíticos para a análise final, dessa vez com olhos no *MGTV Primeira Edição* da TV Integração Zona da Mata e Campo das Vertentes. Nela, buscamos olhar para as edições na íntegra, de forma à observar lacunas que não puderam ser vistas na primeira coleta.

Entre os temas que são discutidos ao longo desta tese está a possibilidade de falarmos em espaços televisivos, uma concepção que Umberto Eco (1984) já propôs no caso das neotevês. No entanto, avançamos no sentido de verificar como tais espaços se articulam para a configuração do sentimento de local no âmbito da programação

televisiva regional e local. Por meio das análises, alguns elementos identificados foram a linguagem informal, as notícias que primam por alguma utilidade (o serviço) e até mesmo a construção de um jornalista “gente como a gente”, com figurino casual, que expressa as emoções e que entre uma e outra notícia brinca com seus colegas de profissão. Se por um lado tais estratégias tentam aproximar (ou mesmo incorporar) as audiências no espaço televisivo, por outro também nos indaga sobre seus limites. Até onde esse espaço televisivo é habitável pelo telespectador? O percurso desenvolvido se encerra justamente sobre a reflexão acerca da concepção de um lugar televisivo, resultado de uma construção individual do usuário em contato com os espaços televisivos.

Cabe ainda como última consideração à esta apresentação: a demarcação de que a tese também contempla o percurso profissional e acadêmico do autor. Enquanto estudante de graduação, atuou em duas emissoras de escala local: a TV Viçosa, em Viçosa, e a TV UFMG, em Belo Horizonte – ambas no estado de Minas Gerais. Já no mercado de trabalho, passou pela TV Gazeta Sul, afiliada à Rede Globo no Espírito Santo, atuando entre os anos de 2010 e 2014 em reportagem e na apresentação do *Praça 1 ESTV Primeira Edição*. Assim, este trabalho também compõe um espaço para confrontar preceitos, discursos institucionais e processos que fazem parte da prática dos telejornalismos locais e regionais e que nem sempre são tensionados, como o sentimento de ser local, o aspecto da abrangência geográfica e as estratégias de proximidade.

CAPÍTULO 1 - A CRIAÇÃO DO SENTIMENTO DE LUGAR NO ESPAÇO

O jornalismo por si só oferece um campo de estudos e práticas profissionais amplamente difundidas. Noções como de quarto poder, *gatekeeping*, *agenda-setting*, entre outras, se mostram em constante discussão – inclusive com questionamentos acerca de seus reais efeitos e validade na sociedade. Nesse campo surge também a (tentativa de) caracterização de um jornalismo praticado em determinadas localidades, cujas fronteiras geográficas, sociais, culturais e simbólicas não são tão definidas. Falar do jornalismo local faz emergir naturalmente as perguntas: do que, de quem, de onde estamos falando?

Aos poucos, os sentidos que antes eram atribuídos exclusivamente em relação a uma determinada área geográfica se tornam mais complexos. Passam a envolver costumes, línguas, hábitos, engajamento político, legislação e o próprio sentimento de pertencimento ao lugar. E mais, numa abordagem mais ampla, o jornalismo local não se prende apenas aos acontecimentos locais e regionais, mas também aos globais e nacionais em sua abordagem articulada à realidade local (HESS & WALLER, 2017). No entanto, é preciso ir além para evitar o encontro com uma área da Comunicação descrita muitas vezes com ares de idealização e romantizada. Afinal, o que define ou caracteriza os interesses de uma população local? Quem é a população local? Como trabalhar os conflitos e heterogeneidade de uma população no contexto do jornalismo local?

1.1 O ser local e a experiência: reflexões sobre a criação do sentimento de lugar no espaço

Em setembro de 2018 a escritora Sisonke Msimang, mulher negra de origem sul africana, concedia uma palestra numa livraria da cidade de Geelong, na Austrália, sobre o período em que viveu no exílio durante a vigência do regime do *Apartheid*. Sisonke contava um pouco de sua história no exílio: nasceu longe da terra natal, cresceu em grupos de resistência da Zâmbia e do Kenya. Morou no Canadá, estudou nos Estados Unidos e retornou para a África do Sul nos anos 90, após a queda do regime racista. Depois se casou e passou a viver em Perth, na costa oeste da Austrália, onde constituiu família. No final da palestra, Lisa Waller, professora da Faculdade de Educação e Artes da Deakin University e que conduzia a conversa, questionou: “você passou por tantos lugares, quatro

países, hoje mora na Austrália, onde é que você se sente em casa?”. Sisonke respondeu de forma enfática: “na África do Sul”.

Em seu livro, *Always Another Country*, em que se dedica a fazer um relato sobre o período que viveu no exílio, uma obra de cunho político-biográfico, Sisonke descreve o sentimento de se sentir local:

Perth é um lar para ele [*o marido*] de uma forma que - dado o meu caminho sinuoso – nenhum lugar tenha sido para mim. A África do Sul ainda é uma espécie de lar - talvez tenha representado sempre o melhor que eu tinha esperança de encontrar em casa (MSIMANG, 2018, p. 9, tradução e grifo nosso).

Em cada capítulo Sisonke (2018) relata suas vivências em diferentes lugares até concluir que, com a formação de novas redes de relacionamento, criação de hábitos e estabelecimento da família, passava, progressivamente, a ver a cidade de Perth também como um lar. Alguns pesquisadores que se dedicam a descrever a noção de espaço e lugar, em relação com as experiências e o tempo, apontam caminhos que permitem compreender os sentidos descritos por Sisonke Msimang.

Yi-Fu Tuan (1983) em *Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência* descreve os processos em que as pessoas atribuem significado e organizam o espaço e o lugar. O geógrafo sino-americano considera também os traços comuns que transcendem as particularidades culturais, como a própria condição humana. Assim, assume o reconhecimento do corpo, em sua animalidade, na associação com a cultura no processo de significação dos lugares nos espaços. Afirma que a “experiência é um termo que abrange as diferentes maneiras por intermédio das quais uma pessoa conhece e constrói a realidade” (1983, p. 9), entre essas maneiras, elenca desde as mais diretas, como o olfato, o paladar e o tato, até a percepção visual e a simbolização.

Já o espaço é descrito, inicialmente, pela capacidade de mover-se, sendo, portanto, aberto à experiência. A visão ocupa um lugar privilegiado nesta perspectiva e os “outros sentidos ampliam e enriquecem o espaço visual. Assim, o som aumenta nossa consciência, incluindo áreas que estão atrás de nossa cabeça e não podem ser vistas. E o que é mais importante: o som dramatiza a experiência espacial” (1983, p. 18). Neste contexto, Tuan (1983) assume também a existência do espaço simbólico que frequentemente extrapola para além das evidências sensoriais. Através desses pressupostos o autor define sua visão de lugar.

O lugar é um tipo de objeto. Lugares e objetos definem o espaço, dando-lhe uma personalidade geométrica. Nem a criança recém-nascida, nem o cego que recupera a visão após uma vida de cegueira podem reconhecer de imediato uma forma geométrica como o triângulo. A princípio, o triângulo é "espaço", uma imagem embaçada. Para reconhecer o triângulo é preciso identificar previamente os ângulos - isto é, lugares. Para o novo morador, o bairro é, a princípio, uma confusão de imagens; "lá fora" é um espaço embaçado. Aprender a conhecer o bairro exige a identificação de locais significantes, como esquinas e referenciais arquitetônicos, dentro do espaço bairro. Objetos e lugares são núcleos de valor. Atraem ou repelem em graus variados de nuances. Preocupar-se com eles mesmo momentaneamente é reconhecer a sua realidade e valor (TUAN, 1983, p. 20).

Os lugares, portanto, seriam importantes para o próprio reconhecimento e orientação no espaço e diretamente ligados às experiências comuns e singulares do indivíduo, sendo também apontados como centro de valores. Quando o espaço se torna familiar, torna-se lugar: “o homem, como resultado de sua experiência íntima com seu corpo e com outras pessoas, organiza o espaço a fim de conformá-lo a suas necessidades biológicas e relações sociais” (TUAN, 1983, p. 39). O espaço nesta perspectiva é observado como um constructo do próprio homem e os sentidos que se estabelecem estão ligados a própria condição do corpo humano. “O espaço frontal é ‘iluminado’ porque pode ser visto; o espaço posterior é ‘escuro’, mesmo quando o Sol brilha, simplesmente porque não pode ser visto” (1983, p. 44-45). A percepção é observada inclusive na localização geográfica do espaço. O autor cita o caso dos Estados Unidos em que a costa nordeste é vista como a “frente da nação”, sendo Nova Iorque considerada o portão de frente – já que a história da nação é descrita a partir dali, com as migrações oriundas na Europa na busca da terra promissora.

A concepção de lugar é próxima a que outros autores consideram como algumas das variáveis de local. Alain Bourdin (2001) em *A questão local* elenca quatro conjuntos, que podemos chamar de perspectivas, sobre o local: a *vulgata localista*, o *local necessário*, o *local herdado* e o *local construído*. No primeiro conjunto, descrito como *vulgata localista*, o local é abordado enquanto uma totalidade que engloba relações humanas envoltas em dimensões geográficas, religiosas ou sociais em que há compartilhamento de consensos. Assim são valorizadas as instituições comunitárias e a origem em comum. Essa visão considera ainda que os indivíduos dessa sociedade não são autossuficientes em si e que através da troca e do sentimento de complementariedade emerge a concepção de viver junto e do próprio ser local (BOURDIN, 2001, p. 22). Portanto, há uma afeição pelo local, podendo ser abordado como um lugar em que há

valorização de uma cultura e de ideais compartilhados num mesmo espaço geográfico – o que pressupõe a existência de um espaço maior, além daquele lugar/local.

O *local necessário* de Bourdin (2001) é embasado em relação a facilidade de migração e dos deslocamentos no mundo moderno. Sendo assim, há uma necessidade de reconhecer um grupo originário, em que estariam os vínculos de sangue, da língua e do território. Para Bourdin (2001), nessa perspectiva, a noção de espaço é diferente da de Tuan (1983). Para ele, o espaço é um construto cultural em que a pessoa se apreende aos objetos para se posicionar no mundo, constituindo assim seu território (BOURDIN, 2001; CASTRO, 2006). Nesta perspectiva, pode-se inferir que o espaço para Bourdin (2001) é semelhante à concepção de lugar de Tuan (1983). Já o ser local na abordagem do *local construído* emerge pela qualidade da vivência e a intensidade das interações num determinado espaço e lugar. Assim, o local pode ser visto como uma construção do indivíduo, em que há uma valorização da experiência presente (BOURDIN, 2001, p. 57). Por fim, o *local herdado* considera que o passado possui um significado primordial na concepção de ser local, inclusive se posicionando, hierarquicamente, acima da vivência presente. A valorização de monumentos e reconstrução do passado, como museus e ruínas, são alguns exemplos do *local herdado*.

Identifica-se que em comum nas quatro abordagens de Bourdin (2001), a noção de local está relacionada às interações, vivências, experiências e memórias relativas a um determinado espaço ou lugar. É como se o indivíduo dependesse dos objetos e pessoas que estão em sua volta para criar o sentido de ser local. Neste ponto é possível criar um enlace à defesa de Tuan (1983) ao considerar que na formulação da noção de lugar pelo ser humano, emerge a concepção de nós e eles. O primeiro é representado pelas pessoas que fazem parte de um mesmo lugar: membros de um grupo e/ou de uma comunidade e que são distanciados do outro grupo, representado por eles. Essa perspectiva permite concluir que a percepção de proximidade e de inclusão em um determinado grupo social depende também do distanciamento, da presença do diferente, então representado pelo “eles”. No entanto, há exceções que são importantes para que se não descarte as heterogeneidades que permeiam as relações sociais. Numa exemplificação, Tuan descreve que “a distância social pode ser o inverso da distância geográfica. O criado vive perto do padrão, mas ambos não são amigos chegados. Psicologicamente, a ausência (distância espacial) pode aumentar o afeto” (TUAN, 1983, p. 56).

Algo a se questionar é como o ser humano compreende o espaço desconhecido diante da limitação física de experienciar. O mundo é grande e é normal que haja um

esforço para compreender o que perpassa além das nossas fronteiras alcançáveis – e por que não, criar lugares simbólicos que orientam a visão de mundo? Um primeiro ponto que dialoga com essa problematização é quando Tuan (1983) considera que os mitos são necessários ao ser humano para que se dê sentido ao desconhecido, sendo o espaço mítico um constructo intelectual. É uma “resposta do sentimento e da imaginação às necessidades humanas fundamentais” (1983, p. 112), numa tentativa de estabilizar enunciações que ainda não há certezas. Outra concepção é o conceito de habilidade espacial que, em síntese, consiste sobre o que podemos realizar como nosso corpo, sendo essencial para a subsistência. Diz também respeito a capacidade de libertar-se dos laços que nos prendem a um lugar. Nesta abordagem, o conhecimento geográfico adquire importância por permitir “uma apreensão consciente e teórica das relações espaciais entre os lugares que a gente raramente visita” (TUAN, 1983, p. 90). É interessante pensar que muitas vezes o conhecimento geográfico é formado por informações que são repassadas através de outras pessoas, dos atlas ou mesmo, numa inferência nossa aos estudos de Tuan (1983), pela própria mídia.

Retomando os relatos de Sisonke Msimang, logo no início da obra a escritora sul africana descreve que alguns dos dias difíceis eram os que não conseguia obter notícias de *Manus Island* (Nova Guiné), já que o governo australiano, ao qual pagava os impostos, “impôs um apagão de informação que se tornou impossível saber o que estava acontecendo com as pessoas que se arriscavam para fugir da miséria” (2018, p. 08, tradução nossa). O apagão midiático se refere à ausência de notícias, por parte dos jornais australianos, acerca de um espaço distante geograficamente, mas que resguarda lembranças e laços afetivos de Sisonke por meio de suas experiências – sendo assim, considerado um lugar pela sul-africana. A citação mostra que houve uma limitação na composição do espaço geográfico que corresponde a um lugar de interesse de Sisonke. A composição desse espaço, no vazio informativo, dava abrigo ao desconhecido, o que tornava angustiante para a refugiada. No entanto, mesmo longe fisicamente, Sisonke buscava constituir uma experiência sobre *Manus Island*, mesmo que através das poucas informações oriundas da mídia.

A motivação para obter informações de um espaço distante é justificada pelo fato da sul africana considerá-lo como um lugar, devido aos vínculos pessoais e culturais. Tuan (1983) explica que o espaço transforma-se em lugar à medida que adquire definição e significado e que as relações entre as pessoas adquirem relevância. Utilizando-se das experiências de Santo Agostinho, diz que “o valor do lugar dependia da intimidade de

uma relação humana particular; o lugar em si pouco oferecia além da relação humana” (TUAN, 1983, p. 156). Portanto, nesta perspectiva, a criação das afetividades por um espaço, ao se tornar lugar, está relacionada às experiências íntimas e aconchegantes. A quebra dessas relações pode alterar o significado dos lugares para as pessoas. Ao narrar a morte de um amigo em sua terra natal, Santo Agostinho dizia que

[..] meus lugares familiares tornaram-se cenários de tortura para mim, e meu próprio lar tornou-se um sofrimento. Sem ele, tudo que fizemos juntos tornou-se um sofrimento. Meus olhos continuavam procurando-o sem achá-lo. Odeio todos os lugares onde costumávamos nos encontrar [...] (AGOSTINHO apud TUAN, 1983, p. 155).

A vivência de Santo Agostinho demonstra como os lugares são perpassados pelas experiências pessoais e pela articulação entre diferentes temporalidades, podendo adquirir novos sentidos com a alteração dessas relações. Essa percepção também pode ser assemelhada com a noção de *local necessário* de Bourdin (2001), já que as experiências culturais e as relações com o espaço-tempo também são determinantes na construção do senso de lugar.

Um sentimento mais amplo é a relação que as pessoas adquirem com a pátria. Para Tuan (1983) os grupos consideram sua pátria como centro do mundo, no que tange sua localização. Os monumentos, campos, campos de batalha e cemitérios adquirem importância estratégica para aumentar o sentimento de identidade das pessoas, incentivando a consciência e a lealdade com o lugar. As histórias compartilhadas, sejam derrotas ou vitórias, também são um importante agregador social, além das afeições alojadas no subconsciente, como as formadas através “da familiaridade e tranquilidade, com a certeza de alimentação e segurança, com as recordações de sons e perfumes, de atividades comunais e prazeres simples acumulados ao longo do tempo” (TUAN, 1983, p. 176). Assim, a pátria – de uma forma idealizada a nosso ver - é descrita como sendo reconhecida socialmente como um lugar autossuficiente em termos práticos e simbólicos.

Neste aspecto, a cultura permeia a constituição do lugar. Um exemplo simples, mas bastante elucidativo descrito por Tuan (1983), é em relação a casa como um lugar, que, mesmo sendo um edifício simples, tem uma função social por proporcionar abrigo, “sua hierarquia de espaços corresponde às necessidades sociais; é uma área onde uns se preocupam com os outros, um reservatório de lembranças e sonhos” (TUAN, 1983, p. 184). A conformação do sentido de lugar também se relaciona com o contato com o diferente. Citando povos antigos, descreve que “conhecer outros povoados e a rivalidade

com eles estimula significativamente o sentimento de singularidade e de identidade” (TUAN, 1983, p. 185). Essa perspectiva faz emergir a seguinte questão: o que nos faz sentirmos pertencentes a determinado grupo, lugar, comunidade?

A pergunta não traz respostas conclusivas. A perspectiva de Tuan (1983) permite dizer que o sentimento de lugar emerge na relação do homem com a natureza e a cultura – sendo a experiência alçada a um papel fundamental ao articular tais relações que envolvem afetos, sentimentos e temporalidades. Assim, há estímulos que podem atuar como conformadores do se sentir pertencente a um lugar. Entre eles, estão os ritos de uma cidade, as mobilizações públicas, as cerimônias e as competições entre as localidades, como os torneios esportivos. As necessidades humanas em comum – comer, abrigar-se, etc - também são unificadoras. Estas geralmente são visíveis através da dramatização, “alcançando a identidade do lugar pela dramatização das aspirações, necessidades e ritmos funcionais da vida pessoal e dos grupos” (TUAN, 1983, p. 197).

Em relação a dramatização, é importante para pensar que a criação de sentidos de lugar não é sólida e é difícil de ser apreendida. Um fator que contribui para a desconstrução de um lugar simplificado é a própria dimensão temporal que perpassa pelo espaço e lugar. No último capítulo de *Tempo e lugar*, Tuan demonstra três pressupostos em que o tempo afeta a noção de lugar. No primeiro, afirma que “se o tempo for percebido como fluxo ou movimento, então lugar é pausa. De acordo com esse enfoque, o tempo humano está marcado por etapas, assim como o movimento do homem no espaço está marcado por pausas” (TUAN, 1983, p. 218-219). O segundo pressuposto é sobre a intensidade da experiência em relação ao tempo. O autor considera que é preciso tempo para sentir afeição por um lugar e que a qualidade e a intensidade da experiência é mais importante do que a duração. O último tópico, diz sobre as diferentes formas do sentido de lugar.

Estar arraigado em um lugar é uma experiência diferente da de ter e cultivar um "sentido de lugar". Uma comunidade realmente enraizada pode ter santuários e monumentos, mas é improvável que tenha museus e sociedades para preservar o passado. O esforço para evocar um sentimento pelo lugar e pelo passado frequentemente é deliberado e consciente. Até onde o esforço é consciente, é a mente que trabalha, e a mente - se lhe permitimos exercer seu domínio imperial - anulará o passado, transformando tudo em conhecimento presente (TUAN, 1983, p. 219).

O cultivo do “sentido de lugar” é necessário para pensar que muitas vezes existem estratégias que incentivam a criação de um “sentir-se local” focado no presente. Tuan

(1983) cita o caso dos museus, mas podemos pensar em outras instâncias. A própria mídia ao se definir como pertencente a um determinado lugar desenvolve estratégias de “sentido de lugar” (HESS & WALLER, 2017) – um assunto que será problematizado ainda neste capítulo. A passagem ainda oferece o elemento temporal, chave para os diferentes níveis de experiência e a possibilidade de pensar o lugar para além do espaço físico: o lugar como pausa no tempo. Em diálogo com a concepção de *local construído* (BOURDIN, 2001), é reconhecer que a intensidade da experiência num determinado espaço temporal é importante na conformação da ‘qualidade’ do local.

Nesta linha de reflexão, um fator interessante é pensar como o tempo, através do hábito, contribui para a formação da noção de lugar. Tuan justifica que é fácil adquirir conhecimentos sobre o lugar, mas para uma experiência profunda é indispensável a criação de hábitos. "Sentir um lugar leva mais tempo: isso se faz de experiências, em sua maior parte fugazes e pouco dramáticas, repetidas dia após dia e ao longo dos anos" (TUAN, 1983, p. 203). Assim, “com o tempo nos familiarizamos com o lugar, o que quer dizer que cada vez mais o consideramos conhecido” (TUAN, 1983, p. 207).

A discussão preliminar aqui apresentada perpassa por três dimensões espaciais: o espaço, o lugar e o local - em que o tempo e a experiência ocupam um papel determinante na configuração de cada concepção. Primeiramente, constata-se que as noções de espaço e lugar não são únicas, como identificadas pelas diferentes formulações de Tuan (1983) e Bourdin (2001). Mas ambas caminham num pensamento lógico semelhante. O que Bourdin (2001) descreve como sendo espaço é próximo ao que Tuan (1983) define como lugar ao pensarmos na criação de valor no espaço. Por outro lado, as quatro perspectivas de Bourdin (2001) sobre o local não podem ser vistas de forma isolada, sendo que, apesar do esforço de sistematização do filósofo francês, elas dialogam entre si. A história de Sisonke Msimang (2018) permite alguns entrelaces. A escritora diz que aos poucos começa a se sentir local em Perth, apesar de ainda sentir que seu lar é na África do Sul. Inferimos que ao mesmo tempo em que passa a compartilhar de um *local construído*, Sisonke ainda vivencia, em nossa percepção, um *local herdado* e algo que pode ser compreendido a partir da noção de *vulgata localista* (BOURDIN, 2001). Essa relação permite ainda arriscar uma relação entre espaço-lugar-local utilizando-se dos preceitos de Tuan (1983) e Bourdin (2001). Há uma progressão a respeito do pertencimento: se o espaço é visto inicialmente como um campo aberto, desconhecido na visada de Tuan (1983), o lugar é estabelecido à medida que são criadas relações de valor neste espaço, seja com objetos ou entre as interações e ações pessoais. Mas o ser local demandaria algo

além do reconhecimento dos lugares, conforme as dimensões elencadas por Bourdin (2001). Esse “algo além” pode estar ancorado no passado ou no presente e geralmente tem sua concretização relacionada com a experiência do indivíduo na perspectiva teórica de Tuan (1983), ou na de Bourdin (2001), por meio de uma relação coletiva mais generalista.

Ainda é preciso mencionar o deslocamento da noção de local num mundo globalizado. Castro (2006) apresenta a hipótese de que cada vez mais o ser local tem sido uma opção, principalmente devido à facilidade de mobilidade. Um exemplo é o surgimento dos territórios temáticos. “Os territórios temáticos, bairros ou aldeias que se constituem (ou são constituídos) em volta de um tema como por exemplo: o lazer, o esporte, as escolhas sexuais (bairro gay) ou a idade” (CASTRO, 2006, p. 59). Esses territórios seriam caracterizados pela volatilidade, sendo que uma pessoa ou família poderia se mudar quando sentisse que não existe mais o reconhecimento nele. Se até então nos dedicávamos a analisar a importância do passado e do presente na concepção do local, no território temático vemos surgir o futuro: até quando este tipo de território pode se sustentar? Por outro lado ainda é preciso fazer uma crítica a essa visada ao não considerar aspectos socioeconômicos e culturais. A mobilidade no mundo moderno não é a mesma para todos os indivíduos pelo fato de que sua execução depende de recursos econômicos e até mesmo de fatores culturais em que as pessoas estão inseridas.

A revisão de *Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência* de Tuan (1983), em diálogo com outros estudos, é realizada aqui com o intuito de fornecer bases que permitem aproximar e problematizar os estudos sobre o jornalismo local com a noção do próprio sentido de espaço e lugar. Nessa perspectiva, é fundamental observar que “lugar” e “local” mantêm relações semânticas interdependentes, compartilhando uma mesma raiz etimológica. Segundo o Houaiss, por exemplo, “local” é “relativo ou pertencente a um determinado lugar”. Um dos aspectos centrais dessa discussão é considerar que a experiência, que se modifica pelo tempo, faz com que os sentidos de lugar (e local, por consequência) sejam fluídos e variáveis. O relato de Sisonke Msimang ilustra essa perspectiva: ao morar em seis países, vivenciando experiências em diferentes intensidades e tempo, a noção sobre ser local em cada um desses lugares é diferente a ponto de hierarquizá-los e assumir que a África do Sul é onde se sente em casa, mesmo possuindo cidadania australiana, obtendo a formação profissional nos Estados Unidos e sendo acolhida no período do exílio no Canadá. Deduz-se que um indivíduo pode mover-

se por diferentes espaços e habitar diferentes lugares, mas a força e o papel de cada um deles é variável de acordo com a experiência.

Diante dessa discussão, surgem alguns questionamentos instigadores: o jornalismo local possui a habilidade de criar um sentido de lugar? Se sim, como atua na conformação do lugar e na composição do espaço? É possível falar de espaço e lugares televisivos? Como os problemas que perpassam pelas noções de local e de lugar impactam, fazem problema no dito jornalismo local?

1.2 Mídias e jornalismo locais: um problema conceitual

Os jornalismo locais são muitas vezes tomados como objeto de pesquisa sem que haja uma discussão do que se entende pelo termo, quais os pressupostos assumidos e como isso reflete na própria concepção dos jornalismo desenvolvidos pelos jornais locais. Como consequência identifica-se que não há limites claros sobre o que se estabelece como mídia local, jornalismo local, conteúdo local ou programa local. Outro problema é na própria concepção do ser local (ou regional) no que tange a abrangência geográfica e/ou na articulação com aspectos culturais e identitários.

As pesquisadoras australianas Kristy Hess & Lisa Waller (2017), numa tentativa de identificarem o que leva alguém a ‘ser local’ e a atuação do jornalismo nessa dinâmica, recorrem a epistemologia da palavra local, do latino *locas*, lugar. Seu primeiro uso foi no século XIV na medicina para descrever qualquer doença que estivesse confinada numa parte específica do corpo. Essa “revisitação” à origem da palavra em conjunto com a discussão sobre espaço e lugar (TUAN, 1983), demonstra que o sentimento de se sentir local é prática e incorporada nos nossos corpos e isso se reflete na forma como produzimos e consumimos notícias (HESS & WALLER, 2017).

Através de entrevistas com jornalistas australianos, as autoras identificaram ser recorrente a fala de que ser local é como sentir a vida ser parte de algo maior. A mídia e o jornalismo local ocupariam assim uma posição estratégica ao fomentar os leitores e os espectadores com assuntos que criariam um lugar simbólico sobre a localidade onde vivem. As pesquisadoras utilizam o gancho de se “sentir parte de algo maior” para relacionar com o pensamento de campo, *habitus* e capital simbólico de Bourdieu (1990), entendendo que o desenvolvimento do conhecimento local através da leitura do jornal ajuda a construir um certo grau de ordem social. “Essa ordem pode ser usada para

construir ou manter a identidade ou posição social de ‘ser local’. Isso gera formas de capital simbólico que podem ser benéficas” (HESS & WALLER, 2017, p. 48, tradução nossa). Hess & Waller (2017) acreditam que o conceito de *habitus* é importante para a discussão de jornalismo local por causa do valor que o local representa para os trabalhadores que estão nessa área. Segundo o próprio Bourdieu (2005), *habitus* se refere "como sistema das disposições socialmente constituídas que enquanto estruturas, constituem o princípio gerador e unificador do conjunto de práticas e das ideologias características de um grupo de agentes" (BOURDIEU, 2005, p. 191).

O esforço das autoras em articular a mídia enquanto uma estrutura responsável em certo grau por uma ordem social oferece caminho para compreender o papel da mídia e do jornalismo local num determinado ambiente. No entanto, por outro lado, coloca o próprio jornalismo e a sociedade numa dimensão homogênea, em que não há considerações sobre as individualidades e os próprios movimentos de conflitos e resistências que permeiam as relações sociais. Há também uma supervalorização do jornalismo como sendo uma instituição capaz de moldar comportamentos sociais.

Outro problema é o lugar de referência dos estudos sobre o jornalismo local. Rasmus Nielsen (2015), do Instituto *Reuters* para o estudo do jornalismo da Universidade de Oxford, por exemplo, se propõe, na introdução de *Local Journalism: the decline of newspapers and the rise of digital media*, a uma revisão bibliográfica de forma a apontar o desenvolvimento da mídia e do jornalismo local no “mundo ocidental”. Apesar de citar o termo “*Western world*”, o texto é excessivamente desenvolvido com base em estudos realizados e com foco nos países ricos do Ocidente, como Estados Unidos, Inglaterra, França e Holanda. Algo que se torna ainda mais visível ao considerar que os nove capítulos da coletânea são compostos por levantamentos e autores da Europa, Estados Unidos e, com menor menção (somente em citação de autores), da Austrália. O que buscamos evidenciar nesta abordagem é o equívoco na delimitação do que o autor chama de “jornalismo local do mundo ocidental”, que se apresenta discriminador ao não considerar outros países ocidentais que também possuem sistemas de mídia local estabelecidos.

Essa crítica não invalida os esforços que pesquisadores estrangeiros têm feito para conceituar os jornalismo locais em suas diversas mídias, somente chama a atenção para sua correlação e aplicação em outras realidades, como a brasileira. Muitos desses estudos mostram como a temática tem sido um campo fértil de pesquisa e que hoje, diante da tecnologia digital, tem passado por transformações tanto em sua prática profissional

quanto no modelo de negócio (FRANKLIN, 2006; CAMPONEZ, 2012; NIELSEN, 2015; HESS & WALLER, 2017). O próprio trabalho de Rasmus Nielsen (2015) assume o risco de propor alguns tensionamentos a respeito dos jornais locais, com base na observação realizada em estudos do campo da Comunicação. Segundo Nielsen (2015) são três concepções baseadas no que considera como premissas do jornalismo local:

- 1) *Prestação de contas e informação*: segundo o autor, estudos de “diferentes países” têm mostrado que o jornalismo local se comporta de maneira reativa aos acontecimentos e que geralmente as notícias se baseiam em uma única fonte – sendo, assim, um problema para sua função social de prestação de contas e informação. Frequentemente ativistas comunitários e cidadãos comuns não aparecem nas notícias, sendo os políticos e o governo oficial as fontes mais citadas. Esse cenário coloca em xeque a própria independência, o caráter investigativo do jornalismo e a cobrança por prestação de contas. Nielsen (2015) considera o jornalismo local como sendo genuinamente informativo, no entanto, reconhece que há uma lacuna em que nem todos tem acesso à informação produzida pelos jornais locais, principalmente devido aos fatores socioeconômicos.
- 2) *Engajamento político e cívico*: Nielsen (2015) descreve que um número relativo de estudos tem demonstrado que o acesso a jornais locais contribui para o envolvimento na política local. Autores como Schulhofer-Wohl & Garrido (2012) apontam que a redução no número de jornais impressos em uma comunidade pode reduzir a participação política dos moradores, mesmo quando outro jornal continua realizando a cobertura informativa. Nielsen (2015) ressalta que há outros fatores que mobilizam o engajamento político e cívico, como a motivação individual, os recursos socioeconômicos e os esforços de mobilização. A própria forma como a mídia é organizada pode deslocar o seu potencial (ou não) de engajamento.
- 3) *Integração da comunidade*: Com referência a Walter Lippmann (1997), Nielsen (2015) afirma que a cobertura e a divulgação pelos jornais locais de acontecimentos sociais e assuntos públicos, podem ajudar a população a desenvolver um “senso de comunidade” através do compartilhamento de experiências que vai além do simples fato das pessoas viverem próximas umas das outras. Alguns exemplos são os casamentos, funerais, aniversários,

eventos sociais e esportivos, entre outros. Uma perspectiva, que será discutida posteriormente com maior profundidade, é a própria contribuição do jornalismo local para a criação de um “senso de lugar” (HESS & WALLER, 2017) num mundo onde cada vez mais as pessoas estão em movimento. (NIELSEN, 2015, p. 13-17).

Os três tensionamentos apontam para características que podemos considerar mais como premissas, por vezes problematizadas, do que os sentidos em si. Levantamentos preliminares realizados em emissoras regionais do estado de Minas Gerais, na realidade brasileira (OLIVEIRA FILHO, 2018), demonstram que o discurso das empresas de comunicação coincide com aspectos evidenciados por Nielsen (2015), como a noção de vigilância, cobrança e integração social. No entanto, é preciso ir além do discurso editorial e empresarial, considerando, assim, os sentidos oriundos de mídias locais em suas particularidades com o lugar onde se estabelece – principalmente diante da origem dos dados considerados pelo autor inglês. Outra problemática é que, apesar de Nielsen (2015) não assumir tal referência, é dedutível que as três concepções são direcionadas ao jornal impresso. Algo que é evidenciado no exterior e que também faz parte da realidade brasileira, é que as mídias televisivas locais são majoritariamente de cobertura regional (NIELSEN, 2015; AGUIAR, 2016). Portanto, como se desenvolve o estreitamento das relações comunitárias e da própria noção de comunidade pelo jornalismo praticado pela mídia televisiva regional, que não é tão próxima, em termos físicos, de seu público quanto às demais mídias vistas como locais, como jornais impressos ou rádios populares?

Mais um questionamento pode ser elaborado sobre a perspectiva de prestação de contas e informação. Como a prestação de contas é de fato explorada por jornais locais que muitas vezes estão atrelados financeiramente aos governos municipais e às elites locais, conforme alguns estudos brasileiros têm apontado, como Peruzzo (2005)? Por outro lado, num viés conceitual, até onde essa característica é exclusiva dos jornais locais se pensarmos que a noção de contra-poder ou mesmo de quarto poder (MORAES, RAMONET & SETTANO, 2013) é abordada no campo da Comunicação, mesmo de forma não unânime, como sendo uma característica ligada a uma suposta ontologia do jornalismo? A própria noção de vigilância, que possui preceitos semelhantes à prestação de contas de Nielsen (2015), é um dos pilares do jornalismo moderno (TRAQUINA, 2004), discutido e analisado por estudos que envolvem diversas escalas da produção

noticiosa, como local, regional, nacional e global (FRAZÃO & BRASIL, 2013; VIDALES, RUBIO & TORRICO, 2017).

No caso de estudos portugueses, (CAMPONEZ, 2002; SOUZA, 2002; SAVENHAGO, 2012) as características levantadas são semelhantes. Camponez (2002, p. 19) cita a “forte territorialização, a territorialização dos seus públicos, a proximidade face aos agentes e às instituições sociais que dominam esse espaço, o conhecimento dos seus leitores e das temáticas correntes na opinião pública local”. Souza (2002) afirma que os veículos locais e regionais cumprem as funções básicas da comunicação social, como o dever de informar, entreter e formar. Mas o autor destaca que essas mídias têm por especificidade ser um espaço de compartilhamento de convívio e de conveniências. Assim, destaca a função informativa e utilitária como sendo o coração da mídia local e regional. Essa troca de “informação útil”, segundo Souza (2002), contribuiria para a formação de vínculos e a integração constante dos membros da comunidade.

A discussão aponta, mais uma vez, que frequentemente pesquisadores que se dedicam a temática dos jornalismo locais têm se apropriado de conceitos típicos do jornalismo tradicional, o que nos leva a questionar até onde há de fato algo novo nesses preceitos e tentativas de delimitação sobre os jornalismo locais. No cenário brasileiro, o levantamento bibliográfico demonstra que são poucos trabalhos voltados para discutir conceitualmente ou mesmo refletir sobre os jornalismo locais, como área de estudo. A grande maioria das pesquisas produzidas é relativa a estudos de casos, como análise de coberturas específicas (SANTANA & TEMER, 2015; PEREIRA & PIETA, 2016; ANELO, 2016; GRUPILLO, 2016; DARDE & LEME, 2017; TEIXEIRA, 2017; ARAÚJO & VIZEU, 2017), sem que haja problematização ou mesmo descrição do que se entende por jornalismo local.

Cicilia Peruzzo (2005) em *Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências* propõe situar os principais aspectos conceituais sobre a mídia regional e local no país. Apesar de inicialmente focar em discutir a mídia, a autora por vezes oscila ao ter como referência o jornalismo. Peruzzo (2005) afirma que no Brasil a produção científica sobre os meios locais teria sido precedida pela comunicação alternativa, popular ou comunitária, sendo mais presente nos estudos a partir dos anos 80 (2005, p. 69). A autora diz que a programação local sempre esteve presente nos meios de comunicação, sejam eles jornais, impressos ou televisão. Neste último caso, sendo os noticiários os principais programas. Peruzzo (2005) ainda chama atenção para três aspectos que problematizam a mídia local-regional no século XXI. O primeiro são as relações global-local, local-

regional-nacional, local-comunitário e local-global, no que tange à noção de fronteiras. Para a pesquisadora no meio regional as fronteiras se tornam mais tênues, sendo difícil definir limites precisos entre o regional, local e comunitário. O segundo é relativo ao território, que passa a extrapolar a mera delimitação geográfica, considerando também dimensões culturais (língua, tradições, valores, religião, etc), identitárias, ideológicas, entre outras. O último aspecto se refere à globalização, mais precisamente sobre a relação global-local. A autora defende que o global não sufoca o local, sendo que "a realidade vai evidenciando que o local e o global fazem parte de um mesmo processo: condicionam-se e interferem um no outro, simultaneamente" (PERUZZO, 2005, p. 74).

O trabalho de Peruzzo (2005) é importante por ser um dos poucos que busca traçar um panorama, mesmo que limitado pela sua condição de artigo científico, da mídia e do jornalismo local no Brasil (ainda que no singular). No entanto, por vezes, há uma carência de confrontar as afirmações com a realidade empírica. A autora cita, por exemplo, que as emissoras comerciais têm cada vez mais se preocupado em expandir a cobertura para além das cidades sede, citando como exemplo o caso da Rede EPTV de Minas Gerais e São Paulo. Por outro lado, levantamentos iniciais realizados no âmbito desta tese, identificam que nem sempre o sistema de rede garante uma programação local. No caso da EPTV de Varginha, no sul de Minas, foi identificada a exibição de quadros produzidos em afiliadas de São Paulo. Numa via complementar, foram constatados que de cinco telejornais Praça 1 de afiliadas da Rede Globo em Minas Gerais, em quatro, a maioria das matérias exibidas é oriunda de acontecimentos da cidade-sede das emissoras (OLIVEIRA FILHO, 2018). Esse cenário, mesmo que traçado em rápidas aproximações, demonstra que ao mesmo tempo em que há poucos estudos conceituais sobre os jornalismo locais no Brasil, os que são feitos, muitas vezes se desenvolvem sem um diálogo efetivo com a realidade do jornalismo praticado pelas mídias locais. Nota-se que nos estudos estrangeiros geralmente ocorre um movimento diferente: existe à disposição uma grande variedade de estudos empíricos (TAIT, 2006; COSTERA MEIJER, 2010; ANDERSON, 2010; FIRMSTONE & COLEMAN, 2015) e tentativas de, através dos estudos de casos disponíveis, delimitar parâmetros conceituais típicos das mídias e dos jornalismo locais (FRANKLIN, 2006; NIELSEN, 2015).

Algo que une os estudos sobre os jornalismo locais é a concepção de um lugar comum, que cada vez mais tem superado a simples noção de abrangência geográfica para dialogar também com os aspectos culturais e simbólicos partilhados. No entanto, nessas pesquisas, a concepção de local como algo além da mera identificação com o lugar físico,

ainda se desenvolve de forma tímida. Pouco se discute a percepção sobre ser local. A prática jornalística nesses espaços, simbólicos ou físicos, geralmente é tomada pelas discussões realizadas pelo pressuposto de uma abrangência geográfica delimitada – mesmo quando há uma proposta de avançar para além dessa definição. Além disso, ponderamos a necessidade de tensionar o próprio uso do termo comunidade para se referir aos jornais locais. É nítido que tanto em estudos nacionais quanto internacionais há menção recorrente à articulação da noção de comunidade com os jornalismo locais. Porém, o sentido de comunitário se desenvolve de diferentes maneiras conforme a origem dos estudos.

1.3 A comunidade como característica do jornalismo local: tensões conceituais

O lugar/local como parte de um espaço sem conflitos e até mesmo idealizado faz parte de muitas concepções que permeiam os jornalismo locais. Uma delas é a do pesquisador estadunidense Steve Barkin (1987). Ao responder seu próprio questionamento sobre “o que há sobre as notícias locais que as tornam locais” descreve as noções de *comunidades* como “particularmente adequadas ao conteúdo dos noticiários televisivos” (1987, p. 79, tradução nossa). No desenvolvimento de sua perspectiva, Barkin cita, com base em autores da Sociologia, diversas perspectivas sobre a comunidade, como: 1) a comunidade como unidade geográfica; 2) oriunda de um público autossuficiente, em que os acontecimentos que acontecem nesse âmbito adquirem maior importância; 3) um lugar onde há constituição de inter-relações; 4) a comunidade como objeto de ligações pessoais próximas (BARKIN, 1987, p. 79-80).

As concepções de Barkin (1987) demonstram, num primeiro momento, um problema na própria concepção de comunidade: as perspectivas são coerentes se vistas de forma isolada, mas fazem problema diante de um esforço de aproximá-las conceitualmente. Ao fazermos um confronto entre a primeira caracterização “a comunidade como uma unidade geográfica” com a segunda, intitulada de “a comunidade como um público autossuficiente”, como garantir que os acontecimentos que ganham repercussão atinjam com maior profundidade apenas pessoas de determinada área geográfica? Como a cultura é inserida nesse contexto em que há a demarcação apenas de fatores geográficos? Qual a possibilidade de autossuficiência, especialmente em sociedades cada vez mais globalizadas e interdependentes?

Esse exemplo demonstra que recorrer à noção de comunidade para caracterizar os jornalismo locais se mostra por vezes problemática. Outros autores, como Morris Janowitz (1967), desenvolvem um pensamento semelhante ao de Barkin. Também com foco na realidade estadunidense, o sociólogo considera que os jornais locais contribuem para a integração das pessoas numa comunidade. Janowitz (1967) afirma que as características dos jornais comunitários se referem à divulgação das rotinas da comunidade, a pouca controvérsia e aos rituais sociais (1967, p. 130). No entanto, não há uma precisão conceitual das fronteiras que perpassam a noção de comunidade e do público que compõe o local.

Hess (2015) descreve que há um lado sombrio no termo comunidade. Ao analisar jornais locais australianos, a autora constatou que muitas vezes o termo comunitário era utilizado de forma a representar uma área particular, composta por um grupo minoritário que tinha mais espaço nos jornais. A percepção demonstrava então um lado excludente do comunitário, já que quem não fosse desse grupo poderia desenvolver o sentimento de não ser pertencente ao local. É também uma via para compreender que o comunitário também envolve disputas de poder, conflitos de ideais e hierarquizações.

Outros autores que assumem a heterogeneidade da comunidade, como Lauterer (2006) e Reader & Hatcher (2012), usam o termo em referência aos jornais que atendem a pequenas cidades ou regiões. Em estudos estrangeiros, aliás, o sentido de comunidade emerge de forma diferente em relação à carga conceitual que o termo tem adquirido nos estudos brasileiros. Se Nielsen (2015), Franklin (2006) e Barkin (1987) abordam a comunidade como um sentido de pessoas inseridas numa determinada região geográfica ou com raízes culturais comuns, sendo, a grosso modo, a população de uma cidade, por exemplo, nos estudos brasileiros a comunidade é descrita com frequência como oriunda da comunicação alternativa e popular, de um público que está na margem da sociedade (PERUZZO, 2005; PAIVA, 2006; DORNELLES, 2008).

Peruzzo (2005) realiza um levantamento sobre a percepção de comunidade e conclui que o termo geralmente é conduzido a construção de uma “prática social em que se desenvolvem aptidões associativas e solidárias (vontade de juntar-se a outros, de contribuir para superar os problemas dos segmentos sociais excluídos, de ampliar o exercício da cidadania, de fazer valer o interesse público etc.)” (PERUZZO, 2003, p. 6). Apesar de a autora assumir a dificuldade em se basear em delimitações territoriais diante da volatilidade dos laços identitários e culturais, a sua definição acerca do que é comunidade é homogeneizadora. O cerne de comunitário para Peruzzo (2003) é vinculado

ao sentido de oposição às diferenças, uma comunidade em que a diversidade dá lugar ao sentimento de unidade. Assim, emerge como um lugar idealizado em que os conflitos de ideais e as diferenças internas são apagadas. Dornelles (2008), por sua vez, diz que o jornalismo comunitário surge com o objetivo de publicar assuntos específicos das comunidades, movimentos coletivos e do interesse público – que não encontram espaço na mídia convencional. Nesta via, surge

como principal motivação o desenvolvimento comunitário como forma de ampliar o exercício dos direitos e deveres de cidadania; incluir conteúdos que dizem respeito às necessidades, problemáticas, artes, cultura e outros temas de interesse local [...] ao final, a estratégia principal é interagir com a comunidade local, enfocando temas específicos do lugar (DORNELLES, 2008, p. 29).

No intuito de diferenciar a mídia comunitária, a autora ainda propõe outros dois tipos de jornais impressos, os de interesse mercadológicos e os com foco na cidadania. O primeiro é descrito como aquele que tem o objetivo do lucro e que comercializa espaço publicitário. Propõe-se à “cobertura aos acontecimentos locais, com a abordagem de assuntos diretamente sintonizados com a realidade local; em geral, não tem espaço na grande mídia” (DORNELLES, 2008, p. 27). Já o segundo teria interesses diferenciados por contribuir com o caráter cidadão dos leitores e favorecer a participação popular, através da divulgação de notícias relacionadas às desigualdades e aos movimentos sociais, e “às vezes, desempenham papéis que extrapolam as funções tradicionais de um jornal, colocando-se como agente de cobrança e no papel de protagonista na solução de um problema social” (DORNELLES, 2008, p. 27). Apesar da autora posicionar o jornalismo e a mídia comunitária em um lugar diferente do jornalismo e da mídia local-comercial, não há uma fronteira clara se o jornalismo e a mídia com foco na cidadania inclui também o que ela chama de comunitário. Outro ponto é que apesar da ênfase no desenvolvimento da cidadania, a autora atribui ao jornalismo o papel de cobrança e protagonismo na solução dos problemas sociais – evidenciando, assim, um apagamento do próprio agir cidadão.

O que apontamos são lacunas que envolvem a noção de comunidade que recaem sobre a discussão teórica e sua associação com o próprio jornalismo local enquanto conceito. Considerando a existência de um jornalismo comunitário, como ele dialoga com a própria formação do campo profissional do jornalismo, se pensarmos em concepções clássicas sobre o campo (SCHUDSON, 2010; TRAQUINA, 2004)? Ao falar do

jornalismo comunitário, Paiva (2006) afirma que “o traço mais marcante deste jornalismo - reiteramos - é a sua estreita conexão com a realidade e interesses da coletividade específica, perdendo completamente campo à mera espetacularização da informação” (PAIVA, 2006, p. 69). No entanto, não há menção de como se constitui essa coletividade e de como o jornalismo enquanto prática profissional é incorporado. Identifica-se, de forma recorrente, uma concepção idealista desse tipo de jornalismo por se propor a não vinculação com qualquer tipo de espetacularização.

Numa mão complementar, alguns estudos brasileiros têm como característica criar um contraponto de comunidade com a própria noção de sociedade. A comunidade é geralmente abordada como parte segregada da sociedade, sendo que nos estudos estrangeiros esse limite adquire outro sentido, sendo muitas vezes comunidade e sociedade discutidas de formas semelhantes ou mesmo idênticas. Autoras como Peruzzo (2005) e Dornelles (2008) ainda consideram que tal percepção não é uma regra. Afirmam que muitas vezes jornais comerciais locais entendem que desenvolvem um jornalismo comunitário com base em temáticas específicas, como assuntos estreitamente ligados a bairros.

Apesar das mídias comunitárias não serem o foco desse trabalho, consideramos importante a compreensão, mesmo que breve, dos sentidos que o conceito tem adquirido, principalmente devido à reincidência das diferentes formas que vem sendo utilizado. Cabe ressaltar que em nenhum momento propomos a condenação do termo comunitário para caracterizar a mídia alternativa, até porque a legislação brasileira reconhece esse tipo de radiodifusão¹ (BRASIL, 1998) e há um campo de estudos consolidado envolvendo autores nacionais e internacionais que se esforçam para compreender as problemáticas que perpassam pela noção de comunidade (LAUTERER, 2006; PAIVA, 2006; DORNELLES, 2008). No entanto, a associação de comunidade com os jornalismo e as mídias locais nos parece ainda instável. O que buscamos demonstrar são abordagens que pouco se veem nas discussões sobre os jornalismo locais, principalmente quando se estabelece diálogo com o que alguns pesquisadores têm chamado de jornalismo

¹ A Lei 9612 de 1998 institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária. Segundo a lei, "denomina-se Serviço de Radiodifusão Comunitária a radiodifusão sonora, em frequência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço" (BRASIL, 1998, art. 1). A cobertura, segundo a lei, é restrita ao atendimento a determinada comunidade de um bairro e/ou vila, com "preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício do desenvolvimento geral da comunidade" (BRASIL, 1998, art. 4). São aptas a solicitar uma emissora comunitária entidades e associações comunitárias cujos dirigentes sejam brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos.

comunitário – e que não nos propomos a aprofundar devido à complexidade do tema e por não compor os objetivos dessa tese.

1.4 A perspectiva da geografia na mídia e no jornalismo local

Diante da dificuldade em definir as fronteiras simbólicas e geográficas que perpassam pelos jornalismo e pelas mídias locais, e de suas associações com o espaço e o lugar onde atuam, algumas autoras têm recorrido aos estudos da Geografia. Sônia Aguiar em *Territórios do Jornalismo* (2016) considera que o *jornalismo de interior*, o *jornalismo local* ou *jornalismo regional* se dedica “a maior proximidade geográfica em relação aos fatos que reportam, com os leitores que privilegiam e com as fontes às quais dão voz; e a forte identidade sociocultural e político econômica com os territórios em que circulam (ou alcançam)” (AGUIAR, 2016, p. 18). A pesquisadora chama a atenção para alguns termos utilizados nos estudos sobre os jornalismo locais e regionais, como *capital* e *interior*. Com base em Francisco de Assis (2013), demarca que o interior é muito mais do que apenas uma delimitação territorial, abrangendo também a necessidade do jornalismo considerar práticas específicas para além das regiões metropolitanas – apesar de que, como já citado, os valores “universais” do jornalismo são semelhantes aos estudos que se arriscam a traçar as características dos jornalismo locais.

Aguiar (2016) demonstra que muitas vezes ao se caracterizar o jornalismo e a mídia local, as pesquisas brasileiras não fundamentam os termos empregados. Numa busca realizada pela pesquisadora em 908 artigos, foram encontradas 34 diferentes expressões nos títulos ou resumos dos trabalhos, como imprensa regional urbana, jornalismo periférico, telejornal regional, jornalismo interiorano, entre outras (2016, p. 18). Com adesão à Geografia da Comunicação e utilizando-se do referencial de Souza (2010), Aguiar (2016) desenvolve uma proposta de tipologia de cinco escalas para situar os recortes de análise e as escolhas dos níveis de análise. São elas: 1) *Escala Local*, que pode ser classificada ainda nos níveis hiperlocal (rua, prédio público, quadra), microlocal (quarteirão, sub-bairro, comunidades rurais), mesolocal (município, cidade, centro urbano) ou macrolocal (metrópole, região metropolitana), de acordo com a abrangência de sua atuação; 2) *Escala Regional*, que possui os níveis microrregionais (aglomerado de pequenas cidades), mesorregionais (aglomerado de cidades em torno de uma cidade-polo), estaduais (unidade da federação) e macrorregionais (divisão político-administrativa); 3) *Escala Nacional*, que se refere ao nível do país/nação; 4) *Escala*

Internacional, relativa aos níveis de um continente ou uma região; 5) *Escala Global* se refere ao nível mundial (AGUIAR, 2016, p. 57).

Esse exercício de expor as escalas que permitem identificar os recortes espaciais dos veículos de comunicação é essencial para organizar os trabalhos que lidam com as especificidades territoriais da mídia. Observamos que o esforço de Aguiar (2016) também aponta para aspectos que devem ser observados com atenção, principalmente quando se propõe a saltar da percepção de mídias locais para jornalismo locais. As definições de escala de Aguiar (2016) se mostram eficientes quando vistas sob a luz dos discursos midiáticos de cobertura geográfica. Saber que uma emissora se propõe a uma cobertura de escala nacional, regional ou local é importante para reconhecer sua proposta de abrangência que, conseqüentemente, deve se refletir no jornalismo a ser praticado por seus programas informativos.

Por outro lado é problemático articular ao conceito de jornalismo local a noção de escalas. Isso porque há outras variáveis que devem ser consideradas além do discurso organizacional de cobertura, entre elas as condições de produção jornalística, os recursos tecnológicos disponíveis aos jornalistas e acessíveis às audiências, a própria relação do veículo com os públicos – e vice e versa. Assim, o fato de uma mídia ter abrangência e autorização legal para atuar numa determinada escala não garante que o jornalismo também corresponda a essa delimitação espacial. No intuito de argumentar sobre essa percepção, nos propomos a descrever dois casos.

O primeiro é que é comum diferentes autores afirmarem que as mídias, sejam elas impressa, radiofônica ou televisiva, nascem locais (PERUZZO, 2005; BOLAÑO, 2012). Porém, ao analisarmos os jornalismo das emissoras pioneiras de abrangência local e regional, seus primeiros programas se dedicavam a retransmitir as informações produzidas pelo jornalismo da mídia precursora – muitas vezes com conteúdo nacional e global e com pouco vínculo com o local. Foi assim, por exemplo, no caso dos locutores do rádio que liam as notícias dos jornais impressos (ORTRIWANO, 2003). Portanto, a mídia poderia nascer numa escala local, mas o jornalismo não necessariamente divulgava as notícias oriundas daquele local – já que os principais jornais impressos publicavam notícias de escalas variadas.

Um segundo caso se refere à dificuldade de limitar as mídias e os jornalismo locais apenas por uma noção de escalas, direcionada aos limites geográficos. Bob Franklin (2006), pesquisador inglês, diz que no novo milênio os jornais locais são locais apenas no nome e, no caso dos impressos, no máximo no cabeçalho da primeira página

em que a cidade onde é produzido é descrita. Franklin (2006) reconhece que há uma transformação na maneira como o jornalismo local se relaciona com seus leitores ao afirmar, no contexto britânico e usando como referência o *Birmingham Post*, que “uma comunidade de diásporas 'Brummie' pode ler seus colunistas favoritos de uma internet café em Bangkok, Birmânia ou Bélgica tão facilmente quanto costumava em Birmingham” (FRANKLIN, 2006 p. 11, tradução nossa). Essa percepção nos retorna ao questionamento sobre a própria natureza do ser local e da criação do lugar (TUAN, 1983; BOURDIN, 2001), cuja concepção de escalas geográficas parece não dar conta ao ser confrontada com as dinâmicas que perpassam pelos jornalisismos e pela sociedade contemporânea.

Outro problema emerge a partir da dificuldade de dialogar sobre práticas que variam conforme diferentes lugares, espaços e locais, se pensarmos na experiência entrelaçada com fatores culturais – como demonstram Tuan (1983) e Bourdin (2001). É problemático, por exemplo, afirmar que a concepção de local no Brasil é a mesma que a de outros países. Um caso interessante é visualizado através da comparação de Souza (2002) em relação aos países europeus:

É de referir que a realidade comunicacional regional e local europeia não pode ser aferida pelos mesmos padrões do que acontece, por exemplo, no Brasil, pois na Europa há países multilinguísticos e multiculturais, com fenómenos importantes de imigração, o que não ocorre no Brasil. Na Europa também não existem megalópoles da dimensão de São Paulo, onde quase o dobro da população de países como a Grécia ou Portugal se comprime numa área muito inferior, e encontram-se países que em território e população são o equivalente a menos de um bairro de São Paulo. Há, no entanto, duas ou três exceções, como as regiões metropolitanas de Paris e Londres, que concentram cerca de oito milhões de habitantes cada uma (SOUZA, 2002, p. 2).

Cabe ponderar que tais dinâmicas podem ser observadas no interior de um país, como é o caso do Brasil com sua multiplicidade de culturas, línguas – se pensarmos nas tribos indígenas – e sotaques. Portanto, nos calcando da constatação de Souza (2002), não podemos considerar que as escalas local, regional ou mesmo a nacional possuem os mesmos sentidos no jornalismo quando aplicadas em diferentes localidades, sejam elas geográficas ou culturais. Numa tentativa de considerar a geografia e tentar preencher as lacunas que dificultam a compreensão do local apenas como limite territorial, Souza (2002) cita que a comunicação local e regional tem uma importante função de produção simbólica comunitária, contribuindo assim para a formação do sentimento de pertença,

além de permitir ver o “outro de fora” como sendo diferente e o “outro daqui” como semelhante – uma construção teórica similar ao que Tuan (1983) atribui aos sentidos de “nós” e “eles”. Assim, a comunicação regional e local é também vista como um veículo que possibilita a resistência às pressões globalizadoras e desterritorializadoras, sendo também um meio de projeto do local no global (SOUZA, 2002).

O modelo *geo-social* (HESS & WALLER, 2017) é uma perspectiva semelhante que considera que os jornais locais têm forte vínculo com o território geográfico onde atuam, mas reconhecendo também um espaço social que desempenha um papel no fluxo, na mobilidade e nas redes de mídia e comunicação mais amplas. Essa percepção considera que as mídias e os jornalismo locais não atuam de forma a servir somente a audiência de uma determinada área geográfica (2017, p. 37). Utilizando do preceito de lugar de Tuan (1983) e os estudos de Buchanan (2009), as autoras citam a concepção de “senso de lugar”. Segundo a concepção, os meios de comunicação locais geram um senso de lugar entre os leitores, pois reúnem nas notícias veiculadas perspectivas históricas, regionais, nacionais e internacionais e, assim, colocam os leitores no contexto do mundo (BUCHANAN, 2009, p. 64). Nesse processo de colocar os leitores a par do que acontece nas diferentes escalas geográficas, também os fazem reconhecer o lugar onde vivem nesse mundo. Esse reconhecimento do senso de lugar não necessariamente envolve a presença física, visto que uma pessoa que mora distante de sua cidade natal (ou do lugar de interesse) pode continuar desenvolvendo o senso de lugar através do consumo, geralmente via ambiente digital, das notícias produzidas pelos jornais daquela cidade.

Hess & Waller (2017, p. 56) consideram que fatores sociais, emocionais e econômicos são alguns dos que fomentam a criação do senso de lugar. O modelo abre caminhos para compreender o porquê de pessoas que vivem em determinado lugar quererem saber de acontecimentos que ocorrem em outros lugares, mas também faz emergir um questionamento acerca do potencial do jornalismo em criar sentidos de lugares. Nos dias atuais, em que as redes sociais tem se tornado cada vez mais protagonistas na divulgação e no compartilhamento de informações (RECUERO, 2011), não haveria uma limitação da criação de senso de lugar pelos jornalismo locais? Outro questionamento é até onde a criação de senso de lugar é uma exclusividade dos jornais locais. Considerando que o sentimento de pátria é a demarcação de um lugar (TUAN, 1983), os jornais de escala nacional também podem contribuir para a criação de um senso de lugar.

Abordamos ainda nesta seção a dificuldade dos estudos que aliam a geografia ao jornalismo em lidar com os fluxos noticiosos oriundos do que alguns autores têm

chamado de *glocalismo* (GARCIA, 2002). Com o advento da mídia digital e das transformações sociais, principalmente as que se referem ao desenvolvimento das telecomunicações e do transporte, as dimensões global e a local passam a dialogar, sendo cada vez mais delicado especular qual acontecimento é local e qual é global ou o que do local pode se tornar global e vice e versa - considerando o espaço sócio geográfico onde se visualiza e/ou produz a notícia. Se, por um lado, as informações local e regional têm maior facilidade em se converterem numa informação global devido à facilidade da difusão, seja através da televisão tradicional ou da internet, há também um maior interesse do cidadão, diante da grande quantidade (e facilidade) em que as ditas notícias globais alcançam, em saber o que acontece ao seu redor. “Os cidadãos provavelmente partilharão as possibilidades de uma maior comunicação planetária com as relações do seu meio social mais imediato, e, nesta sequência, a informação de proximidade ocupa um lugar central” (GARCIA, 2002, p. 200).

A perspectiva do *glocal*, portanto, contribui para questionar a eficácia dos estudos da comunicação que recorrem à geografia de forma restrita aos limites territoriais. Se pensarmos nas notícias locais, regionais, nacionais e globais como fluxo (HESS & WALLER, 2017), os limites que as separam se tornam cada vez mais tênues e difíceis de serem identificados. Em nenhum momento apontamos que o problema esteja na Geografia em si, um campo de estudos abrangente e que possibilita abordagens para além dos limites territoriais, considerando também aspectos culturais, sociais, econômicos e políticos. O que chamamos atenção é pela forma como se dá a relação com o campo da Comunicação e a necessidade de identificar como tais enlaces preenchem determinadas lacunas e abrem caminhos para novas problematizações.

1.5 Ecossistema da Mídia Local e os atores sociais

Um ponto que tem nos chamado a atenção ao longo da pesquisa é a incoerência acerca de como alguns estudos tem abordado os jornalismo, as mídias e os programas locais. Nota-se, que por vezes a discussão é realizada sem que haja uma clareza acerca do que se fala. Peruzzo (2005, p. 69), por exemplo, diz que “mídia local denota uma comunicação baseada em informação de proximidade”, sendo que na prática, “ela é perpassada por distorções motivadas pela forma com que as relações de produção das notícias e de outros conteúdos midiáticos se processam, mas de uma maneira geral cumpre uma importante função social”. A mídia é colocada num lugar exclusivo de

produção de conteúdo, seja informativo, ou que a autora denomina como “outros conteúdos midiáticos”, em que a “informação de proximidade” ocupa um papel central. No entanto, não considera outros aspectos que compõem a mídia como suporte organizacional e que hoje estão no centro do debate sobre o futuro das mídias locais, entre eles, destacamos conforme a percepção de Charaudeau (2006), as dimensões econômicas, tecnológicas e simbólicas.

Autores nacionais e estrangeiros (FRANKLIN, 2006; BOLAÑO, 2012; NIELSEN, 2015) tem se dedicado a discutir o impacto dessas dimensões na mídia local. A dimensão tecnológica tem um papel importante a partir do momento em que a redução das tiragens dos jornais impressos e a queda na audiência dos programas de TV são vistas como consequência da popularização do acesso ao ambiente digital, o que demonstra a necessidade de rever os modelos de negócios que foram adotados pelas agências de notícias locais e regionais no século passado (HESS & WALLER, 2017).

A atenção às mídias também se refere a qual tipo os trabalhos se debruçam. Nem sempre essa caracterização é clara e a necessidade do delineamento é importante para se pensar no reflexo da própria mídia no jornalismo, já que as práticas profissionais, a emissão e as estratégias de proximidade variam conforme as características midiáticas. Se pensarmos a performance (LEAL, 2006) dos sujeitos de fala, por exemplo, ela está mais presente nas mídias sonoras e visuais, como o rádio e a televisão. Como será discutida em capítulo posterior, essa característica constitutiva da mídia reflete nas estratégias de proximidade desenvolvidas tanto pela mídia quanto pelo jornalismo ou mesmo pelo programa em si, se pensarmos as noções de gênero e formatos televisivos (GUTMANN, 2012; SOUZA, 2015). No entanto, é preciso reconhecer que alguns autores têm se preocupado em delinear seus objetos, como Beatriz Dornelles (2008), no caso dos jornais impressos locais, e Leandro Olegário (2015), que numa tentativa de compreender o jornalismo praticado pelo Jornal da TVE 2ª Edição, explicita a necessidade de compreender como a própria mídia reflete no jornalismo da emissora TVE – dialogando, inclusive, com a construção do programa jornalístico.

Há ainda a afirmação de que “mídia local existe desde que surgiram os meios de comunicação de massa” (PERRUZO, 2005, p. 69), numa relação de que a TV e o rádio nascem locais por estarem limitados a uma abrangência geográfica – devido à limitação do alcance do sinal. Afirmações do tipo, que se repetem em outros estudos sobre o tema, demonstram uma visada referenciada somente nos limites geográficos, excluindo fatores sociais, culturais e simbólicos. Por outro lado, demonstram também a cautela em afirmar

que o jornalismo praticado por uma emissora dita local de fato é local. Conforme já citado, a presença de conteúdos produzidos por outras emissoras que compõem uma rede, por exemplo, pode comprometer o caráter local do jornalismo de uma estação de TV ou rádio. O mesmo ocorre com jornais impressos locais que se dedicam a reproduzir notícias presentes nas mídias de escala nacional.

Outra preocupação se refere à necessidade de não olhar para os jornais locais como um lugar de práticas, premissas e concepções homogêneas. O jornalismo praticado por uma emissora local não necessariamente é local, como já afirmamos, como também pode variar entre diferentes programas. Pensemos em dois telejornais autodeclarados como locais, o RJ1 e o RJ2 da TV Globo Rio de Janeiro. Apesar de ambos afirmarem que praticam um jornalismo local, há diferença no que cada uma das edições considera como sendo o “seu” jornalismo local. Enquanto o RJ1 diz que “sua principal marca é prestação de serviços e a proximidade com as diferentes comunidades da região metropolitana do Rio de Janeiro” (GLOBOc, 2018, n.p), o RJ2 afirma ter “um perfil mais voltado para o *hard news*” (GLOBO, 2018, n.p). Assim, cada programa, como uma unidade na programação da emissora, molda o seu jornalismo – apesar de que reconhecemos, utilizando-se da noção de fluxo de Raymond Williams (2016), que o programa não deve ser visto de forma isolada numa grade de programação.

Portanto, falar do jornalismo local, no singular, implica considerar sua produção em programas e em formatos específicos, além de observar as características que envolvem e se relacionam com a mídia em que é desenvolvido. Alguns estudos que se dedicam a cobertura de eventos específicos (PEREIRA & PIETA, 2016; GRUPILLO, 2016) frequentemente discutem práticas jornalísticas da mídia local, como enquadramentos e sentidos, sem considerar o próprio impacto que a mídia por si só ocasiona no jornalismo e nos programas.

Uma perspectiva que busca considerar essa articulação é a de Ecosistema da Mídia Local (NIELSEN, 2015; ANDERSON, COLEMAN & THUMIN, 2015), que afirma que as notícias locais podem ser observadas como circulando em ecossistemas que são associados a uma geografia local, a uma população de atores (incluindo a mídia) e a interação dos atores em sua relação mais ampla com o próprio ecossistema. Segundo Nielsen (2015) a concepção auxilia “jornalistas e pesquisadores a ver a estrutura de mídia, a produção jornalística e a circulação de informações sobre assuntos públicos como algo que ocorre em um contexto específico e situado” (NIELSEN, 2015, p. 27, tradução nossa).

Nielsen (2015) explica que delimitar um Ecossistema da Mídia Local não é uma tarefa simples. Alguns parâmetros a serem considerados são os limites administrativos (por exemplo, a municipalidade definida em lei), os limites econômicos (a abrangência do marketing da mídia definida pela organização e pela própria publicidade) ou pelos, não demarcados de forma clara, limites sociais das diferentes comunidades (um bairro, uma cidade, uma parte da cidade, etc.). O autor destaca que as definições nem sempre se coincidem, mas podem ser tomadas como pontos de partida para análise. Também descreve que os ecossistemas não são autossuficientes: são influenciados por processos econômicos regionais, políticas nacionais e geralmente dependentes de infraestrutura tecnológica transnacional. Portanto, são conformados por fatores internos e externos, sendo os limites pouco precisos e internamente não homogêneos.

Ver a notícia local como parte de ecossistemas de mídia local é útil para direcionar nossa atenção para questões sobre similaridades e diferenças em como esses ecossistemas são estruturados, quais tipos de notícias são produzidas e disponibilizadas para quem, e como diferentes tipos de notícias circulam dentro dos ecossistemas (NIELSEN, 2015, p. 28, tradução nossa).

É viável pensar a perspectiva também em estudos comparativos que envolvem os jornalismo locais. A comparação de coberturas entre diferentes jornais de distintas localidades demanda o olhar para além do produto jornalístico, sendo necessária a compreensão do ecossistema em que a mídia faz parte.

Uma aplicação dessa abordagem em estudos que envolvem o jornalismo local é descrita na pesquisa de Anderson, Coleman & Thumim (2015), que realiza um levantamento comparativo entre dois ecossistemas da mídia local, em Leeds no Reino Unido e na Philadelphia, nos Estados Unidos, com o intuito de compreender a produção e circulação de notícias nas cidades contemporâneas. Através de duas equipes de pesquisa, cada uma focada no ecossistema de uma das cidades, descrevem o que encontraram relatando distanciamentos e aproximações – e reconhecendo particularidades do jornalismo de cada um dos ecossistemas. Um exemplo é que no caso de Leeds, a produção e a difusão de notícias dependem de ações pessoais, principalmente dos cidadãos que de certa forma estão envolvidos em algum tipo de ativismo. As duas equipes concordaram que em ambas as cidades

há um forte interesse da mídia em capturar de alguma forma a autenticidade percebida das vozes locais; de inflexionar a formalidade das notícias com o sotaque de "pessoas reais" e, ao mesmo tempo, submeter essas vozes reais a um desafio de supervisão jornalística (ANDERSON, COLEMAN & THUMIM, 2015, p. 90, tradução nossa).

Os resultados demonstraram para os autores a necessidade de repensar a própria categoria de audiência nos jornalismo locais desses ecossistemas – já que, no caso da *Philadelphia*, organizações jornalísticas tem cada vez mais incorporado o “cidadão produtor de conteúdo” simplesmente por “providenciar às organizações fontes originais de informação que carrega o ‘cheiro de autenticidade’ no relato das notícias” (ANDERSON, COLEMAN & THUMIM, 2015, p. 90, tradução nossa). Assim, os pesquisadores concluem que os estudos que se dedicam a *small data*, numa clara contraposição a grande atenção dada a *big data* pela academia, podem trazer contribuições importantes para os estudos do jornalismo, sendo que os que lidam com o ecossistema da mídia local podem fornecer informações relevantes acerca do que é notícia num ecossistema, quais são suas variáveis, como as notícias circulam e deixam de circular e como as respostas que perpassam por essas perguntas muitas vezes podem estar ligadas a uma concepção de fluxo na cultura digital contemporânea (2015, p. 89).

A compreensão de Ecossistema da Mídia Local é útil para refletir sobre os limites (interacionais) que permeiam determinado jornalismo, mídia e, no caso da televisão, programas locais e regionais – sem desconsiderar os atores externos que de certo modo também agem sobre essas esferas e que tornam os estudos sobre tais temas mais complexos. É um caminho possível a ser considerado, diante de alguns problemas identificados nos estudos sobre os jornalismo e as mídias locais, mesmo que apresente algumas lacunas relativas à ausência de uma clara delimitação dos métodos utilizados para identificar tais ecossistemas. A própria configuração das mídias nos países reflete no tipo de jornalismo produzido pelos jornais. “Nos Estados Unidos, na Europa e na Austrália a maior parte dos jornais locais é comercial. Na China e no Vietnã o estado controla a produção midiática. Nos países do Sul do Pacífico igrejas são as maiores detentoras das mídias” (HESS & WALLER, 2017, p. 05, tradução nossa). Portanto, compreender as similaridades e diferenças entre os ecossistemas de mídia do mundo é importante “especificamente para observar como distintos contextos físicos e sociais dão diferentes sabores às notícias locais” (HESS & WALLER, 2017, p. 05, tradução nossa).

A perspectiva, no entanto, também apresenta limites, principalmente, se pensarmos na sua aplicação metodológica. Identificar um ecossistema em sua completude

se torna utópico a partir do momento que seus atores são múltiplos, variáveis e em constante ação. As leis mudam, as mídias passam por transformações, o público é heterogêneo e os profissionais, programas jornalísticos e políticas editoriais são reajustados sem avisos. Portanto, é dedutível que as interações dos atores num determinado ecossistema não são estáticas, impossibilitando uma análise com alto grau de precisão – o que inviabilizaria ainda mais estudos comparativos, que exigem trabalho redobrado de diferentes realidades midiáticas. Um possível caminho para tornar viável a observação dos ecossistemas é analisá-los através de atores específicos como, por exemplo, a influência da configuração midiática nos jornalismo de escalas local e regional. Apesar de não nos atrelarmos nessa pesquisa à perspectiva do Ecossistema da Mídia Local, principalmente devido à dificuldade de relacioná-la aos objetos de estudo dessa tese, consideramos-a importante para pensarmos em possíveis caminhos que podem ser úteis para compreender o jornalismo local praticado por emissoras mineiras durante a etapa de análise, como a configuração do sistema da mídia televisiva.

A discussão realizada no capítulo demonstra as fragilidades em que a discussão sobre os jornalismo locais tem se firmado. A primeira se deve à própria deficiência de características exclusivas desses jornalismo e num segundo momento à dificuldade de conjugar o jornalismo com a discussão sobre local, comunidade e lugar. Isso se deve a própria origem, também instável, da discussão sobre local. Conforme cita Bourdin (2001), são múltiplas e contingentes, perpassando por aspectos geográficos, espaço-temporais, sociais, simbólicos e culturais. No entanto, assim como defendem estudiosos do Ecossistema da Mídia Local, também se constituem nas interações dos atores que compõem o espaço. Sobre as definições de localidade, Bourdin relata que as configurações locais são “construídas por atores que as constituem em ‘contexto de ações’” (2001, p. 13). Portanto, para pensar a proximidade, o filósofo prevê a necessidade de identificar dados sociológicos, econômicos e políticos que configuram o local, pois servem de medição e até mesmo lugar de articulação da ação. Neste aspecto, retomamos, mais uma vez, a caracterização de lugar de Tuan (1983), em que os hábitos adquirem função importante na composição e identificação dos espaços onde são articuladas as ações. Talvez seja esse o cerne, não muitas vezes explicitado e problematizado, que leva estudos sobre os jornalismo locais a recorrerem a noções relativas à valorização de tradições, de engajamento político, da concepção de comunidade como público homogêneo ou mesmo de cidadania. Percepções que ao serem confrontadas com as práticas jornalísticas situadas num contexto local ou regional acabam por não se

sustentarem por ignorarem os diferentes atores, ações e interações envolvidos nos jornalismo e nas mídias.

CAPÍTULO 2 – INFERÊNCIAS NA HISTÓRIA: POR UMA PERSPECTIVA DAS MÍDIAS LOCAIS E REGIONAIS

Ao identificarmos os cuidados ao lidar com o local e o regional em suas diferentes dimensões comunicativas, seja numa emissora, num programa, nos conteúdos, nas mídias ou nos jornalismo, também chamamos a atenção para a complexidade que envolve a discussão de cada um desses elementos. Assim, falar da “mídia local” ou “mídia regional”, por exemplo, no singular, é incoerente: não podemos falar do jornalismo local e regional desenvolvido por uma rádio de uma cidade de interior da mesma forma que de uma televisão ou de um jornal impresso. Uma reflexão sobre o percurso histórico e as características de cada mídia fornece pistas importantes na defesa desse argumento.

Em resumo, os *jornais impressos* têm sua origem no Brasil com a chegada da coroa portuguesa ao país no início do século XIX. O primeiro jornal a ser impresso foi *A Gazeta* do Rio de Janeiro, quatro meses após o início da operação da Impressão Régia². As notícias geralmente eram relativas à Europa, que passava pela expansão do império napoleônico, e da própria cidade do Rio de Janeiro (BARBOSA, 2013). O período entre o decreto da liberdade de imprensa (1820), a independência do Brasil (1822) e o fim do império (1889) foi marcado pelo surgimento de centenas de jornais e, principalmente, a sua expansão para outras regiões do país. Inicialmente nas vilas mais importantes e depois pelo interior, cada vez era menos frequente as notícias oriundas da Europa, atentando-se para as notícias de cada localidade. De 1821 a 1830 começam a ser editados jornais em Pernambuco, Maranhão, Pará, Minas Gerais, Ceará, Paraíba, São Paulo, Rio Grande do Sul e Goiás (BARBOSA, 2013, p. 69). Já a primeira metade do século XX, segundo Barbosa (2013), é marcada pelo desenvolvimento dos jornais de grandes tiragens nos principais centros do país – impulsionados pela impressão via linotipia. Os impressos se apoiaram nas notícias populares, como policiais e políticas, no apoio de publicidades e no discurso pautado pela independência. Os jornais de maiores tiragens, como *Jornal do Brasil*, *Correio da Manhã*, *Gazeta de Notícias*, *O Paiz* e *Jornal do Commercio*, foram registrados no Rio de Janeiro e posteriormente em São Paulo (BARBOSA, 2013, p. 199).

² O então imperador D. João VI oficializou a Impressão Régia, primeira gráfica brasileira, em 13 de maio de 1808. O principal objetivo era de "publicar papéis oficiais do governo e 'todas e quaisquer outras obras'" (BARBOSA, 2013, p.38). As impressões eram extremamente localizadas à cidade do Rio de Janeiro, sede da coroa e da própria Imprensa Régia, e tinham um viés tendenciosamente politizado (ver ABREU, 2004).

O percurso histórico desenvolvido por Barbosa (2013) no caso dos impressos permite duas observações. A primeira é um problema que também está presente em estudos que buscam traçar uma história das mídias no Brasil. Geralmente eles se ancoram nos jornais referenciais e nos centros econômicos à época. Apesar de Barbosa (2013) atribuir a tecnologia da impressão inicialmente à região fluminense, Ramos (2009), por exemplo, cita que outras províncias do Brasil império chegaram a desenvolver grandes habilidades na impressão de figuras, antes mesmo da popularização da litografia. As xilogravuras, que utilizam a madeira com relevos para registrar a impressão no papel/suporte, por exemplo, eram utilizadas pelos periódicos voltados para caricaturas, geralmente de cunho político, como *O Maribondo* e *O Carcundão*, ambos de Pernambuco em 1822 e 1931, respectivamente. É uma passagem que não se vê no percurso histórico elaborado por Barbosa (2013).

Um segundo ponto de reflexão é que muitas vezes a história é tecida de forma harmoniosa, sem que haja espaço para as disputas e conflitos na própria hierarquização dos atores e nas abordagens que compõem a história e o jornalismo impresso contemporâneo. Neste aspecto, identifica-se a própria tensão entre o local, o regional e o nacional na mídia impressa. Em levantamento recente, Aguiar (2016) frisa que conforme pesquisa realizada pelo Instituto Verificador de Comunicação (IVC) envolvendo 128 publicações de norte a sul do Brasil, apenas os jornais “*Valor Econômico e o Lance!* foram considerados ‘nacionais’, por distribuírem mais de 60% de sua tiragem em outros estados além daquele em que mantêm suas sedes (no caso, SP e RJ)” (AGUIAR, 2016, p. 21). Mesmo assim, não há uma distribuição que contemple todo o território nacional. Portanto, jornais “tidos como ‘grande imprensa’ do país, em função de seu ‘prestígio nacional’, ainda concentram a sua circulação em seus respectivos estados e áreas fronteiriças: *O Globo* (RJ), *Folha de S. Paulo* e o *Estado de S. Paulo*” (2016, p. 21). Esse panorama demonstra que é problemático falar em jornais impressos nacionais, mesmo que esses se proponham a fazer uma cobertura jornalística de escala nacional.

Numa outra abordagem, muitos jornais impressos ditos de “referência” têm criado jornais e/ou editoriais com foco local (DORNELLES, 2012). Algumas empresas investiram em jornais populares, com preços simbólicos de até um real, que aproveitam o conteúdo produzido pelos jornais “carro-chefe” para fomentar tais impressos. Assim

surgem alguns líderes de tiragem³ no Brasil, que tentam se firmar com o foco local/regional.

Dos dez jornais mais vendidos no país em 2015 (ANJ, 2015), cinco deles (*Super Notícia*, *Daqui*, *Diário Gaúcho*, *Extra* e *Meia Hora*) são jornais com foco na cidade/estado onde estão inseridos – impressos caracterizados como populares e que fazem parte de empresas detentoras de outros periódicos. O *Daqui* de Goiânia faz parte do Grupo Jaime Câmara, que também possui a concessão para operação da TV Anhanguera, afiliada da Rede Globo em Goiânia; o *Super Notícia* de Minas Gerais pertence ao Grupo SADA, que entre outros impressos, é dono de *O Tempo*; o carioca *Extra* pertence ao Grupo Globo, dona da TV Globo e de diversos impressos, como o diário *O Globo*; *Meia Hora de Notícias*, também do Rio de Janeiro, pertence ao grupo O Dia, que também imprime o jornal *O Dia*; o *Diário Gaúcho* pertence ao conglomerado da RBS, dono de afiliadas da TV Globo no sul do Brasil e do jornal *Zero Hora*.

Neste aspecto, questiona-se como um jornal popular que surge a partir do conteúdo de outro jornal, de escala mais abrangente, consegue de fato se constituir como um veículo local. Esses impressos podem ser vistos mais como uma solução comercial diante da queda das tiragens dos grandes jornais que se acentuaram no início dos anos 2000 do que um veículo de fato comprometido com a localidade onde estão inseridos. Por outro lado, alguns pesquisadores têm demonstrado que ao adotarem linguagem e pautas mais populares, figuram nas suas páginas o lugar social de uma população que nem sempre é inserida nos jornais mais caros. Assim, “seu lugar não é o das celebridades, é o da desgraça ocorrida com elas. O espaço que lhes pertence é o da exclusão. O destaque dado à catástrofe e à violência faz com que os leitores relacionem esses temas diretamente a seu cotidiano” (FIALHO & MIRANDA, 2010, p. 153).

Cabe ainda um paralelo inevitável com a revolução dos *penny papers*, ou jornais de um centavo os quais Schudson (2010) faz referência no contexto estadunidense. Surgindo em meados do século XIX, a imprensa popular se caracterizava por não falar exclusivamente da elite, mas também da nova classe média urbana ligada ao comércio, transporte e indústria. Os assuntos sociais e a publicidade maciça marcaram tais

³ Segundo a Associação Nacional de Jornais (2015), os dez jornais com maiores tiragens do Brasil com base na média de circulação impressa são: *Super Notícia* (MG – 240.297 cópias), *O Globo* (RJ – 193.079 cópias), *Folha de São Paulo* (SP – 157.761 cópias), *Daqui* (GO – 153.049 cópias), *Zero Hora* (RS – 152.573 cópias), *Diário Gaúcho* (RS – 148.547 cópias), *Extra* (RJ – 136.831 cópias), *Gazeta do Povo* (RS – 102.335 cópias) e *Meia Hora* (RJ – 96.138 cópias).

publicações que se declaravam independente politicamente. Neste contexto, curiosamente surgia também uma valorização da cobertura de escala local:

Pela primeira vez, os jornais norte-americanos transformaram em uma prática regular a publicação de notícias políticas, não apenas internacionais, mas domésticas, e não somente nacionais, mas locais; pela primeira vez, eles divulgaram relatos policiais, dos tribunais, das ruas e da vida privada. Poder-se-ia dizer que, pela primeira vez, o jornal considerava não apenas o comércio ou a política, mas a vida social (SCHUDSON, 2010, p. 21).

Claro que os *penny papers* representam a demanda de uma sociedade pós-revolução industrial nos Estados Unidos e por isso qualquer comparação com o cenário brasileiro atual pode ser anacrônica. No entanto, é interessante notar semelhanças com a fórmula que compõe a soma do binômio dos jornais populares brasileiros do século XXI: o baixo custo e os assuntos da vida social.

No caso do *rádio*, é comum os estudos se referirem como sendo uma mídia que nasce local (BOLAÑO, 2012), geralmente com referência à limitação da área de transmissão do sinal das emissoras. No entanto, ao se falar do conteúdo, essa perspectiva não pode ser tomada como uma verdade tácita. No início de sua operação oficial no país, na década de 20 com a criação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro em 1923, o rádio se pautava pelas notícias que eram publicadas nos impressos. Os assuntos eram diversos, perpassando por temáticas estrangeiras e acontecimentos do cotidiano dos cariocas (ORTRIWANO, 2003).

O sistema de rádio como é configurado hoje, com a maior parte das emissoras sendo independentes, algumas organizadas em rede e poucas *all news*⁴, começa a tomar forma principalmente a partir da década de 40. Um símbolo desse período é o surgimento do radiojornal *Repórter Esso* (1941), que marca o estabelecimento de um sistema de rede de produção e transmissão de notícias (ORTRIWANO, 2003, p. 73). O noticiário começou na Rádio Nacional do Rio de Janeiro e na Rádio Record de São Paulo. No mesmo ano chegou às rádios Inconfidência (Belo Horizonte), Farroupilha (Porto Alegre)

⁴ As rádios *all news* surgem na década de 90, restritas a grandes centros, sendo que só chegam no interior através de retransmissores e/ou afiliadas. Em 2018, em seu site, a CBN (Central Brasileira de Notícias) dizia possuir quatro emissoras próprias (Belo Horizonte, Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo) e 30 afiliadas espalhadas pelas quatro regiões brasileiras. No caso das afiliadas, a produção de conteúdo local e regional é pequena se comparada ao restante da programação. Na CBN Tocantins, por exemplo, há três programas dedicados à informação da região, CBN Tocantins, CBN Tocantins Esportes e Debate CBN. O restante da programação consiste na retransmissão de programas produzidos na região sudeste, como o CBN Brasil, CBN Total e o Jornal da CBN.

e Clube Pernambuco (Recife). No nordeste do país o *Repórter Esso* também tinha bons índices de audiência. Segundo pesquisa do Ibope realizada em 1948 (apud CALABRE, 2005, p. 35), o radiojornal era líder de audiência em Recife, João Pessoa e Campina Grande, com, respectivamente, 38%, 54% e 57% da preferência dos ouvintes. O informativo finalizou suas operações no Brasil em 31 de dezembro de 1968, no entanto, seu modelo de jornalismo persiste até hoje na prática radiofônica e até mesmo na televisiva, desde o perfil noticioso, com a presença do *lide*, da objetividade e de uma linguagem mais coloquial, perpassando por princípios que compõem políticos editoriais, como a agilidade na transmissão da notícia e o furo jornalístico.

Também na década de 60, enquanto a TV começou um movimento de nacionalização, por meio da formação de redes, o rádio encontrou na abrangência local sua forma de sobrevivência – principalmente diante da competição com a televisão e da queda das receitas publicitárias. “Em 1959, o *serviço de utilidade pública - ou prestação de serviços* - foi introduzido pelo jornalista Reinado Jardim na Rádio Jornal do Brasil AM, do Rio de Janeiro, com o objetivo de restabelecer o diálogo com os ouvintes” (ORTRIWANO, 2003, p. 79). Inicialmente o serviço era uma espécie de “achados e perdidos” e com os anos passou a ganhar até setores exclusivos nas emissoras. Com a melhoria nas telecomunicações na década de 60, incluindo as tecnologias de linhas telefônicas e micro-ondas pela Embratel, era possível, por exemplo, fazer o vivo. Assim, surgiam as cadeias de rádio cuja programação era um misto de música e jornalismo. Um exemplo é a Rádio Panamericana de São Paulo, que depois viria a se tornar a Jovem Pan (ZUCOLOTO, 2004, p. 37).

Em Minas Gerais a Rádio Itatiaia foi pioneira ao contratar um canal de satélite para transmitir e expandir sua programação através da criação da Rede Itasat (PRATA, 2008, p. 31). Fundada em 1952 e com sede em Belo Horizonte, a Itasat foi constituída em 1996. Em 2016 a emissora possuía 50 estações afiliadas que captavam a programação da Itatiaia AM/FM via satélite e retransmitiam para a sua região. Em seu site, a emissora afirma atingir quase 800 municípios de Minas Gerais: quase 90% do Estado. As emissoras retransmitem as duas edições do jornal da Itatiaia além do Esportivo *Jornadas Esportivas*. Caso tenham interesse, também podem retransmitir os demais conteúdos da rádio (ITATIAIA, 2016).

O caso do rádio demonstra o motivo de enfatizarmos a necessidade de falar mídias locais ou regionais, no plural. O sistema de rede do rádio, através da tecnologia satélite, é diferente do que acontece com a mídia televisiva. Apesar das emissoras radiofônicas

locais serem obrigadas a veicularem alguns programas, elas têm a liberdade/independência para compor o restante da programação de acordo com as demandas locais e regionais. Algo que no caso das grandes redes de televisão não acontece em nível local/regional – um aspecto que será discutido com maior profundidade na seção seguinte. Assim, as rádios têm maior liberdade para criarem formatos e conduzirem a grade de programação de acordo com as demandas de fato locais.

Outro aspecto que demonstra a importância de considerar as especificidades de cada mídia é o relativo à tecnologia. Nos últimos anos, o Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) está incentivando a migração das emissoras AM para FM⁵ com o intuito de desativar a banda AM para rádios. Segundo o MCTIC, das 1781 rádios AM existentes no Brasil em 2017, quase 1500 já solicitaram a migração de modulação. A previsão inicial é de que 960 veículos passem a ocupar a faixa de 88 a 108 MHz. Os demais deverão aguardar o desligamento da TV analógica no país, quando serão liberados espaços para as emissoras restantes na frequência modulada (MCTIC, 2017, n.p).

Ainda é cedo para prever as consequências dessa migração para o radiojornalismo local e regional, no entanto, é possível observar alguns contrapontos. De um lado, autores como Prata (2008) e Ortriwano (2003) defendem que a banda FM pode beneficiar a produção informativa. “Uma tendência da audiência do rádio no Brasil é a queda pela preferência do AM. As emissoras FM a cada dia têm abocanhado faixas importantes do público que antes era cativo do AM” (PRATA, 2008, p. 28). Essa queda se justifica, principalmente, segundo a autora, pela pior qualidade do áudio e pelo fato de algumas emissoras FM fazerem uma programação similar à da AM, porém, com qualidade de som melhor. No caso da AM, que possui ondas de longo alcance, Ortriwano diz que a “programação local transmitida para outras cidades deixa de ter sentido. Com emissoras FM, de alcance local e boa qualidade sonora, é possível atingir o público-alvo com muito mais eficiência e até desdobrar a transmissão, dependendo do momento” (2003, p. 87). Assim, até mesmo as emissoras que fazem parte de uma rede têm possibilidade de priorizar os acontecimentos locais, já que “se uma cidade tem problemas locais, a

⁵ FM se refere a abreviação de Frequência Modulada, uma forma de transmissão de ondas curtas que teve sua popularização na década de 70 e permanece até os dias atuais. A FM foi importante para firmar o caráter local do rádio, já que seu alcance é menor do que a da amplitude modulada (AM), com o contraponto de oferecer melhor qualidade sonora (ORTRIWANO, 2003, p. 77).

programação da rede pode permanecer inalterada e a emissora FM investir na prestação de serviços enquanto se fizer necessário” (ORTRIWANO, 2003, p. 87).

Por outro lado, há entidades e profissionais que defendem a permanência das emissoras que fazem uso da Amplitude Modulada. Em artigo publicado no site da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), Pacheco (2014), integrante da Rádio Mais AM de São José dos Pinhais, Paraná, cita a importância das rádios AM em um país de grande extensão territorial, como o Brasil. Para ela, essas rádios tem uma importância de integração, já que os programas podem ser "ouvidos por milhões de ouvintes nos grandes centros, nos centros distantes e em locais de difícil acesso, afinal as ondas AM têm um bom raio de alcance, chegando a lugares em que a transmissão de TV e a do rádio FM por exemplo, não chegam" (PACHECO, 2014, n.p).

O relato demonstra o diferencial das rádios AM não somente pela possibilidade de integração geográfica, mas também do próprio rádio como mídia informativa. Através de consulta no site da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), foram identificadas 1779 emissoras FM instaladas no Brasil considerando os 26 estados e o Distrito Federal. No Acre, por exemplo, existem 10 rádios FM registradas em nove diferentes cidades. No mesmo estado, são apenas quatro emissoras de televisão e todas registradas apenas na capital Rio Branco. Já no caso do Amazonas, são 19 rádios FM em 11 cidades distintas, sendo que as seis emissoras de TV do estado estão concentradas apenas em Manaus. Se considerarmos a rádio AM, a penetração do sinal no interior é ainda maior – demonstrando a importância do veículo, seja AM ou FM, para a informação local e regional.

A reflexão corrobora, portanto, a percepção de que não é possível falar de um jornalismo local ou regional universal, cujas dinâmicas sejam iguais nas diferentes mídias. Cada mídia possui aspectos singulares que tornam os processos de produção noticiosa local e regional distintos – passando, inclusive, pelo modelo de gestão (público, privado ou estatal). Mesmo diante de práticas que possibilitam a convergência midiática, o rádio, a TV, o impresso e a internet mantêm de certa forma características próprias na forma de produção e veiculação das notícias. Assim, é preciso observar quais são as particularidades de cada mídia num determinado contexto sociocultural. Um contraponto que ilustra uma particularidade dos jornais impressos no Brasil é que ao contrário de outros países, como a Austrália, onde grandes empresas têm adquirido jornais regionais e locais (HESS & WALLER, 2017), no contexto brasileiro os jornais de baixa tiragem têm se caracterizado por serem independentes, sem ligações com mídias e

grandes empresas – mesmo que isso não signifique de fato uma cobertura jornalística independente. Algumas rádios realizam parcerias de rede, mas mantêm razoável independência para composição da grade de programação. No caso específico da televisão, que nos propomos a discutir com maior profundidade a seguir, a formação de um sistema de redes a nível nacional pelas grandes emissoras tem moldado o desenvolvimento da mídia e do jornalismo local e regional.

Já a internet tem se caracterizado por agregar conteúdo e formatos de diferentes mídias, mas seu acesso ainda é segregador no país. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD C) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2016 64,7% da população com idade acima de 10 anos possuía acesso à internet. Assim, identifica-se uma amostra grande, mais de 30% dos brasileiros, desconectados da rede mundial de computadores. O acesso também é desigual: as regiões com maiores "apagões digitais" são o norte e o nordeste. Nelas, 33,7% e 40% da população que não tem acesso, respectivamente, dizem que o motivo é por não saberem usar a rede. No nordeste, 16% dos entrevistados dizem ainda que o acesso à internet é caro. Por outro lado, em apenas 2,8% dos domicílios não há acesso à televisão (IBGE, 2018). Tais dados demonstram que apesar das possibilidades das mídias digitais, como a interatividade, o envio de conteúdo e a agilidade na postagem de notícias, a internet não é tão acessível no Brasil quanto o rádio e a TV

2.1 A televisão local e regional: o cenário brasileiro

Os telejornalismos locais e regionais fazem parte do dia a dia do brasileiro. Primeiramente pela própria abrangência do sinal televisivo. A Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016 demonstrou que a televisão é o principal meio de comunicação para o brasileiro se informar, com 63% das respostas. A internet é a segunda colocada com 26% e o rádio o terceiro, com 7%. O relatório tem o objetivo de identificar os hábitos de consumo de mídia dos brasileiros e contou com uma amostra de 15.050 entrevistas coletadas nas cinco regiões brasileiras. Outro dado relevante é que 77% dos brasileiros dizem assistir à TV todos os dias da semana, sendo que a média geral de tempo por semana é de 3 horas e 21 minutos.

Num contexto mais amplo, parte considerável dos canais e de seus respectivos conteúdos são disponibilizados gratuitamente de norte a sul do Brasil geralmente através

de emissoras afiliadas de grandes redes comerciais, como é o caso da TV Globo, SBT, RecordTV e Band, além das educativas, comunitárias, públicas e universitárias.

Quando voltamos os olhares para os telejornalismos locais e regionais brasileiros principalmente no que diz respeito ao mercado, é perceptível a força e a presença que ocupa no próprio campo profissional. Parte considerável dos empregos na área do telejornalismo tem sua origem nas emissoras locais e regionais. Frequentemente atuam como um primeiro contato entre os profissionais recém-formados e a prática jornalística, sendo também espaço para estágios, enquanto ainda estudantes de graduação. As emissoras maiores, que produzem conteúdo de escala nacional, recrutam muitos de seus profissionais nas redes de afiliadas regionais.

O cenário contemporâneo do telejornalismo brasileiro é, assim como no caso das mídias impressa e radiofônica, reflexo de sua história. Se na Europa as televisões públicas disputam a liderança da audiência em pé de igualdade com as privadas, tanto por uma cultura que compreende a importância da diversidade da mídia quanto pelas emissoras públicas terem surgido primeiro do que as comerciais, como em Portugal e na Espanha, no Brasil nota-se um domínio forte das emissoras privadas – tanto em termos de audiência, como de captação de recursos financeiros. Essa configuração também contribui para o modo de organização das emissoras locais e regionais.

As duas primeiras décadas da televisão no país foram praticamente protagonizadas pelas emissoras comerciais. A TV Tupi de São Paulo, pertencente aos diários associados de Assis Chateaubriand, foi a pioneira⁶ sendo sua primeira emissão no dia 18 de setembro de 1950. Como até então o Brasil não contava com indústrias de televisores, a solução encontrada por Chateaubriand era que se “contrabandeasse 200 receptores e os espalhassem pelos bares e lojas de São Paulo” (BARBOSA, 2013, p. 276). Assim, a TV, como mídia, nascia ‘extremamente localizada’ do ponto do acesso, com alcance limitado a 100 quilômetros e restrita a um pequeno grupo/elite de pessoas. O primeiro telejornal, intitulado de *Imagens do Dia*, assim como os outros programas da emissora, era transmitido ao vivo de um estúdio e tinha um curto tempo de duração. Com muitos improvisos, as notícias eram transmitidas em formato de notas secas e/ou cobertas e a figura do apresentador na bancada era central. “Ele era o principal elemento legitimador

⁶ Apesar de muitas obras considerarem o pioneirismo da TV Tupi de São Paulo nos anos 50, alguns autores, como Ricardo Beghini (2013), apontam que a primeira transmissão de TV aberta no Brasil aconteceu em 1948 pelo técnico em eletrônica Olavo Bastos Freire, em Juiz de Fora. Entretanto, não havia se constituído ainda uma emissora de TV com operação regular. A transmissão teria sido pontual com presença de público e autoridades.

do telejornal, era ele quem mostrava o rosto e a voz, que emprestava o seu reconhecimento profissional para dar validade ao discurso das notícias” (MELLO, 2011, p. 273). Ainda de acordo Mello (2011), as notícias eram variadas, com foco em São Paulo, mas também com presença de informações de outras partes do país.

[...] é possível inferir que as suas pautas versavam sobre assuntos de interesse geral como a cobertura de eventos culturais (Bienal de Artes e a chegada do circo), temas do quotidiano relacionados com a família (as crianças na creche e o concurso criança robusta), factos diversos (os objectos perdidos e a reforma do hidroavião Jahú), além de notícias de outros estados, como a manifestação no Maranhão (MELLO, 2011, p. 273-274).

O *Imagens do Dia* não duraria tanto: saiu do ar em 1951 dando lugar ao *Telenotícias Panair*, cujo espaço na programação seria ocupado posteriormente pelo líder de audiência *Repórter Esso* (1952), que, herdado do rádio, ganhou uma versão na televisão. O nome Esso, seria um “oferecimento” dos postos Esso. Assim como o *Jornal Nacional*, em 1969, seria patrocinado pelo Banco Nacional⁷.

Esse período inicial da televisão no Brasil é chamada de Fase Elitista (MATTOS, 1990), já que poucas pessoas tinham condições de comprar um aparelho televisor devido ao alto valor de venda. De acordo com Mattos (1990), “nesta primeira fase a televisão caracteriza-se, principalmente, pela formação do oligopólio dos Diários Associados” (MATTOS, 1990, p. 12). Em 1952, surge a terceira emissora de TV do país, a TV Paulista. Ainda na década 50 surgem a TV Record (São Paulo/1953), a TV Rio (Rio de Janeiro/1955), a TV Itacolomi (Belo Horizonte/1955) e a TV Continental (Rio de Janeiro/1959). Na década de 60, a televisão começa a ganhar força no interior do país. Com a inauguração de Brasília, três emissoras se instalam na nova capital federal em 1960: TV Brasília, TV Nacional e TV Alvorada (que pertencia à TV Rio). Em Recife, no mesmo ano, entram no ar a TV Rádio Clube de Pernambuco e a TV Jornal do Commercio. No sul do país, em Curitiba, surge a TV Paraense. Cabe ainda ressaltar que em São Paulo inaugurava a TV Excelsior (que dois anos depois seria a primeira emissora a fazer emissões em cores) e a TV Cultura, essa última pertencente às Emissoras Associadas, com participação também de Assis Chateaubriand. Em 1962 surge a TV Alterosa em

⁷ Exemplos de outros telejornais com nomes dos patrocinadores são *Telejornal Brahma* e *Jornal Ultranotícias*. Os programas de entretenimento também apresentavam característica semelhante, como o *Alô, Doçura!*, patrocinado pelo açúcar União.

Minas Gerais, em funcionamento até os dias atuais – também pertencente aos Diários Associados.

Algumas das emissoras, como a TV Gaúcha de Porto Alegre (RS), nasciam totalmente independentes. No entanto, com o passar dos anos era comum o movimento de afiliação a emissoras maiores. No caso da TV Gaúcha, primeiramente à TV Excelsior e depois à Rede Globo, em 1965. A regionalização aconteceu com maior intensidade nas regiões com maior desenvolvimento econômico. Segundo o Anuário Estatístico do Brasil do IBGE (ver BARBOSA, 2013, p. 308) em 1969 havia no Sudeste 21 emissoras em funcionamento, no Sul 12, no Nordeste 8, no Centro-Oeste 7 (parte considerável em Brasília) e no Norte, apenas 4⁸.

Mesmo assim, as emissoras distantes das capitais tinham problemas para se sustentar. Uma das primeiras, a TV de Ribeirão Preto (SP) “funcionava de maneira precária, ficando até três dias fora do ar e ainda amargava prejuízos” (PEREIRA, 2005, p. 48). Um dos motivos para o desenvolvimento tardio em regiões fora das áreas metropolitanas era a pouca quantidade de televisores entre a população interiorana. Algumas estações conseguiram se sustentar quando eram vinculadas a grandes grupos, como a TV Coroados de Londrina. Inaugurada em 1963 teve como proprietário Chateaubriand, atraído pelos altos valores de publicidade que poderiam ser cobrados na TV. O primeiro telejornal, *Telenotícias Transparaná*, tinha o estilo radiofônico e, como os demais da época, também levava o nome do patrocinador (PEREIRA, 2005, p. 49). Assim, a mídia televisiva era sinônimo de modernidade no interior. Porém, é comum a vinculação desse momento com transformações comerciais e sociais, como aconteceu no norte do Paraná, visto que “a nova ferramenta da comunicação sacudiu a rede de anunciantes, deu novo dinamismo à indústria e ao comércio e mostrou à cidade o seu povo, suas crenças, festas, acontecimentos sociais, esportes, alegrias e tristezas” (PEREIRA, 2005, p. 50). Nesta linha de raciocínio, primeiro a “nova ferramenta” precisava agradar os anunciantes para, posteriormente, mostrar seu potencial para aspectos sociais, como crenças, festas, alegrias e angústias.

Outra emissora pertencente aos Diários Associados foi a TV Mariano Procópio de Juiz de Fora. Após o Repórter Esso entrava ao ar com cinco minutos de duração o *Telefoto Jornal*. O nome é reflexo do próprio processo de produção noticiário, já que o informativo consistia numa espécie de projetor de slides que mostrava um resumo fotográfico dos

⁸ Conforme divisão das regiões na época, o estado da Bahia era considerado pertencente à região Sudeste. Já o do Maranhão, à região norte.

acontecimentos da cidade (MUSSE, 2009, p. 3). Entre 1960 e 1963, a TV Mariano Procópio gravava em película um bloco de cinco minutos que era levada de ônibus até o Rio de Janeiro para ser exibido dentro do *Jornal da Tupi*. Em 1964 a cidade ainda contaria com a TV Industrial, que teria conseguido gerar 80% de sua programação pelos próprios estúdios (MUSSE, 2009, p. 5). A emissora também produzia o telejornal *A hora é notícia* que em 1968 chegou a ter uma hora e quinze de duração e 16 anunciantes diários. O noticiário começava com a leitura de uma espécie de opinião editorial e depois vinham as notícias sobre sociedade, arquitetura, transporte, sociedade (coluna social), horóscopo, política, esporte, arte, entre outros assuntos que envolviam o município. A emissora foi extinta em 1980 quando foi vendida para Roberto Marinho, proprietário da TV Globo. Entre os motivos estavam o falecimento de dois sócios, o alto gasto para entrar em cadeia com outras emissoras via satélite da Embratel e o custo para preencher a programação, já que tinha o hábito de comprar programas de emissoras maiores, como a TV Tupi, TV Gazeta, TV Rio e a própria TV Globo (MUSSE, 2009, p. 12).

A situação da TV Industrial de Juiz de Fora demonstra dois pontos importantes que contrapõem algumas tecnologias que normalmente são visualizadas como sendo apenas positivas para o telejornalismo local e regional. O primeiro é a presença do satélite da Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel), permitindo no final dos anos 60 a constituição das redes com transmissão em todo território nacional – além de facilitar a troca de programas e o vivo. Peruzzo (2005) afirma que as redes de TV locais e regionais comerciais só foram consolidadas com a instalação da rede de micro-ondas da Embratel que permitia uma interação mais dinâmica entre o conteúdo produzido das emissoras (PERUZZO, 2005, p. 70). É claro que a tecnologia trouxe avanços importantes e não há o que contestar sobre sua necessidade para as telecomunicações do Brasil – foi por meio dela, por exemplo, que os brasileiros puderam acompanhar a chegada do homem à lua (BARBOSA, 2013). No entanto, é preciso reconhecer que de certa forma prejudicou a produção local e regional. Primeiramente pelo fato das estações locais e regionais utilizarem o satélite para exibir programas em rede que muitas vezes eram produzidos em outras localidades – perdendo, assim, o interesse em investir em conteúdo e programas próprios. E num segundo momento, como se percebe no caso da TV Industrial, é que a tecnologia era cara e tinha um peso considerável no orçamento das emissoras menores que optavam por se organizar em rede. A emissora fazia parte de uma rede menor, a Rede de Emissoras Independentes, compostas pela TV Record (São Paulo), TV Rio e TVS. Sem conseguir se sustentar, foi “abocanhada” por outra rede maior, a Rede Globo. O

exemplo demonstra que tal tecnologia, devido aos altos custos de contratação e manutenção, colaborou para o fortalecimento de quem tinha mais recursos – numa difícil e injusta queda de braço para as mídias locais e regionais, já que um dos resultados desse processo, entre outros fatores, foi a centralização da produção noticiosa nas regiões metropolitanas brasileiras.

O segundo ponto é a respeito de outra inovação na mídia televisiva na década de 60: o *videotape*⁹. Peruzzo (2005) descreve que o telejornalismo local começou a obter forma no Brasil com o advento do *videotape*, o que possibilitou a formação das primeiras redes através do envio de materiais audiovisuais entre as metrópoles. No entanto, não é esclarecido se chegou a contribuir para a expansão dos telejornalismos locais e regionais. O trabalho de Ihitz & Cunha (2017) permite um contraponto a essa percepção. Os autores focam na mídia televisiva no Rio Grande do Sul. Para isso recorrem à revista quinzenal *TV Sul Programas*, que foi editada no estado e se dedicava exclusivamente à televisão - uma forma de divulgar o então novo meio de informação e de entretenimento nos anos 60. Através de reportagens publicadas no impresso, mostram que no estado gaúcho os primeiros canais foram os locais/regionais TV Piratini e a TV Gaúcha. Esta última chegando posteriormente até Santa Catarina.

É citado que o uso de fitas na década de 60 mudou os processos dentro das TVs e nos interessa destacar como isso transformou a cobertura local nas emissoras, já que "surgia ali mais um fator de competição entre as tevês para reproduzir programas produzidos no Rio de Janeiro e São Paulo" (IHITZ & CUNHA, 2017, p. 10). A citação mostra que o *videotape* contribuiu para diminuir a produção local, reduzindo, assim, os custos operacionais. Alguns programas chegaram, inclusive, a serem extintos e até mesmo as emissoras do eixo Rio-São Paulo passaram a diminuir a produção de conteúdo local ao optarem por preencher a grade de programação com enlatados norte-americanos (IHITZ & CUNHA, 2017, p. 11).

Portanto, é preciso compreender que além dos benefícios amplamente divulgados sobre as vantagens do uso do *videotape*, a tecnologia era uma forma de também enxugar os custos das produções locais e regionais. No caso da TV Industrial de Juiz de Fora, por exemplo, 20% da programação era preenchida com filmes e compras de programas de

⁹ Videotape é uma fita utilizada tanto para gravação de programas nos estúdios, quanto nas externas pelas câmeras. Ao longo da segunda metade do século XX e do início do XXI surgiram vários tipos, inclusive portáteis como o MiniDV. Atualmente seu uso tem sido substituído por discos rígidos e cartões de memória.

outras emissoras e redes que chegavam até a TV através dos *videotapes* (MUSSE, 2008, p. 05).

Sobre a periodização da televisão no Brasil, a década de 60 também marca o fim da primeira fase (elitista). Porém, o ano de término não é uma unanimidade entre os autores. Enquanto Mattos (1990) utiliza como critério a mudança de política, com o advento do golpe militar e a instauração da ditadura em 1964, Bolaño (1999) recorre ao início das atividades da TV Globo no Rio de Janeiro em 1965, pelo empresário Roberto Marinho. A data marca a formação do oligopólio midiático brasileiro, altamente concentrado e hegemonizado pela própria Globo - cuja duração persiste até hoje, apesar do crescimento da RecordTV e da popularização dos sites de redes sociais. Bolaño (1999) ainda afirma que 1965 é o marco do início da distribuição nacional dos programas feitos no Rio de Janeiro e São Paulo, devido ao *videotape*. A inauguração do Jornal Nacional, exibido em rede para todo território nacional em 01 de setembro de 1969 é outro acontecimento importante. O período entre os anos de 1965 e 1969,

[...] deve ser definido como um período de transição de um sistema organizado sobre mercados locais concorrenciais, com barreiras à entrada extremamente frágeis e situações de liderança precárias, para um sistema oligopolista, nacionalmente integrado, hierarquizado, estável e fortemente dominado pela empresa líder, a Rede Globo de Televisão (BOLAÑO, 1999, p. 19).

Em 1966 a TV Globo se torna líder de audiência com 45% de participação, uma posição que nunca mais é desbancada. O fortalecimento da emissora, com respaldo de recursos estrangeiros, principalmente da empresa norte-americana *Time Life*, e apoio político do regime militar, não só impediu uma pluralização do meio televisivo no país, mas também o desenvolvimento de forma efetiva de outras emissoras com diferentes modelos de gestão, como a pública (ver CARRATO, 2013).

Em 1967 o Governo Militar cria, através do Decreto-lei 236 que modifica o Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962, a Televisão Educativa - emissoras dedicadas à divulgação de programas educacionais. Essas emissoras deveriam ser implementadas por universidades e fundações com o intuito de transmitir aulas, conferências, palestras e debates (LOPES, 2010, p. 28), tendo também grande potencial de regionalizar a televisão, já que com menos burocracia para obter a concessão era uma via para levar a mídia até lugares onde não havia interesses das empresas comerciais – como o interior do país. A TV Universitária de Pernambuco (1968), emissora educativa,

é considerada a primeira emissora pública brasileira. No entanto, a realidade foi diferente: a forma como o governo queria desenvolver a programação educativa foi bastante criticada por pedagogos (LOPES, 2010, p. 30) e o investimento público não foi o suficiente para desenvolver essas emissoras a ponto de competir com as TVs comerciais. Aliás, enquanto as TVs educativas e públicas careciam de recursos, o governo, utilizando-se de estruturas educacionais públicas, investia em programas da TV Globo, como o *Projeto Global de Teleducação* da Fundação Roberto Marinho em parceria com a Universidade de Brasília (CARRATO, 2013, p. 176).

A década de 70 é considerada a Fase Populista da TV, com a popularização das novelas e dos programas de auditório. Também, conforme já discutido, são inseridos os enlatados estadunidenses nas grades de programação, enfraquecendo-se as programações regionais. O início da década de 80 é marcado pela falência e encerramento das emissões da TV Tupi. Por outro lado, surgem duas novas emissoras de escala nacional: a Manchete (1981) e o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT/1983).

É nesta época que a Globo começa a investir no jornalismo local e regional de sua rede. Em 02 de abril de 1979 foi ao ar o *Jornal das Sete* (FIG. 1), um jornal com quinze minutos de duração veiculado em cada capital no início ou no fim do *Jornal Nacional*.

Em determinado ponto do noticiário, sem que o telespectador percebesse, desfazia-se a rede e cada estado entrava com o seu noticiário local. O tempo para desenvolver as matérias, porém, era escasso, o que implicava em um rigor excessivo em relação ao noticiário. A cobertura acabava se restringindo a notícias curtas de 30 segundos sobre problemas de água, esgoto e calçamento (GLOBO, 2018, n.p)

Nota-se que a Globo vincula o jornalismo local às notícias que considera como sendo de serviço, “sobre problemas de água, esgoto e calçamento”.

FIGURA 01 - Logo Jornal das Sete



Fonte: GLOBOb, 2018, n.p

O *Jornal das Sete* foi substituído em 01 de janeiro de 1983 pelos Praça TV – no ar até hoje na grade da emissora e de suas afiliadas, além do *Bom Dia Brasil*, que também passou a ser produzido em sua versão local em algumas afiliadas nos anos posteriores (*Bom Dia Minas, Bom Dia Espírito Santo, Bom Dia Amazonas, Bom Dia Ceará*, etc). Até 1989 os Praça TV tinham três edições diárias, de segunda à sábado: uma na faixa das 12 horas, outra nas das 19 horas e uma última, após o *Jornal da Globo*. Esta última atualizava as notícias que eram exibidas no Praça 2 da faixa das 19 horas e um bloco era dedicado às colunas de esporte, política, economia e cultura (GLOBOc, 2018). Segundo a Globo, o objetivo dos Praça TV era de "conferir maior identidade ao noticiário regional, até então incorporado aos telejornais Hoje, Jornal Nacional e Jornal da Globo" (GLOBOc, 2018, n.p). A terceira edição dos Praça TV foi extinta em março de 1989. Na época, o provável motivo foi a concorrência com o programa *Jô Soares Onze e Meia*, conforme uma nota no *Jornal do Brasil* enunciava:

Um boletim interno assinado pelo vice-presidente de Operações da Globo, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, que circulou na semana passada pelos corredores da emissora, indica algo mais no ar além da mudança da Tela quente para quinta-feira. O memorando anuncia a extinção dos noticiários de fim de noite - *Jornal da Globo*, *Globo economia*, *RJ TV 3* e, em São Paulo, o *SP TV 3* - diante da concorrência do *Jô Soares, onze e meia*, às 23h30, na TVS. A Central Globo de Jornalismo confirma informalmente a reformulação dos

telejornais, em estudos há meses a pedido da direção da emissora, mas nega que o motivo da mudança seja Jô Soares, embora o projeto para seus novos programas jornalísticos valorize a figura do anchorman, um entrevistador âncora, que segure o público e os entrevistados, como vem fazendo a TV S. (JORNAL DO BRASIL, 04 jan. 1989)

A primeira edição, veiculada inicialmente às 12h40, também foi suspensa em 1989, mas voltou ao ar em 1992 sendo exibida antes do Jornal Hoje. Em 1999, o Praça 1 teve seu tempo ampliado para 50 minutos de duração e a Globo anunciou uma nova proposta para o telejornal. No caso do então *RJTV*, disse que “ganhou um perfil comunitário. Para se aproximar da população do Rio de Janeiro, o jornal ficou mais dinâmico. Cresceu o número de entradas ao vivo dos repórteres e das entrevistas no estúdio” (GLOBOc, 2018, n.p). É importante fazer uma ressalva neste ponto em que a emissora se auto intitula como desenvolvedora de um “jornalismo comunitário”. É recorrente o discurso jornalístico de um programa informativo local se auto afirmar como sendo comunitário pelo fato de oferecer um noticiário de serviços, sendo as pautas focadas em assuntos que interessam a sua audiência, como trânsito, variação de preços, receitas, oportunidades de empregos, entre outros. No entanto, é preciso compreender toda carga conceitual que o termo envolve e que falar de jornalismo comunitário também perpassa pelo próprio modelo de negócio da empresa e por quem está à frente dos processos que envolvem o setor de jornalismo – conforme discutido no primeiro capítulo.

O sistema de afiliação brasileiro condiciona um engessamento na grade das emissoras locais e regionais para pertencerem à rede. Enquanto nos Estados Unidos as estações têm a liberdade para montar a grade de programação com a possibilidade de negociar compras de programas diretamente com as produtoras¹⁰, sendo obrigadas a exibir apenas determinados programas da matriz, no Brasil a realidade é diferente: as afiliadas, sejam elas do SBT, RecordTV, Band e da TV Globo, precisam seguir regras estabelecidas pelas matrizes que limitam suas autonomias. É uma herança de um regime político controlador que se estende para a mídia televisiva, já que “o sistema de redes foi criado durante a ditadura militar, para melhor poder controlar os conteúdos” (ABRANTES, 2004, p. 8). Assim, a quantidade de jornais e o tempo de duração dos

¹⁰ Através de um modelo denominado *Syndication* os canais locais e regionais dos Estados Unidos são livres para negociar diretamente com as produtoras a compra de programas, como *talkshows*, informativos e séries ficcionais. Apesar de esse sistema permitir que as emissoras não sejam obrigadas a exibir o que a rede transmite, valorizando a produção local e regional, não há garantias de que todo o espaço livre seja preenchido por programas de fato locais. Um exemplo é o *The Oprah Winfrey Show*, que mesmo sendo um sucesso nacional (e internacional) durante os anos 90 e 2000 e considerado um dos maiores marcos do sistema, não é possível enxergá-lo como um *talkshow* local ou sequer regional.

programas locais e regionais são os mesmos em todas estações que compõem a rede de afiliadas – com poucas variações. O formato de apresentação da notícia também. Programas populares, como o *Balanço Geral* da RecordTV, possuem semelhanças na forma de apresentar de norte a sul do país, assim como o tom policialesco das matérias. Nos Praça TV até o nome é padronizado, com exceção dos telejornais da RBS, cujos Praça 1 são intitulados de *Jornal do Almoço* e não com a sigla do estado, como *MGI*, *SPI*, *AMI*, *PEI*, *DF1*, nos demais Praça 1. A produção local e regional geralmente é focada no jornalismo e mesmo assim com pouco espaço na grade, não ultrapassando na maioria das afiliadas 15% da programação diária. São poucos os casos de formatos diferenciados de programas, como *talkshows* e debates – estes somente ganham a versão local/regional na época das eleições.

Na década de 90 surge a tendência a segmentação da televisão, principalmente com a estreia do canal da MTV brasileira (1990), além da chegada da TV por assinatura. Presente nas tecnologias via cabo e satélite, as TVs por assinaturas concentram a maior quantidade de assinantes nas regiões mais fortes economicamente. No topo do total de assinaturas, conforme dados da Anatel de 2017, estão São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Paraná (ANATEL, 2018), o que demonstra uma desigualdade econômica-social no acesso a TV paga e a concentração na região sul-sudeste - inclusive de emissoras e de produção dos programas, já que muitas fazem parte do sistema GloboSat¹¹, como o Multishow, o GNT, SporTV e Rede Telecine. Em 1996 também surgem os canais *allnews*, acompanhando a tendência do rádio com emissoras 24 horas dedicadas às notícias. A primeira foi a Globo News, disponibilizada via operadora de televisão por assinatura em 1996 e, nos anos 2000, os canais abertos Band News (2001) e Record News (2007). Apesar de frequentemente veicularem notícias do interior do país, inclusive com entradas ao vivo nos principais telejornais, os estúdios são restritos ao eixo Rio-São Paulo-Brasília.

No final dos anos 90, Bolaño (1999) acreditava que a segmentação da televisão e ascensão do SBT e da Record, principalmente com o investimento em produções populares e enlatados mexicanos, no caso do SBT, poderiam afetar de certa forma a hegemonia da Rede Globo ou mesmo afetar o seu “padrão de qualidade”, que conforme

¹¹ A GloboSat pertence ao Grupo Globo, sendo criada em 1991 e com início de suas operações focadas na TV por assinaturas. Ela se afirma como sendo um "hub de marcas de mídia reconhecidas, admiradas e premiadas". Fonte: GloboSat. Disponível em: <<http://canaisglobosat.globo.com/>> Acesso em: 28 ago. 2018.

cita Canito (2010) ao longo dos anos mostrou-se apenas como sendo técnica. No entanto, o que emergiu na primeira e na segunda décadas do século XXI foi uma briga pelo segundo lugar da audiência, sendo a Record se posicionando a frente do SBT por vários anos – graças aos recursos oriundos da Igreja Universal que permitiu o investimento em novelas, jornalismo e contratações de artistas/jornalistas da Globo e do SBT. A TV Globo permanece como a líder isolada de audiência. É curioso que entre as cinco maiores audiências da TV Globo frequentemente aparece o regional "Praça 2", exibido na faixa das 19 horas. Segundo a divulgação semanal do Ibope, entre os dias 12 e 18 de março de 2018, por exemplo, o Praça TV 2ª Edição foi o terceiro programa de maior audiência do Brasil, com 26,7 pontos de audiência, perdendo para o *Jornal Nacional* (31,4) e a novela *O Outro Lado do Paraíso* (40,9). As médias são referentes as praças: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Brasília, Goiânia, Manaus, Fortaleza, Florianópolis, Porto Alegre, Curitiba, Belém, Vitória e Campinas¹².

Os anos 2000 também marcaram três transformações no cenário televisivo brasileiro: em 2006 o Governo Brasileiro publicou os parâmetros para transição da TV analógica para TV Digital no país, que teria a primeira transmissão em dezembro de 2007 em São Paulo. Um aspecto do Sistema Brasileiro de Televisão Digital que poderia incrementar a segmentação da televisão no Brasil é a possibilidade da multiprogramação, que “possibilita a transmissão de programações distintas em um mesmo canal de TV digital aberta. Ou seja, no mesmo horário, o telespectador pode assistir a diferentes programas em um único canal” (DTV, 2009, n.p). Apesar da promessa, hoje o recurso é apenas permitido, por lei, às emissoras públicas. Em São Paulo, quatro emissoras dividem o mesmo canal: TV Brasil (2.1), NBR (2.2), TV Escola (2.3) e Canal Saúde (2.4). Em relação às possibilidades para o jornalismo local e regional, a multiprogramação poderia ser uma ferramenta para gerar canais exclusivos para veiculação de notícias/programas locais e regionais sem afetar a grade nacional exibida pela rede em seus canais principais – algo ainda distante considerando o interesse das grandes emissoras apenas na transmissão em alta definição e o respaldo legislativo para este fim. Em 2016, 2017 e 2018 várias cidades tiveram o sinal analógico da televisão desligado. As faixas estão sendo redirecionadas para a tecnologia móvel de transmissão de dados em alta velocidade 4G e para novas emissoras FM (como consequência da política de desligamento da AM),

¹² Fonte: TV Foco. Disponível em: < <https://www.otvfoco.com.br/veja-as-10-maiores-audiencias-de-cada-emissora-no-brasil-apocalipse-perde-para-reprise-mexicana/>>. Acesso em 27 ago. 2018.

conforme o Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTICa, 2018).

O segundo grande acontecimento dos anos 2000 foi a tentativa do Governo Lula em desenvolver a comunicação pública com a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), iniciando em dezembro de 2007 a emissão da TV Brasil – emissora pública brasileira. A lei de número 11.652/2008 que instituiu os objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo, descreve entre as obrigações do órgão a “promoção da cultura nacional, estímulo à produção regional e à produção independente” (BRASILa, 2008, art. 2). O incentivo à produção regional se refletiu na própria composição das matrizes da TV Brasil/EBC, sendo uma das sedes localizadas em São Luiz, no estado do Maranhão, nordeste do país. As demais sedes ficaram em Brasília (central), São Paulo, e Rio de Janeiro. Porém, a nova emissora vem enfrentando diversos problemas no que tange a sua manutenção, como críticas em relação aos índices de audiência e a vulnerabilidade relativa à influência governamental no conteúdo/políticas da emissora. A tentativa de integrar as emissoras regionais e locais para fomentar o noticiário diário *Repórter Brasil* também não foi bem-sucedida. Em entrevista concedida ao autor desse trabalho em 2015, a então diretora de jornalismo, Nereide Beirão, afirmou que entre todas as afiliadas da TV Brasil, apenas a Rede Minas (Minas Gerais) conseguia enviar com regularidade material de qualidade (BEIRÃO, 2015). De uma forma geral, na grade de programação, segundo o *Plano de Trabalho 2013* da EBC, as emissoras parceiras produziram 10% da grade da TV Brasil. No caso do *Repórter Brasil*, no primeiro semestre de 2013, de todas as matérias veiculadas, apenas 5% foram enviadas por parceiros. A necessidade de capacitação das equipes locais foi apontada como o grande entrave para aumentar este número (CONSELHO CURADOR DA EBC, 2013, p.17-18).

A terceira transformação foi a popularização da internet e dos dispositivos móveis, convocando a mídia televisiva ao ambiente da convergência midiática. Assistir televisão não seria mais exclusividade de um único aparelho: a possibilidade de ver TV foi expandida para *smartphones*, *tablets* e computadores/*notebooks*, surgindo o fenômeno da segunda tela (MÉDOLA & SILVA. 2015). A melhoria da banda larga também faz surgir o sistema de *video on demand* em que o telespectador tem a opção de assistir o conteúdo no tempo/dispositivo que preferir. Exemplo desse novo serviço de *streaming* que envolve a disponibilização de conteúdo jornalístico é o Globo Play (2015) da TV Globo. A Record

desenvolveu em parceria com o *Youtube* o R7 Play de 2015 a 2017. Em 2018 estava em fase de desenvolvimento um novo serviço, assim como o SBT¹³.

No caso da televisão, os grandes grupos/emissoras permanecem intocados. Para compreender as regiões midiáticas no Brasil, Sônia Aguiar (2016, p. 129) recorre a quatro principais escalas geográficas de atuação que incluem os principais subsistemas de comunicação do país, além da atuação multiterritorial. Apesar do foco nos jornais impressos, com o número de tiragem e a distribuição auditados pelo Instituto de Verificação da Comunicação (IVC), a autora também considera as demais mídias. Assim, as escalas são:

a) *Nacional*: corresponde aos grupos ou empresas que possuem pelo menos um título de jornal com mais de 60% da sua tiragem vendida em diferentes regiões fora do Estado da sua cidade-sede (critério IVC), ou que tenham o controle financeiro e operacional de uma rede de TV, agência de notícias ou portal de notícias on-line nacionalmente capilarizados. b) *Regional-supraestadual*: grupos de mídia cuja atuação ultrapasse os limites do seu Estado de origem para estados contíguos, seja por meio da propriedade de jornais e de outros veículos em diferentes localidades; ou de parcerias estratégicas com portais da internet de âmbito regional ou nacional; ou ainda de outros negócios de mídia com empresas de referência nacional ou grupos subnacionais para atuação regional. c) *Regional-estadual*: diz respeito aos grupos sediados em capitais de Estado que possuam pelo menos um título de jornal com circulação na maior parte do território estadual, tendo ou não outros negócios de mídia, desde que não extrapolem esse âmbito geográfico. d) *Regional sub-estadual*: corresponde aos grupos que tenham pelo menos um título de jornal sediado em uma região metropolitana fora da capital do Estado ou em uma cidade-polo de região econômica reconhecida, restringindo sua atuação a esse recorte espacial. e) *Local*: empresa proprietária de jornal cuja circulação é restrita a uma cidade que não seja capital nem centro de Região Metropolitana, com eventual extensão aos seus entornos. f) *Multiterritorial*: diz respeito aos grupos que atuam em estados não contíguos (o que corresponde às “regiões descontínuas ou em rede”) ou em áreas de fronteiras do Brasil com outros países da América do Sul (AGUIAR, 2016, p. 130-131).

Com base nas escalas definidas, abaixo (TAB. 1) sintetizamos as classificações realizadas por Aguiar (2016), com inferências nossas, nos casos específicos em que a mídia televisiva está presente:

¹³ SBT pretende lançar plataforma de streaming em breve. Disponível em: <<https://www.tudocelular.com/curiosidade/noticias/n122616/sbt-pretende-lancar-plataforma-de-streaming.html>>. Acesso em: 18 ago. 2018.

TABELA 1 - Concentração midiática na especificidade da televisão

| Grupo | Caracterização |
|--|---|
| TV Globo (nacional) | Tem sua programação distribuída em quase todo o território nacional, por meio de cinco emissoras próprias (máximo permitido por lei), em parceria com mais de 300 afiliadas, e em mais de 100 países, por meio da Globo Internacional. Proprietária da GloboSat programadora Ltda. (com sede em SP), responsável por mais de 30 canais pagos (TV por assinatura), com 24 horas de programação (p. 134). |
| Grupo RBS (atuação regional-supraestadual). | A Rede Brasil Sul de Comunicação (RBS) é proprietária de 18 emissoras de TV abertas nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Foi a cabeça da primeira rede regional de televisão do país, em 1969, como afiliada da Rede Globo. Na época era restrita ao Rio Grande do Sul (TV Gaúcha). Em 1979 passa a se chamar RBS, iniciando a emissão também no estado de Santa Catarina. (p. 142). |
| Organização Jaime Câmara (atuação regional-supraestadual) | Sediada em Goiás e Tocantins, possui 24 veículos de comunicação, entre rádio, jornal, TV e internet. É dona da TV Anhanguera, primeira retransmissora da Rede Globo no centro-oeste (1963) (p. 147). |
| Grupo Opinião de Comunicação (atuação regional – supraestadual) | Cobre cinco estados contíguos do nordeste (do Ceará ao Alagoas). Entre os diversos veículos em que é proprietário ou sócio, encontra-se as TVs Ponta Grossa (Natal/afiliada do SBT), TV Alagoas (Maceió/afiliada do SBT), TV Clube de Pernambuco (Recife/afiliada da Rede Record) e TV Manaíra (João Pessoa/afiliada da Rede Bandeirantes) (p. 149). |
| Grupo Edson Queiroz (atuação regional-estadual). | Além do grupo atuar na distribuição de gás, bebidas, água, venda de eletrodomésticos, entre outros, também possui o Sistema Verde Mares de rádio, televisão e internet. Possui duas emissoras abertas de televisão, a TV Verdes Mares (Fortaleza) e a TV Verdes Mares Cariri (Juazeiro do Norte), ambas filiadas da Rede Globo. Também é dona da TV Diário, canal disponibilizado até 2015 por televisão por assinatura, dedicado à informação e ao entretenimento local (p. 150-152). |
| Grupo O Povo (atuação regional-estadual) | Entre os veículos do grupo está a TV educativa O Povo, filiada à TV Cultura (emissora pública paulista) (p. 153). |
| Rede Bahia (atuação regional-estadual) | É de propriedade do grupo empresarial da família do ex-político Antônio Carlos Magalhães, o ACM. Possui seis emissoras afiliadas da Rede Globo, se constituindo a maior rede de televisão no nordeste. Inicialmente era filiada da TV Manchete, mas em 1989, como ministro das Comunicações, convenceu Roberto Marinho à trocar a filiação da Globo, que era de outra emissora, para então fazer parte da Rede Bahia. Em 2012 parte minoritária das ações foi vendida para a EPTV (p. 157-159). |
| Grupo João Santos (atuação regional-estadual) | O grupo, que tem como um dos carros-chefes a produção de cimentos, o Cimento Nassau, é também dona, entre outros veículos, da TV Tribuna, afiliada do SBT em todo o Espírito |

| | |
|--|--|
| | Santo e da TV Tribuna de Recife, no Pernambuco, afiliada da TV Bandeirantes (p. 163-165). |
| Rede Gazeta Comunicações (atuação regional-estadual) | É proprietária da TV Gazeta, afiliada da Rede Globo, no Espírito Santo – além de possuir jornais, rádios e portais (p.166). |
| Grupo RBA – Rede Brasil Amazônia de Comunicação (atuação regional-estadual) | Liderada por um político influente do estado do Pará, a comunicação é vista por Aguiar (2016) mais como “um meio de barganha nas relações de poder local-regional do que como uma atividade-fim” (p. 168). Possui a RBATV, afiliada da Bandeirantes em Belém e Marabá, a DOLTV com vídeos jornalísticos do Grupo RBA e seis retransmissoras da Band e RedeTV! (p. 169). |
| Grupo Paraense de Comunicação (atuação regional-estadual) | É proprietária da RPCTV afiliada da Rede Globo de caráter regional com oito afiliadas no estado do Paraná. Também possui jornais diários, rádios e portais informativos (p. 173). |
| Grupo Diários Associados (atuação multiterritorial) | O mais antigo conglomerado de mídia do país, está presente em Brasília (DF), Belo Horizonte (MG), Recife (PE) e Rio de Janeiro (RJ). Passou por várias crises ao longo das décadas, chegando a ter 18 emissoras de televisão. Hoje possui uma TV local em Brasília e a TV Alterosa, rede regional em Minas Gerais com afiliação do SBT (p. 197-204). |
| Grupo Record de Comunicação (atuação multiterritorial) | Presidido pelo bispo presbiteriano Edir Macedo, da Igreja Universal do Reino de Deus, o Grupo Record possuía em 2015 jornais no ES e RS, emissoras de rádios em três estados e afiliadas de TV em 15 estados (TV Record). A cabeça de rede fica em São Paulo, as demais emissoras estão espalhadas nas cinco regiões do Brasil. Também possui a <i>allnews</i> Record News (p. 212-216). |
| Emissoras Pioneiras de Televisão – EPTV* (atuação multiterritorial) | É uma rede de televisão regional afiliada à Rede Globo pertencente à Empresas Pioneiras. No Estado de São Paulo possui emissoras em Campinas, São Carlos e Ribeirão Preto. Em Minas Gerais possui a EPTV de Varginha. Também tem ações da Rede Bahia, afiliada da Rede Globo no norte e nordeste. |
| Rede Interior de Televisão – InterTV* (atuação regional-supraestadual) | Pertence ao Grupo Inter de Comunicação. A sede principal é localizada na cidade de Cabo Frio no Estado do Rio de Janeiro. Possui emissoras, todas afiliadas da Rede Globo, nos estados de Minas Gerais, Rio Grande do Norte e Rio de Janeiro. |
| Rede Integração* (atuação regional sub-estadual) | A TV Integração é uma rede composta por cinco emissoras mineiras, se tornando a maior empresa de comunicação do interior de Minas Gerais. É de propriedade do Grupo Integração, presidido por Tubal de Siqueira Silva. |
| * Inseridos pelo autor com o objetivo de incorporar os objetos que compõem a pesquisa. | |

Fonte: AGUIAR com adaptação do autor, 2016, p.134-216.

No caso dos grupos mais localizados, pertencentes às escalas regional-subestadual e local, a televisão praticamente não aparece na análise de Aguiar (2016) com nossas adaptações. Dos oito grupos analisados nessas duas categorias, apenas a Rede Integração e a Folha de Comunicação possuem emissoras. No caso da Folha Comunicação é uma estação *online*, desenvolvida numa parceria com a Uni-TV, do Centro Universitário Filadélfia (AGUIAR, 2016, p. 183). Essa constatação pode ser justificada por dois motivos. A primeira delas é devido a uma consequência metodológica: Aguiar (2016) utiliza como referência os critérios do IVC, que tem foco nos veículos impressos. Assim, a televisão aparece de acordo com o aprofundamento da pesquisadora para compreender quais são os outros “braços” dos conglomerados. E num segundo momento demonstra que os grupos que possuem emissoras de TV aberta fazem parte de uma rede de afiliadas ou são as próprias cabeças de rede, a única exceção é a TV Diário de Fortaleza (Grupo Edson Queiroz) que em 2015 deixou de ser disponibilizada apenas na TV a cabo para ganhar um canal aberto digital.

É de se instigar, portanto, as consequências desse sistema de afiliadas para as narrativas construídas pelos telejornalismos locais e regionais nas emissoras que estão distantes da cabeça de rede, principalmente num país com grandes dimensões territoriais e de ampla diversidade cultural, como o Brasil. É também uma discussão a ser considerada nos estudos que lidam com fundamentos elementares dos jornalismos locais e regionais, como a noção de proximidade - que será abordada no quarto capítulo desse trabalho.

2.2 A autenticação do real do telejornalismo local e regional: uma abordagem teórica-empírica para olhar os noticiários contemporâneos

Os jornais televisivos locais e regionais passaram por transformações ao longo das décadas, como nos recursos de composição audiovisual, na linguagem – permitindo inclusive o uso de expressões da linguagem popular, como gírias e frases de efeito -, na performance dos jornalistas e na criação de canais de interlocução com os telespectadores por meio da integração com aplicativos móveis e com a própria internet. Se por um lado abordamos que a construção do senso de lugar perpassa pela experiência (TUAN, 1983), também é possível afirmar que as notícias se constituem como um espaço de conformação da experiência contemporânea, já que “se apresentam como acontecimentos na vida dos seus diversos consumidores” (LEAL, 2008, p. 1). Leal (2008) afirma que as condições de

produção da notícia e de seus múltiplos elementos de composição têm um fim, um lugar: o aqui agora dos receptores. Entre os elementos a serem observados, são descritos os modos de construção dos personagens e das narrativas, as estratégias de singularização e do estabelecimento do vínculo entre o programa e o telespectador e a ampliação do espaço televisual (LEAL, 2008, p. 4-8). Apesar do autor recorrer na discussão do trabalho a cobertura sobre Aids/HIV num telejornal nacional, acreditamos que a perspectiva de autenticação do real permite articular as experiências culturais e tecnológicas de uma sociedade a fim de observar como são inseridos nos jornais locais os recursos que objetivam criar identificação com o telespectador. O próprio jornalismo, numa inserção ontológica, se firma como um produtor de realidade, como se evidencia desde as primeiras (e bastante criticadas) teorias das Comunicações, entre elas a teoria do espelho (WOLF, 2008), e na própria concepção do acontecimento jornalístico (MAROCCO, 2013), já que “os acontecimentos no esquema jornalístico ganharão, com isso, a leveza do fato, materializada em verdades no senso comum” (MAROCCO, 2013. p. 205).

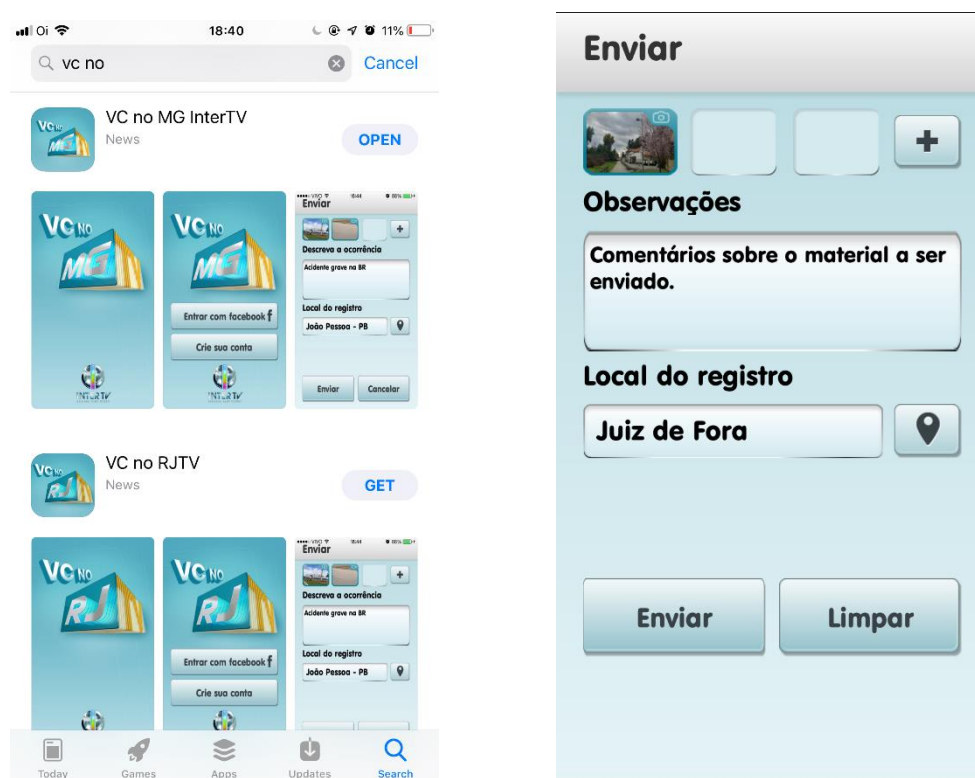
Neste sentido, nos propomos a refletir, com o intuito de compreender as tendências apontadas pelos telejornais, sobre como elementos da sociedade contemporânea são incorporados pelos noticiários locais e regionais numa tentativa de construção de um realismo telejornalístico. Neste percurso foram identificados três eixos de reflexão: 1) o da tecnologia; 2) o das performances corporal e linguística em diálogo com a composição estética; 3) e o do interesse público.

No eixo tecnológico é preciso observar que a internet possibilita que as pessoas tenham acesso às informações do lugar em que consideram como vinculado aos seus laços identitários, culturais e familiares – mesmo que estejam longe geograficamente dele (HESS & WALLER, 2017). O ambiente digital fez modificar, inclusive, o próprio nome dos Praça 1, no caso dos telejornais regionais da Rede Globo. Estes, que tiveram por mais de três décadas as palavras TV depois do nome do estado em que é veiculado, como *MGTV*, *ESTV*, *SPTV*, *RJTV*, *NETV*, *DFTV*, entre outros, vem sendo re-intitulados apenas com a sigla do estado, como *MG*, *ES*, *SP*, *RJ*, *NE* e *DF*. A mudança começou em 2017 em São Paulo, no Rio de Janeiro e no Distrito Federal e vem sendo instituída gradativamente nos noticiários das afiliadas, já que buscam contemplar outros suportes de visualização, como *tablets*, *smartphones* e computadores. Alguns telejornais regionais também ganharam telões interativos em que os apresentadores mostram a participação em tempo real da audiência nas redes sociais, como no *Bom Dia São Paulo*, além de tarja com as manchetes, como acontece nos canais de notícia *all news* brasileiros e,

recentemente, nos Praça 1. Também passou-se a evitar a expressão “MGTV Primeira Edição”, optando a se referir apenas a sigla “MG1”. Tal mudança se explica pela possibilidade dos internautas não precisarem se prender a forma linear como os programas são organizados na grade da mídia televisiva tradicional¹⁴. Segundo Belém & Cirne (2017), com a internet os usuários têm a opção de assistir o programa na hora que for conveniente, relativizando a necessidade da ordenação com a palavra “edição” que se remete a uma ordem cronológica fixada da grade da emissora. A interação com a segunda tela (MÉDOLA & SILVA, 2015), ou mesmo através da própria televisão por meio de recursos oriundos da tecnologia *smart*, que consiste na conexão do aparelho com a internet, é outra tendência que vem sendo utilizada pelos telejornais regionais. Um exemplo é a criação de aplicativos para *smartphones* onde os usuários podem enviar para telejornais regionais sua contribuição de flagrantes. Em 2012, a TV Integração de Minas Gerais lançou o aplicativo *VC no MGTV* (FIG. 2). Nele, o usuário pode anexar fotos e vídeos, escrever informações do acontecimento e enviar para a redação das emissoras que integram a rede que abrange 233 cidades de Minas Gerais. Os Praça 1 dos Estados do Rio Grande do Norte e do Rio de Janeiro também desenvolveram um aplicativo semelhante.

¹⁴ Cabe ressaltar que nem todos os telejornais Praça 1 aderiram a essa identidade linguística. O então *MGTV* da TV Integração da Zona da Mata e Vertentes passou a utilizar *MG1* a partir de julho de 2019.

FIGURA 2 - Aplicativos desenvolvidos por telejornais Praça 1 de Minas Gerais e do Rio de Janeiro.



Fonte: *AppStore/VC no MG*, 2019.

O *RJI*, o *MGTV* da Zona da Mata e Vertentes e os noticiários da TV Gazeta no Espírito Santo, também disponibilizam um número no aplicativo de troca de mensagens instantâneas *WhatsApp* como forma de interação entre os usuários e os jornalistas. O recurso por um lado pode ser visto como uma via de aliar as novidades tecnológicas e a internet com o telejornal, oferecendo um canal de comunicação de baixo custo (basta apenas o acesso à internet). No entanto, também não permite afirmar que haja relação com uma melhora da qualidade do telejornalismo local e regional, por mais complexo que seja esse conceito (OLIVEIRA FILHO, 2016). Alguns estudos, inclusive, chamam a atenção para uma certa precarização da mídia e do jornalismo (FRAZÃO & BRASIL, 2013) que pode ser explicada pelo motivo de tais conteúdos serem enviados por pessoas que não passam por treinamento, simplificando o trabalho do jornalista que não precisa mais ir até o local do acontecimento. Mata (2016, p. 59) observa que a popularização do “amador no audiovisual” tem feito diminuir o uso da expressão “imagens de cinegrafista

amador” dos telejornais locais e regionais. Assim, com o apagamento da palavra “amador”, emerge a reflexão sobre qual posição esse público participativo desempenha nos noticiários.

A constatação tem relação com o segundo eixo, referente a linguagem corporal e linguística dos jornalistas. O que se visualiza nos telejornais locais e regionais é que cada vez mais há uma (falsa) simulação de troca de cadeiras no espaço televisivo. Se o público tem sido convidado a enviar material informativo, os jornalistas frequentemente têm ocupado também o lugar que até pouco tempo era exclusivo do público. Nesta visada, os atos performativos se constituem como importante elemento de autenticação do real, seja através do uso de planos sequência, de testemunhos de vivências e da linguagem mais próxima da comunicação oral-popular.

O uso do plano sequência teve sua popularização nos anos 90 nos noticiários chamados de populares (RAMOS, 1998) e tem como principal característica a composição temporal e espacial continuada em que os cortes de edição pesem menos no tecer dos elementos audiovisuais da reportagem. É como se o jornalista convidasse o espectador a visitar, em conjunto, o local do acontecimento. Essa opção de presença do repórter é mais comum em reportagens sobre violência e de problemas de infraestrutura, conhecidas como matérias de bairro. Em telejornais locais e regionais que se denominam como um “jornal da comunidade”, a exemplo do Praça 1 RJ, tal recurso é utilizado em conjunto com outras estratégias, como até mesmo a presença dos repórteres e colaboradores no próprio estúdio (RAMOS, 2013, p. 4).

Coutinho e Mata (2013) ainda identificam que o recurso do testemunho do repórter tem se tornado frequente na cobertura de assuntos específicos, como os relativos à tragédias. Para isso, utilizam os conceitos de natureza emotiva e o de juízo de validade coletiva de Omar Rincón (2006). O primeiro é apontado como a apreciação dos sujeitos em cena em que o principal elemento da narrativa é constituído pela emoção. Já o segundo é descrito como a necessidade da narrativa televisiva ser legitimada pelo público. Assim,

a emoção, o caráter excepcional não pode ser solitário, individual, quando perderia seus referentes. Por isso os relatos emocionais, mobilizando referências quase universais, como a repórter-mãe, a preocupação com os filhos, oferecem ou ao menos simulam uma proposta de encontro, com o telespectador e público (COUTINHO & MATA, 2013, p. 397).

Esses profissionais, nesta perspectiva, ocupam espaços que normalmente seriam dedicados a uma fonte anônima ou ao telespectador – numa clara tentativa de autenticação da realidade em inserir o jornalista como um ser humano comum. Um caso relativo ao Praça 1 que convocamos para ilustrar essa perspectiva é o exibido pelo *ES* de Vitória, quando o apresentador do então *ESTV Primeira Edição*, Philippe Lemos, foi acompanhado por um link de vivo enquanto pedalava pelas ruas da capital capixaba no Dia Mundial Sem Carro¹⁵ em 22 de setembro de 2015. O que o jornalista fez (e falou), em seus 16 minutos de aparição naquela edição, foi o que qualquer ciclista mais experiente poderia ter feito com maior propriedade: relatar os desafios de transitar sobre duas rodas numa cidade que carece de infraestrutura e ciclovias, com diversos momentos de indignação. A estratégia buscava estreitar os laços entre o público e o noticiário/jornalista – visto como a “cara” do *ESI* de Vitória. É preciso ressaltar que telejornais locais e regionais de outras emissoras foram pioneiros nesses recursos. Ao analisar notícias e performances presentes no noticiário *Balanço Geral* da TV Itapoã, afiliada da RecordTV na Bahia, relativas ao ano de 2005, Borja (2011) constatou que o envolvimento emocional do apresentador com as notícias se constituía como “uma importante estratégia de construção de identificação com o telespectador. Ironia, raiva, indignação, alegria são constantemente expressados pelo apresentador durante suas opiniões” (BORJA, 2011, 228).

No caso dos Praça 1, a inserção com maior frequência do testemunho dos jornalistas faz parte das modificações editoriais que tiveram início no final da primeira década dos anos 2000 – que na academia ficaram conhecidas como “a queda da bancada” (VARGAS, 2013). A abordagem considera o momento em que telejornais Praça 1 gradativamente “removeram” a centralidade da bancada dos estúdios, instrumento onde o apresentador se apoiava durante todo o jornal para ler as notícias e que ficava entre o olhar do público e o corpo do apresentador. Essa mudança fez com que os telejornais voltassem suas estratégias de linguagem e de performance para um tom informal e descontraído com o intuito de se aproximar do público e, do ponto de vista comercial, contra-atacar noticiários de outras emissoras que eram exibidos no mesmo horário e que começavam a ganhar audiência (UOLb, 2013).

Vargas (2013) ao pesquisar a mudança no então *MGTV Primeira Edição* da TV Integração de Juiz de Fora por meio de um estudo de recepção, concluiu que os apresentadores aparecendo de corpo inteiro no vídeo e andando pelo estúdio contribuem

¹⁵ Reportagem disponível em: <<http://g1.globo.com/espírito-santo/estv-1edicao/videos/v/philipe-lemos-faz-trajeto-de-bicicleta-em-cariacica-no-dia-mundial-sem-carro/4491428/>>. Acesso em 27/01/2019.

para gerar maior identificação e aproximação com o público. Já o figurino mais despojado, com roupas menos formais, teria o objetivo de projetar a imagem dos jornalistas como semelhante à da audiência, sendo "gente como a gente" (VARGAS, 2013, p. 146). A autora ainda afirma que com tais mecanismos emerge o sentido de que o estúdio, como espaço de enunciação, é um prolongamento das casas dos telespectadores.

Sobre essa mudança é preciso ponderar dois pontos de reflexão. O primeiro é que na maioria dos Praça 1 as bancadas ainda são um importante elemento de composição do estúdio. Até mesmo em Juiz de Fora, onde a pesquisa de Vargas (2013) foi realizada, a bancada permanece no estúdio. Apenas sua posição deixa de ser referencial para a apresentação das notícias, como se visualiza no caso do *MGI* Triângulo de Minas (Uberaba e Uberlândia), também produzido pela TV Integração (FIG. 3), ao longo dos anos.

FIGURA 3 - *MGI* Triângulo de Minas em 2008, 2016 e em 2018: a dança da bancada



Fonte: *YouTube*, 2019.

Pode-se afirmar que os Praça 1 passaram por transformações na construção da enunciação ao longo dos últimos anos. No entanto, ainda se mantém refém de elementos estéticos que fazem parte de estratégias voltadas para construção de sentidos de credibilidade. Uma concreta “queda da bancada” ainda não aconteceu, e talvez nem aconteça, mas sua presença foi relativizada nos estúdios de forma a não ocupar um lugar central, dividindo agora o espaço com novos aparatos tecnológicos, além da performance mais despojada dos sujeitos de fala do telejornal - como se tem evidenciado diversos estudos que se debruçam sobre mudanças pontuais nos Praça 1 (BECKER, 2012; MATOS, 2013; BELÉM & CIRNE, 2017). Questiona-se, inclusive, até onde a “dança da bancada”, se melhor podemos chamar assim diante de sua frequente movimentação no estúdio, de fato pode ser vista como um fim exclusivamente voltado para melhor diálogo

com a audiência. O que se vê, na realidade, é que diante de uma sociedade mais conectada em termos tecnológicos (JUNIOR, 2009), a bancada, enquanto componente central do estúdio, se torna obsoleta. Daí a necessidade de dividir espaço com recursos mais compatíveis e próximos da cultura contemporânea, como os grandes telões e os dispositivos móveis que ficam às mãos dos apresentadores, entre eles o *tablet*. São elementos visuais que criam, inclusive, sentidos de coerência com a intensificação de formatos que visam a participação das audiências, evidenciada pela utilização de aplicativos virtuais de envio de conteúdo e sugestões (MUSSE & THOMÉ, 2015).

Um segundo ponto de reflexão consiste no surgimento de um “campo problemático” teórico-conceitual que tais mudanças promovem quando confrontadas com valores de firmação do campo profissional jornalístico. Quando se estabelece noções como objetividade, isenção, distanciamento e imparcialidade (SCHUDSON, 2010; TRAQUINA, 2004, 2008) enquanto princípios que conduzem a prática jornalística, como lidar com a incorporação de recursos, como o testemunho dos jornalistas, que atuam na promoção de sentidos contraditórios através da expressão de emoções, de opiniões e da própria proximidade em suas distintas possibilidades de emergência? É como se o jornalismo assumisse, nas entrelinhas do noticiário, que para concretizar a autenticação do real nas performances e na linguagem dos jornalistas fosse preciso incorporar as subjetividades que perpassam pela sociedade e pelos seus públicos – mesmo que não abra mão do discurso de objetividade, verdade e isenção em seus princípios editoriais (GLOBO, 2011). Essa tensão é ainda mais problemática nos estudos que lidam com a proximidade no jornalismo local e regional, que será discutida com maior profundidade posteriormente.

Por fim, o terceiro eixo de reflexão se ancora na necessidade de se perguntar como tais mudanças nos telejornais locais e regionais tem relação com as demandas do público. Essa articulação se torna inevitável pelo lugar que o interesse público adquire no jornalismo. Partimos da concepção de Juliana Gutmann de que o interesse público é abordado como um dos valores do jornalismo moderno em conjunto com a atualidade, sendo caracterizado enquanto “um determinado modo de enquadrar os assuntos de relevância popular em um determinado tempo e contexto social” (2012, p. 42). Assim, o conceito é elaborado como uma construção sociocultural. No caso dos telejornais locais e regionais, os dois primeiros eixos de discussão – o da tecnologia e o das performances corporal e linguística em diálogo com a composição estética – podem ser vistos como catalisadores que os noticiários recorrem para atender (ou demonstrar que atendem) o que

compreendem como interesse público. Os jornalismo locais geralmente possuem a característica de abordarem pautas relativas a bairro, serviços, assuntos do cotidiano e de personalidades locais (BARKIN, 1987, PERUZZO, 2005, DORNELLES, 2008; 2012) e por isso o papel da proximidade com os públicos adquire uma importância estratégica nesse âmbito (CAMPONEZ, 2001). A partir do instante em que as tecnologias possibilitam uma maior participação das audiências e a linguagem e composição cenográfica se tornam mais semelhantes ao cotidiano dos telespectadores, ocorre também, como consequência, uma conformação do interesse público pela identificação. Essa conformação é caracterizada pela formação de um imaginário de que o jornal é construído também com a participação dos telespectadores, numa menção à relevância popular evidenciada por Gutmann (2012). É como se os telejornais buscassem uma (pseudo) apropriação por parte dos telespectadores enquanto produtores de conteúdo e “razão social” do noticiário local e regional. Essa relação pode ser um caminho para compreender o porquê de alguns telejornais de emissoras comerciais afirmarem serem provedores de um jornalismo de comunidade (DORNELLES, 2012), mesmo que não tenham membros da “referida” comunidade entre seus produtores, editores ou repórteres.

CAPÍTULO 3: TELEVISÃO E ESPAÇOS TELEVISIVOS

O histórico da mídia televisiva e o percurso de observar a construção dos efeitos do real nos programas telejornalísticos locais e regionais fazem emergir uma pergunta central: de que televisão estamos falando? Levantar elementos que permitem refletir sobre esse questionamento nos aponta para a existência de uma pluralidade de espaços televisivos, cujas composições lidam com realidades construídas pela própria televisão. No entanto, estes espaços não operam numa lógica isolada, pelo contrário, têm relações com a sociedade, com a cultura e com o próprio telespectador. Assim, o cotidiano opera de forma determinante na conformação de tais espaços: por um lado, é tematizado pela televisão e, concomitantemente, a TV também faz parte do cotidiano social e, por isso, se adapta à rotina do espectador. Neste capítulo nos propomos a observar os elementos de composição dos espaços televisivos, como os corpos, as performances, a retórica da transmissão direta e as temáticas que fazem da TV uma mídia que fala do cotidiano.

A articulação entre cotidiano e televisão é fundamentada por teorias que fazem um contraponto àquelas que se amparam num certo determinismo tecnológico. Se Marshall McLuhan (1994) e Neil Postman (2004), por exemplo, sustentam a famosa frase de que “o meio é a mensagem”, numa referência de que a tecnologia é mais importante na configuração dos sentidos midiáticos do que a própria mensagem, fazemos coro à crítica de autores dos Estudos Culturais, como Raymond Williams (2016), de que o surgimento e a manutenção de determinada tecnologia, no nosso caso no interesse específico da televisão, é resultado de um processo histórico-cultural – e por isso sua inserção na sociedade tem relação com o cotidiano e com a história social das mídias.

As contribuições de Williams em *Televisão: tecnologia e forma cultural* (2016), em especial nos dois primeiros capítulos *Tecnologia e sociedade* e *Instituições da tecnologia*, quando se dedica a abordar a televisão enquanto instituição cultural, fornecem pistas interessantes que justificam o esforço de compreender a relação da mídia com o cotidiano e, posteriormente, o impacto no jornalismo. O autor inglês faz uma crítica a visão determinista sobre a tecnologia e defende que a televisão surge e se desenvolve paralelamente às transformações sociais e culturais dos séculos XVIII, XIX e XX. Entre elas, a sociedade moderna, a eletricidade, a quebra das barreiras geográficas com a melhoria dos transportes, a indústria, o desenvolvimento da imprensa, o telégrafo e a consolidação do rádio. Uma característica particular dos sistemas de comunicação, sustenta ele, é que todos foram previstos – não de modo utópico, mas de forma técnica e

social – antes que os componentes essenciais dos sistemas desenvolvidos fossem descobertos de fato.

Segundo Williams (2016), o sistema de comunicação não nasce direcionado ao público, mas sim às melhorias das tecnologias de comunicação militares e para fins comerciais. A necessidade de desenvolvimento para o público ocorre a partir da centralização do poder político, já que “em uma sociedade em mudança, especialmente após a Revolução Industrial, problemas de perspectiva e orientação sociais tornaram-se mais agudos” (WILLIAMS, 2016, n.p). Assim, a radiodifusão surge para atender a uma sociedade em formação no período pós Primeira Guerra Mundial. Algo curioso, é que no rádio e na televisão ocorreram primeiro o investimento nos meios de distribuição para, posteriormente, definirem qual seria o conteúdo (WILLIAMS, 2016). Essa pontuação direciona os olhares para observar como os produtores de conteúdo iriam formular estratégias para tornar a televisão parte do dia a dia da sociedade até chegar numa perspectiva em que as pessoas sentariam em frente ao televisor para o simples ato de assistir à TV nela mesma, como defenderia Umberto Eco (1984) no contexto do surgimento das TVs independentes na Europa na década de 80.

A adesão das pessoas à televisão se dá num primeiro momento à necessidade de ter informações sobre o próprio cotidiano – algo que de certa forma também já ocorria no impresso e no rádio. Para sustentar o âmbito privado típico do lar da vida moderna, era preciso saber o que acontecia para além de suas paredes, como aspectos ligados a emprego, preços, depressões econômicas e às guerras (WILLIAMS, 2016). Portanto, a televisão deveria falar do cotidiano e de assuntos que tivessem relevância para os telespectadores. Porém, ressaltamos que a televisão se desenvolveu de forma particular conforme diferentes sociedades: as instituições ligadas à comunicação são distintas se comparadas entre diferentes países (ou realidades socioculturais). No caso da Inglaterra, por exemplo, nasce centralizadora e pública. Nos Estados Unidos, onde o discurso do liberalismo econômico se mostra mais enraizado, a TV comercial se torna mais atenuante (WILLIAMS, 2016). No Brasil, conforme descrito no capítulo anterior, também há predomínio de emissoras privadas – ocasionando no cenário local um sistema baseado na afiliação e engessamento da grade de programação das emissoras. Neste âmbito, Raymond Williams reforça que a produção televisiva local é cara se comparada com programação importada, como filmes e franquias.

De forma geral, teóricos dos Estudos Culturais (WILLIAMS, 2016, GOMES, 2011), defendem que a televisão está inserida na vida cotidiana, permitindo inclusive

afirmar que nasce a partir de uma configuração sociocultural específica. Assim, mesmo a TV sendo capaz de criar um mundo próprio, que denominamos de espaço televisivo, é necessária a interlocução com a realidade social para que este mundo seja reconhecível. Uma perspectiva que permite observar essa relação é a da neotevê (ECO, 1984).

A concepção da neotelevisão é descrita por Umberto Eco numa comparação com a paleotelevisão. Esta última seria o retrato do primeiro “modelo” de televisão, que pregava o discurso de falar do mundo exterior (janela) e lidar com o espectador enquanto membro de uma coletividade. Já a neotelevisão falaria sempre a partir de si mesma e do contato que estabelece com o público (ECO, 1984). Isso não quer dizer que a neotevê não teria interlocução com a sociedade: uma de suas características seria justamente a de considerar a inserção da mídia televisiva no cotidiano do espectador – que agora é visto como individualizado. Leal e Valle (2008) ressaltam que a marca da proximidade se torna central nessa concepção de televisão, já que “o espaço televisual se confunde com o do cotidiano, através da relação afetiva e convivial do espectador. Assim, se num primeiro momento, a televisão se apresentava como hierárquica e contratual, cada vez mais se torna ‘um lugar de vida’ para o espectador” (LEAL & VALLE, 2008, p. 2). O que nos chama atenção nessa afirmação é que a maneira da neotelevisão operar seria através de um espaço televisivo autorreferencial, “movida pelo contato com o espectador e pela constituição de um ‘espaço liminar’ que estabelece a continuidade do espaço do vídeo com o da casa” (2008, p. 3). Entre os elementos constituintes desse espaço, estariam os diferentes olhares para a câmera, a construção de um sentido de verdade em seus enunciados, o papel das fontes na configuração do efeito de veracidade, os eventos encenados para televisão e a performance dos apresentadores (ECO, 1984).

Devido à data de publicação do trabalho de Eco (1984), é necessária uma ressalva sobre o fato de que a televisão de hoje é diferente daquela preconizada como neotevê. Mas a concepção é interessante por propor a existência de um espaço televisivo que surge a partir do diálogo com os espaços sociais e a interação com os espectadores. Neste sentido, consideramos oportuna a identificação dos componentes do espaço televisivo que de certa forma refletem (e demarcam) o cotidiano na TV contemporânea. Para isso, é preciso compreender a própria relação da televisão com as demais mídias e com o público. Desde a década de 80, com a popularização do computador e a revolução digital na década seguinte, há uma reconfiguração do sistema midiático e da forma de delinear a posição do espectador diante das diferentes mídias. Scolari (2015) diz que o surgimento de uma nova mídia e sua ascensão à condição dominante faz com que todas as outras passem a

se organizar e a definirem suas lógicas de funcionamento de acordo com a nova. Foi assim com o impresso, que instaurou uma lógica industrial de consumo de informações e do surgimento de uma nova classe profissional. Depois com o rádio, emergindo a lógica da instantaneidade, cujos jornais impressos tiveram que se adaptar. E posteriormente, com a televisão, as imagens em movimento consumidas no âmbito privado.

De forma mais recente, o surgimento das mídias digitais também modificou as lógicas de operação do rádio, da televisão e do impresso, incluindo as maneiras como essas mídias se relacionam com o espectador – que na nova configuração do “ecossistema” midiático passa a ser considerado um usuário¹⁶ devido ao seu papel ativo, conforme enfatiza Newton Cannito (2010) na discussão sobre a TV digital. É neste sentido que obras contemporâneas que tem se tornado referenciais, como *Cultura da Convergência* de Henry Jenkins (2008), apontam para uma convergência cultural e técnica em que cada vez mais os usuários assumem o posto de produtores de conteúdo, sendo um exemplo, o surgimento de narrativas transmídias que lidam com o atravessamento da mensagem nas diferentes mídias e com o comportamento ativo do usuário. No quadro a seguir (TAB. 2), Martino (2015) sistematiza a transformação do emissor, das mídias, da linguagem e do receptor em concepções teóricas-comunicativas distintas:

TABELA 2 - A transformação das mídias e do emissor em diferentes teorias das comunicações

| | Indústria Cultural | Cultura das mídias | Mídias Digitais |
|------------------|--|---|--|
| Emissor | Empresas de mídia Estado: política cultural | Produções locais independentes | Indivíduos, grupos e redes |
| Mídias | Larga escala. Cinema, TV, rádio, imprensa e audiovisual | Larga e média escala. Cinema, TV, Rádio, Imprensa e Audiovisual | Larga, média, micro. Mídias digitais e ciberespaço |
| Linguagem | Acessível à massa | Nichos de mercado e consumo específico | Híbrida: hipertexto, multimídia e personalizada |

¹⁶ Nesta tese utilizamos tanto o termo usuário como telespectador para designar a experiência do sujeito com a televisão, seja no televisor ou através das novas mídias. Acreditamos que um usuário não deixa de ser telespectador quando consome e participa de produções feitas para (e a partir da) televisão.

| | | | |
|-----------------|---------|-----------------------------------|--------------------------------|
| Receptor | Passivo | Ativo, já que articula a mensagem | Audiência produtiva (criativa) |
|-----------------|---------|-----------------------------------|--------------------------------|

Fonte: MARTINO (2015, p. 159), com adaptações do autor.

Nos interessa neste esquema apontar que a televisão, ao longo dos anos, passou a interagir com outras mídias de modo distinto e o acesso deixou de depender apenas de um equipamento: o televisor. Essas mudanças, que tomaram fôlego principalmente a partir dos anos 2000 com a expansão do acesso à internet via banda larga, permitindo a veiculação de vídeos na mídia digital, também transformaram a experiência de ver televisão. A TV contemporânea pode ser acessada *on demand*, através de sites de *streaming*, como o YouTube, ou de serviços pagos que também atuam como produtores de conteúdo, como a Netflix e a GloboPlay. Algumas emissoras, inclusive, têm se aliado ao YouTube para fazer transmissões simultâneas ao sinal aberto, como é o caso da TV Bandeirantes (Band) no debate entre os presidenciais nas eleições de 2018.

A mobilidade e a portabilidade são outros fatores que alteraram a experiência de ver TV. Segundo Cannito (2010, p. 102) a mobilidade se refere a transmissão para televisores portáteis, como os presentes em automóveis, já portabilidade diz respeito à possibilidade de assistir TV em dispositivos móveis, como celulares e *tablets*. Omar Rincón (2011) afirma que habitamos o tempo das múltiplas telas e ecrãs, diversificando as estéticas televisivas, os formatos e a presença de identidades. Na televisão contemporânea, “todos podem participar/fazer a televisão. O que importa é a proximidade, a vitalidade, a emoção e o imprevisto” (RINCÓN, 2011, p. 45).

Em relação às possibilidades de interação da audiência, Canitto (2010) propõe cinco níveis na televisão da era digital: 1) *Escolher o programa*: o usuário pode interromper o fluxo televisivo para selecionar os programas que quer assistir. Essa nova forma de experienciar a TV muda a percepção de fluxo (WILLIAMS, 2016) para pensar a grade televisiva enquanto arquivo; 2) *Bater um papo*: a televisão possibilita uma conversa imediata entre diferentes usuários que comentam em tempo real sobre o que é exibido; 3) *Participar*: o telespectador pode votar e mandar cartas para ser premiado – se trata de um tipo de participação mais primitiva da televisão e que se tornou popular no Brasil com os programas de auditório; 4) *Mudar o programa*: pode escolher a câmera, a trilha ou mesmo a narrativa (narrativa interativa). É diferente da participação por cartas ou votos pois a escolha é individual/personalizada e não coletiva; 5) *Ter possibilidade de*

criar: é a forma mais profunda de interatividade, pois o usuário pode intervir sobre a obra original de acordo com seus interesses (CANNITO, 2010, p. 148-149).

Sobre esses diferentes níveis de interatividade elencados por Canitto (2010) é preciso algumas considerações com fins de atualização devido à época de publicação da obra, há quase 10 anos. Num primeiro momento, verifica-se que o autor se debruça principalmente no potencial da TV Digital – isto é, um sistema de televisão que começou a ser implementado em 2007 no Brasil. Entre as promessas da TV Digital estavam a melhoria da qualidade de imagem, a interação e a multiprogramação. Conforme já discutido nesta tese, atualmente as emissoras privadas tem optado apenas pela transmissão em alta definição – sendo a interação e a multiprogramação ainda distantes da experiência do usuário.

Sobre o primeiro nível de interatividade, a escolha do programa tem sido possível através dos serviços *on demand*, como a Globo Play. Utilizando-se da conexão de internet e até mesmo de equipamentos que fazem parte do movimento Internet das Coisas (*Internet of Things*), como as *Smart TVs*, o usuário pode estabelecer seu próprio fluxo de consumo televisivo. A TV Digital ainda não permite “bater um papo”, como previa Cannito em 2010 como seu segundo nível de interatividade. Mas através da exibição na internet esse canal de interatividade se torna possível. Tendo em vista esta dinâmica, Yvana Fechine afirma que “uma das transformações mais significativas da televisão, no ambiente de convergência de mídias e no cenário da cultura participativa, é a sua articulação com a Internet” (2017, p. 86).

Uma outra característica dessa televisão cada vez mais conectada com a internet é o que alguns autores vem denominando de *social TV* ou TV social (FECHINE, 2017; SIGILIANO & BORGES, 2017). O conceito surge nos anos 2000 articulado às possibilidades de interação pela TV Digital. No entanto, posteriormente, se torna mais amplo ao incorporar também experiências de compartilhamento entre as pessoas (em diversas mídias) a partir do conteúdo exibido pela televisão (FECHINE, 2017). Um exemplo desse tipo de experiência é o *tagueamento* (BERTOCCHI, 2017) via *hashtags*, de assuntos que estão sendo transmitidos na televisão. Por meio dos *trending topics* (assuntos populares) é possível saber quando a televisão pauta uma temática de discussão nas redes digitais. Assim, se Vizeu et al. (2006) diziam que a televisão, com foco nos estudos do jornalismo, figuraria uma praça pública por se constituir como um espaço privilegiado de construção social da realidade e por implicar aspectos políticos, sociais e econômicos, agora é preciso repensar numa expansão desse lugar de debate e conversa,

já que se torna ainda mais efetivo com o advento das redes sociais na internet (RECUERO, 2011). Ressaltamos, no entanto, que apesar dos novos espaços, oriundos principalmente devido às mídias digitais, a TV ainda pode ser vista como uma praça pública devido ao massivo acesso na realidade brasileira.

Sobre a possibilidade de mudar o programa, o quarto nível de interatividade de Cannito (2010), algumas, poucas, transmissões televisivas tem possibilitado a escolha de câmeras. Os exemplos são as transmissões de jogos de futebol e de *realities shows*, ambos os casos através da televisão paga. Na televisão aberta são raros os casos do uso desse recurso. A mesma situação se repete com o quinto nível, a respeito da “possibilidade de criar”. Produções ocasionais feitas para a TV paga, geralmente na área do entretenimento, tem possibilitado essa experiência de forma ainda limitada. É o caso do filme *Black Mirror: Bandersnatch*, produzido pela Netflix e lançado em 2018 via *on demand*. Nele, o usuário pode escolher o rumo da narrativa através do controle remoto. No entanto, frequentemente, ao escolher uma determinada opção a narrativa se encerrava de forma precipitada, o que o forçava a voltar num ponto de decisão para escolher a outra alternativa – o que demonstra uma interatividade limitada.

A integração entre diferentes mídias tem criado formatos dinâmicos no telejornalismo. Um exemplo foi o *iReport for CNN*, analisados por Alzamora et al. (2015). A seção de jornalismo colaborativo no site da CNN.com permitia que os usuários (os *iReporters*) colaborassem com informações para coberturas específicas, como o caso das manifestações de junho de 2013 no Brasil. Uma vez por mês, as coberturas mais relevantes e de maior repercussão eram incluídas num programa de meia hora exibido no canal de TV da CNN nos Estados Unidos. As autoras afirmam que mesmo com a mediação jornalística, “a dinâmica sociocomunicacional das redes sociais online interfere no circuito de produção e circulação de informações jornalísticas” (ALZAMORA et. al, 2015, p. 217). É curioso que no final do ano de publicação do trabalho de Alzamora, et. al (2015) a CNN anunciou a suspensão do modelo de participação do *iReport*. Na época o portal britânico Digiday¹⁷ afirmou que o motivo era a competição com o conteúdo disponibilizado nos sites de redes sociais.

Diante dos níveis de interatividade propostos por Cannito (2010), consideramos que são importantes por demonstrar que a configuração do espaço televisivo contemporâneo perpassa cada vez mais pela inclusão do telespectador. No entanto, é

¹⁷ Defeated by social media, CNN overhauls iReport. Disponível em: <<https://digiday.com/media/cnn-citizen-journalism-platform-bows-social/>>. Acesso em: 10 jun 2019.

preciso cautela com tais classificações, já que a participação e a inclusão do espectador não acontecem exclusivamente a partir das lógicas midiáticas. Os processos midiáticos, incluindo os canais de participação, mudam à medida que as condições de produção, consumo e circulação se alteram. O usuário, portanto, é um agente entre outros no universo televisivo e por isso não pode ser abordado como um simples praticante de uma interatividade que aparenta ser moldada única e exclusivamente pela lógica televisiva.

Assim, pensar num telespectador como um agente (e usuário) é considerar que nem sempre assiste televisão no “aparelho televisor”, e quando o faz, possivelmente estará interagindo com as segundas telas criando *hashtags* e compartilhando conteúdo. Este usuário tem a possibilidade de criar conteúdo para ser enviado para os programas ou mesmo para postar em suas páginas nos sites de redes sociais. E os assuntos que começam a ser discutidos nos programas de TV raramente deixarão de ter repercussão nos ambientes *off* e *online*, mesmo que tal dicotomia não se apresente como a melhor forma de descrever as repercussões das mensagens e as apropriações midiáticas.

3.1 O corpo na tevê e as implicações no jornalismo

Nos espaços televisivos o corpo ocupa diferentes papéis. Mais do que construir enunciados, que geralmente servem de mediação entre os acontecimentos sociais e os usuários, em sua performance também carrega códigos sociais (LEAL, 2006). Utilizando-se dos estudos de Miriam Goldenberg, Leal (2006) afirma que o corpo é coberto de significados e, conseqüentemente, reflete aspectos socioculturais que são interiorizados. "Diante de uma imagem, num telejornal ou na telenovela, por exemplo, menos um fragmento do ‘real’ ou a reprodução de gestos e expressões ‘naturais’, verifica-se a performance de um corpo, escrito sob as regras das mídias, dos poderes e das culturas" (LEAL, 2006, p. 145).

Leal (2006, p. 148) afirma que a performance dos corpos na mídia ocorre através de dois movimentos simultâneos: num primeiro, através da atuação do corpo que incorpora códigos sociais, e num segundo, no tempo-espço na recepção. Portanto, a perspectiva do corpo enquanto texto aponta que os significados da performance emergem também no contato/consumo do usuário com a mídia numa determinada situação sociocultural. É preciso considerar ainda que o texto, segundo Abril (2012), também pode ser considerado um ator, pois existem relações de poderes em questão, reconhecendo que há um jogo de persuasão que, numa inserção sociodiscursiva, orienta, até certo ponto, o

olhar do sujeito. Portanto, as performances também podem ser simuladas e elaboradas conforme um objetivo – mesmo que o intuito seja criar uma imagem de si ou da instituição a qual o corpo representa numa situação comunicativa.

Eliseo Verón em *El cuerpo de las imágenes* (2001) demonstra a intenção dos atos performativos na política, envolvendo as estratégias de debate entre os candidatos à presidência francesa nas décadas de 70 e 80. Na obra, observamos dois conceitos-chave que fornecem elementos para pensar a performance dos corpos na televisão: o *espacio umbilical* e a *enunciación didáctica*.

Para Verón (2001) desde os primeiros noticiários, o contato olho no olho marcou a especificidade do corpo na TV. O condutor, inicialmente, como um ventríloquo, aparecia diante de um fundo neutro e o enquadramento era fechado, sem que mostrasse os braços e as mãos. O fato de Verón chamá-lo de ventríloquo diz muito sobre a tentativa dos telejornais de apagar as expressões dos apresentadores. Com o passar dos anos, o corpo começou a se expor de forma mais atenuante, emitindo mais signos e expressões. Ao mesmo tempo, os estúdios passavam a ser mais amplos, valorizando os corpos dos sujeitos de fala. Neste processo, surgia também o espaço de contato, e com ele, “o eixo ao redor de qual todo o discurso viria a ser construído para encontrar sua credibilidade: o eixo da mirada, o olho no olho” (VERÓN, 2001, p. 21, tradução nossa). O espaço umbilical, nosso primeiro conceito de discussão sobre a obra de Verón (2001), seria, portanto, o espaço em que os sujeitos de fala teriam no estúdio para estabelecer o contato, o olho no olho com os espectadores. Verón elabora tal convicção utilizando-se da política, uma temática em que o jogo de persuasão é determinante para convencer os eleitores. Gutmann (2012) reforça tal percepção no caso dos telejornais organizados em rede. A pesquisadora afirma que “ao olhar para a câmera, o telejornal, pela figura do mediador, nos aproxima do que é dito, colocando-nos como interlocutor primeiro da sua fala, de modo a nos convencer de que podemos crer no que vemos” (2012, p. 124).

No entanto, no jornalismo o uso de tal estratégia tem se tornado objeto de discussão diante da linguagem mais descontraída adotada pelos telejornais regionais. Vargas (2013) constatou que tem sido frequente os apresentadores virarem de costas para o espectador, geralmente no momento de chamar ou conversar com um repórter por intermédio do telão, perdendo assim o contato “olho no olho”, mesmo que por segundos. “Do ponto de vista corporal, dar as costas ao público, até pouco tempo atrás era inadmissível. Na nova cena isso não é recriminado, ou melhor, é adotado com frequência no sentido de efetivar ainda mais o tom dialógico na enunciação” (VARGAS, 2013, p.

220). A autora explica que essa forma de apresentar é mais próxima do comportamento cotidiano, dos encontros e do contato com o outro. Assim, identifica-se que tal estratégia possibilita orientar o olhar do usuário para uma espécie de *continuum* espacial do telejornal para além do estúdio, um olhar para a janela do mundo exterior simbolizada por meio do telão. Neste aspecto, o corpo do apresentador, conforme cita Vargas (2013), aparece quase em sua integridade demonstrando que ele, assim como o usuário, também está acompanhando o que se passa nessa “janela”.

Esta situação ainda nos chama a atenção para observar os corpos na especificidade dos telejornais. Gutmann (2012) adota a expressão “sujeitos de fala” para designar os corpos que participam e que de certa forma concedem voz ao noticiário. Assim, inclui a presença de colaboradores, repórteres, comentaristas, apresentadores e entrevistados. Chamamos a atenção para dois desses sujeitos de fala: os apresentadores e os repórteres, por serem indispensáveis na produção do telejornal – sem que se desmereça os demais sujeitos que também possuem importância. É preciso demarcar que os corpos dos jornalistas que participam do noticiário possuem diferenças em seus sentidos midiáticos, resguardando, inclusive, uma hierarquia na enunciação.

O apresentador possui uma imagem com maior ênfase institucional, geralmente é chamado de a “cara do telejornal”. Ele também tem a função de costurar o noticiário, chamando matérias, entrevistando convidados e demarcando o ritmo. Assim, se posiciona no topo da enunciação comunicativa do programa, sendo também “responsável por delegar o comando da enunciação ao repórter, hierarquicamente a segunda representação empírico-comunicativa de um telejornal” (GUTMANN, 2012, p. 124). Enquanto a figura do apresentador é mais vinculada ao próprio telejornal, a performance do repórter tem maior abertura à subjetividade (VILAS BÔAS, 2018) – principalmente pela proximidade física e emocional dos corpos com os acontecimentos sociais, apesar desse fator não excluir o vínculo institucional.

Neste ponto elencamos duas considerações. A primeira é que, se os corpos incorporam códigos sociais (LEAL, 2006), no caso da televisão tais códigos também incluem àqueles impostos pelos valores corporativos, através de manuais de redação e códigos de conduta. A Rede Gazeta, afiliada da Rede Globo no Espírito Santo, por exemplo, possui um manual intitulado Rede de Valores (2016). Além de uma longa lista de condutas esperadas pelos funcionários nas redes sociais e no tratamento da informação no jornalismo e no entretenimento, o diretor-geral da organização, Carlos Lindenberg Neto, afirma que o objetivo principal é “nortear o trabalho de todos os profissionais da

Rede Gazeta, que farão uso do bom senso para interpretar as normas e usá-las no seu cotidiano” (GAZETA, 2016, p. 3). Assim, as performances do apresentador e do repórter na televisão são também reflexo de uma política (e imagem) institucional. Mas consideramos tais códigos como secundários. Num primeiro nível, no caso do telejornalismo, prevalecem os próprios códigos que se referem ao jornalismo enquanto campo profissional e instituição. Essa hierarquização se torna coerente pelo motivo de muitas das normas corporativas serem baseadas nos valores do jornalismo moderno, no caso da Rede Gazeta, estão a independência, a democracia e a pluralidade (GAZETA, 2016, p. 7). Outros valores que sustentam o jornalismo enquanto instituição sociocultural, são a objetividade, a atualidade, o interesse público e os discursos de credibilidade e de isenção (SCHUDSON, 2010; GUTMANN, 2012).

O segundo ponto de reflexão, que por sua vez problematiza o primeiro, é que cada vez mais a figura do repórter tem compartilhado emoções e impressões pessoais na construção do contrato comunicativo com o telespectador – sendo, portanto, mais uma expansão da retórica de articulação entre o espaço da televisão e o do receptor. Chamamos de contrato, pois, conforme cita Emerim (2008) no caso da entrevista, a enunciação se estabelece através de um conjunto de regras firmadas entre o programa e o telespectador. Se por muitos anos o telejornalismo firmava tal contrato através da neutralidade dos corpos (sem que se exclua seus gestos significantes, pois o sentido de neutralidade também é resultado da performance), agora nota-se uma mudança desse aspecto ao se priorizar um repórter “gente como a gente” (VILAS BÔAS, 2018)

Valéria Vilas Bôas (2018) analisa as marcas da performance de atuação dos repórteres de televisão¹⁸ no Brasil. A pesquisadora demonstra que o comportamento dos jornalistas tem relação com uma história sociocultural geralmente marcada por disputas, englobando aspectos políticos, culturais e da própria comunicação. O período ditatorial, por exemplo, estabeleceu a convenção da objetividade na atuação do repórter televisivo como uma forma de suprimir valores que não estivessem em concordância com a sociedade contemporânea à época (VILAS BÔAS, 2018, p. 344). Atualmente, ao analisar programas informativos, a pesquisadora identifica que os modos de atuação dos repórteres

¹⁸ Vilas Bôas desenvolve seu estudo com base na performance dos repórteres dos programas *A Liga*, da Rede Bandeirantes, *Profissão Repórter*, da Rede Globo, e *O Infiltrado*, do History Channel.

convocam sentidos de partilha de uma proximidade com seu público através da referência a características que lhes constituem enquanto sujeitos singulares – desde a reação emotiva a uma reportagem sobre o reencontro entre uma mãe usuária de *crack* e sua filha, até uma discussão racial que se impõem enquanto pauta jornalística pelo fato de que a presença de uma apresentadora negra tenha suscitado manifestações racistas de espectadores do programa (VILAS BÔAS, 2018, p. 348).

A justificativa de Vilas Bôas (2018, p. 348) para compreender o repórter da televisão contemporânea se ancora nos estudos de Jesus Martín Barbero e Dominique Mehl, que apontam que a operação dos meios de comunicação também perpassa pela subjetividade e por disputas, tensionando relações entre público-privado e pessoal-político. A autora propõe então considerar a atuação do profissional que faz a reportagem como um *repórter-personagem*, já que ele participa da construção da notícia enquanto um sujeito que também compartilha e expressa suas experiências. Neste cenário a subjetividade se torna presente, rompendo a dicotomia com a objetividade, cuja retórica continua permeando os processos jornalísticos.

Diante da discussão dos corpos nos telejornais, passamos ao segundo conceito-chave citado por Verón (2001, p. 31), o da *enunciação didática*. Esta perspectiva é desenvolvida com referência ao comportamento do presidenciável da centro-direita da França, Valéry Giscard d'Estaing, num debate eleitoral em 1974. Segundo a estratégia enunciativa, um candidato desenvolve sua performance como se fosse superior, em termos do saber, em relação ao seu adversário, atuando como um professor ou um pedagogo diante de um aluno – o que acentua a inferioridade do seu adversário. Esse modo de enunciar teria sido, segundo Verón (2001), um dos recursos que levou a vitória de Giscard nas eleições daquele ano.

O que nos instiga neste processo é o reconhecimento do discurso pedagógico como uma característica da televisão e os sentidos que emergem a partir deste modelo de enunciação. Muitos exemplos que corroboram essa hipótese estão presentes no campo profissional do telejornalismo. O editor-chefe e apresentador do *Jornal Nacional* da TV Globo, William Bonner, por exemplo, afirma em seu livro *Jornal Nacional - Modo de Fazer* que a razão de ser do jornalismo é a de alargar os horizontes do telespectador (BONNER, 2009, p. 19). Já Paternostro (2006, p. 75) diz que a “a TV mostra e o telespectador vê: ele entende, se informa e amplia o conhecimento”. Tais discursos nos levam a crer que o caráter pedagógico também atravessa os processos jornalísticos.

Mas é preciso realizar algumas ressalvas, principalmente quando se elabora um paralelo entre a forma como a enunciação pedagógica é preconizada por Verón e como é

utilizada no jornalismo. Um caso que permite refletir sobre esse raciocínio foi quando William Bonner comparou o telespectador do *Jornal Nacional* com o personagem Homer Simpson, do desenho animado *Os Simpsons*, durante uma reunião de pauta em 2005 com a presença de acadêmicos da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). O então professor da instituição, Laurindo Leal Filho, escreveu à época na revista Carta Capital um texto¹⁹ que relatava sobre o perfil do telespectador do *Jornal Nacional* segundo o editor-chefe: “constatou-se que ele [o telespectador] tem muita dificuldade para entender notícias complexas e pouca familiaridade com siglas como BNDES, por exemplo. Na redação, foi apelidado de Homer Simpson” (LEAL FILHO, 2005, n.p). Leal Filho descreveu que o perfil de Homer Simpson era o de pai de família que ficava no sofá, comendo rosquinhas, preguiçoso e com raciocínio lento.

Diante da crítica, Bonner (2009) dedicou sete páginas em seu livro para rebater Leal Filho e afirmou que o objetivo era o de ilustrar o telespectador “chefe de família trabalhador, protetor, classe média, nível intermediário de instrução, cansado ao fim do dia” (2009, p. 223). Nesta seção, Bonner não deixa de lado o aspecto pedagógico do jornal, mas enfatiza uma relação horizontal em que, teoricamente, não haveria hierarquia entre o telespectador e os jornalistas. Como exemplo, cita que diante da incompreensão de alguma notícia, o telespectador não haveria por que se sentir envergonhado, já “que ele não falhou ao não compreender alguma notícia. Que o fracasso foi nosso, porque é nossa a obrigação de levar a ele os fatos do dia numa linguagem adequada – e com um nível de detalhamento que lhe permita entender tudo” (BONNER, 2009, p. 217). Apesar da retórica, é preciso cautela com o discurso de uma relação horizontal com o telespectador, já que o *Jornal Nacional* sequer disponibiliza um canal de contato direto com a audiência. E até mesmo os de pesquisa, como o Globo Universidade, falham em não atenderem a solicitação dos acadêmicos.

Não temos o intuito de tomar partido nesta disputa em que por um lado se posicionam membros da academia e do outro representantes do campo profissional. O objetivo é o de apenas visualizar a presença da dimensão pedagógica do jornalismo e do discurso de horizontalização da relação entre os corpos figurados na televisão e o usuário. Essa particularidade do telejornalismo em relação ao que preconiza Verón (2001) pode ser explicado pelos objetos tomados pelo autor argentino. Verón se utiliza da observação

¹⁹ A íntegra do texto está disponível no site do Observatório da Imprensa. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/laurindo_lalo_leal_filho/>. Acesso em 11 de jun. 2019.

dos corpos na política em um debate eleitoral, em que a persuasão se torna chave para o convencimento do eleitor. Assim, a estratégia de minimizar o outro pode de fato ser efetiva. No jornalismo, a proximidade emerge como um valor notícia que permeia as diferentes fases de produção e exibição da notícia (AHVA & PANTTI, 2014). Alia-se a este fator o fato da audiência ser cada vez mais produtiva e criativa, produzindo também conteúdo e reduzindo a verticalização dos processos comunicativos. Esse contexto, portanto, se reflete na atuação dos corpos televisivos. Pesquisas como as de Vargas (2013) e Vilas Bôas (2018) demonstram tal tendência no jornalismo, com a figura do repórter e do apresentador cada vez mais humanizada e próxima dos aspectos simbólicos que fazem parte do cotidiano.

Cabe ainda pontuar que a performance nos programas informativos acontecem no efeito de transmissão direta. Yvana Fechine (2003), defende que a transmissão direta não se refere apenas ao emprego do “ao vivo”, de modo que a produção de seu efeito perpassa inclusive pelas unidades gravadas dos programas informativos. Fechine (2003) considera que a produção e a recepção simultânea das mensagens são os principais recursos na criação de um efeito de atualidade pela televisão. Os efeitos de sentido produzidos pela transmissão dependem do modo com os corpos, as temporalidades e os espaços se articulam no interior da notícia e, posteriormente, no próprio telejornal. Neste contexto, a autora propõe quatro grandes configurações enunciativas, a partir da delegação de voz, que se articulam na transmissão do telejornal contribuindo para o efeito constante de presente, como se todas reportagens, notas cobertas e entrevistas (unidades que compõem o enunciado englobado), mesmo que gravadas (neste caso seriam não-concomitante), tivessem o sentido de “estar acontecendo” no momento da transmissão do noticiário (no caso das notícias ao vivo, as unidades estariam em concomitância ao enunciado englobante) (FECHINE, 2003, p. 445).

As configurações do presente durativo no telejornal são assim descritas: 1) *Tempo real*: não há deslocamento temporal entre o apresentador e o repórter, é o caso da entrada ao vivo do repórter; 2) *Tempo atual*: quando há um deslocamento temporal, já que a notícia que o apresentador chama foi gravada, como reportagens e *stand-up*. Nesta unidade englobada pelo telejornal pode haver outros deslocamentos temporais, levando, nestes casos, a terceira e a quarta configuração do presente durativo; a) *Tempo real virtualizado*: quando o repórter num enunciado englobado constrói sua enunciação sem realizar um novo deslocamento temporal; b) *Tempo atual virtualizado*: quando o repórter

no nível englobado precisa realizar novo(s) deslocamento(s) temporal(is) para construir seu enunciado (FECHINE, 2003, p. 449-450).

No caso dos telejornais regionais é preciso fazer algumas inferências ao trabalho de Fechine (2013). A autora utiliza como objetivo de análise o então *SPTV*, da TV Globo de São Paulo. Consequentemente, cita que o telejornal (o enunciado englobante) é um programa que se faz enquanto se exhibe, numa clara referência à transmissão ao vivo, afirmando que “essa temporalidade corresponde à duração, continuamente no presente, na qual se dá a própria transmissão do telejornal; transmissão essa que, pela própria necessidade de atualidade do gênero, é *sempre direta*” (FECHINE, 2013, p. 445, grifos nossos). De fato os telejornais regionais da mídia hegemônica, produzidos pela TV Globo e suas afiliadas, são exibidos em transmissão sempre direta. No entanto, tal regra não pode ser considerada universal para os demais noticiários de escalas local e regional. Conforme cita Peruzzo (2005) um dos grandes entraves da comunicação local é a dificuldade financeira das emissoras. Assim, nem toda estação de TV local/regional tem condições para transmitir o programa ao vivo. A TV Viçosa do município de Viçosa, na região da Zona da Mata de Minas Gerais, por exemplo, durante anos gravava seu principal telejornal diário, o *Jornal Regional*, no período vespertino para ser exibido em sinal aberto na faixa das 19 horas. A estratégia era uma forma de suprir a carência de funcionários no turno noturno e evitar problemas técnicos na transmissão. No entanto, reafirma-se que mesmo não sendo transmitido “ao vivo”, o noticiário fazia uso de uma retórica de transmissão direta, como se estivesse sendo “de fato” ao vivo.

Neste sentido, ainda se inclui as novas formas de ver o telejornal através da internet e dos dispositivos móveis, visto que nem todos os telespectadores assistem os noticiários no aqui e agora de sua transmissão direta no canal aberto. O papel do usuário, aliás, é fundamental na emergência do tempo presente do telejornal, já que “a transmissão constrói um tempo e um espaço cuja existência se dá unicamente no momento em que o espectador estabelece com a TV ligada um regime qualquer de interação baseado na co-presença” (FECHINE, 2008, p. 118).

Este fenômeno, portanto, nos chama a atenção para duas afirmações. A primeira é que considerando a atualidade como um dos valores culturalmente construídos pelo jornalismo e a transmissão direta como uma das características da narrativa televisiva (GUTMANN, 2012), mesmo um telejornal sendo gravado, ele provavelmente fará usos de estratégias para construção de um sentido de transmissão direta. Essa constatação nos leva à segunda consideração: nos telejornalismos locais e regionais seria mais coerente

falar de uma *retórica da transmissão direta*, de forma a englobar emissoras que fogem do padrão hegemônico estabelecido pelo sistema comercial de afiliadas/rede do Brasil. Assim, mesmo as emissoras que não funcionam na lógica do telejornal conduzido por um apresentador (de fato) ao vivo podem (e provavelmente vão) incorporar elementos que criem um efeito do presente através da forma como os corpos, as diferentes temporalidades e os espaços são articulados.

3.2 O cotidiano na TV Factual

Diferentes correntes de estudos tem se debruçado em observar a relação entre a televisão e a vida cotidiana através da temática editorial. Jostein Gripsrud (1998) diz que o imediatismo e a assuntos que fazem parte da vida social sempre foram valores fundamentais da televisão. Assim, a TV teria sido estabelecida deste seu surgimento como a mídia mais próxima do real. O autor ainda menciona que a cotidianidade da televisão tem seus sentidos construídos na transmissão de um senso de contemporaneidade no contexto doméstico. Esses sentidos têm como base o discurso de janela para o mundo e a demanda do real pelas sociedades modernas (GRIPSRUD, 1998), apontamentos que também fazem parte da discussão de paleotvê e neotvê de Eco (1984). Tal concepção perpassaria pelos mais diversos gêneros televisivos. Os programas populares da *reality television*, por exemplo, têm como principal característica a abordagem de uma realidade (televisiva) baseada na vida real. Devido à presença de drama, emoção, voyeurismo e sensacionalismo, essa vertente da televisão também é conhecida como “televisão tabloide” (CASEY et al, 2008, p. 230). Annette Hill (2007, p. 215) a considera como sendo um “gênero feroz”, já que possui a ambição de atrair telespectadores de todo o mundo, numa clara desterritorialização de sua capacidade de atravessar os limites geográficos e de criar uma simulação da realidade.

Hill, numa obra que traz um extenso estudo de recepção, *Restyling Factual TV: audiences an news, documentary and reality genres* (2007), demonstra que alguns gêneros televisivos estão interligados (e hibridizados) devido a não-ficcionalidade e reafirma que os documentários e os noticiários lidam com assuntos da vida cotidiana. Tais formatos, assim como algumas modalidades dos programas de entretenimento, são pertencentes ao que denomina de *factual TV* ou TV factual, na tradução literal. Hill afirma que “os programas da TV factual são derivados das experiências de audiência e refletem o contemporâneo e a factualidade em um temporalidade específica” (2007, p. 5, tradução

nossa). Numa linguagem metafórica, a TV factual é como um guarda-chuva que envolve os gêneros televisivos que se fundamentam na realidade e nas temáticas factuais – excluindo assim os programas ficcionais, como novelas, séries e filmes²⁰. Constatase, ainda, que frequentemente Hill (2007) classifica a *factual TV* como um gênero híbrido.

O conteúdo da TV factual inclui reportagens, o vivo, os debates em estúdio, documentários, formatos com a presença de apresentadores e até mesmo as dramatizações de reconstrução de acontecimentos sociais (HILL, 2007). Entre as personas que fazem parte de tais programas, estão jornalistas, especialistas, políticos, celebridades, atores e o próprio público. A autora inglesa afirma que o contexto econômico, político e cultural influencia o conteúdo e a recepção da TV factual. Em relação ao jornalismo, aponta que as notícias da televisão não só agendam o debate público, mas também funcionam como um termômetro para descobrir sobre o que as pessoas estão conversando – já que é comum discussões que começam na internet ganharem os *script* dos telejornais.

De forma resumida, a tabela abaixo (TAB. 3) é resultado de uma sistematização dos dez conceitos-chave que compõem a transformação da TV factual preconizada por Hill (2007) na sua relação com a audiência:

TABELA 3 – Conceitos da *factual TV* segundo Annette Hill (2007)

| Conceito | Descrição |
|--|---|
| Factualidade (<i>factuality</i>) | É entendida como as experiências factuais que fornecem elementos pelas quais as instituições midiáticas operam, moldando, assim, a forma como os processos televisivos se desenvolvem. Enfatiza-se que na televisão factual, os espectadores não experimentam os gêneros isolados, mas sim como parte de uma ampla gama de gêneros que operam na lógica da factualidade. |
| A reescritura da factualidade (<i>restyling of factuality</i>) | A reconfiguração da <i>factual TV</i> a que Hill se refere está relacionada principalmente à mesclagem dos gêneros. Isso acontece, por exemplo, diante das narrativas <i>crossmedia</i> , em que as mensagens são distribuídas para diferentes mídias, podendo perpassar também por diferentes gêneros. Um segundo ponto da reestruturação da factualidade é que diante de um histórico da televisão pelo drama e pela espetacularização da realidade, atualmente a TV vive um movimento de volta à realidade mais orgânica, que suprima a espetacularização do real – consequência também de uma demanda dos usuários. |

²⁰ Ponderamos que até mesmo programas ficcionais lidam com aspectos simbólicos da sociedade e do cotidiano, como ressalta Lopes (2003) no caso das telenovelas.

| | |
|---|---|
| <p>Gêneros populares e públicos (<i>public and popular genres</i>)</p> | <p>Hill (2007) considera a divisão do público e do popular, enquanto temáticas, importante para avaliar a <i>factual TV</i>, mas ressalta que geralmente não há uma operacionalização de tais gêneros com estudos de recepção - no caso inglês. Considera-se que o primeiro é mais privilegiado de acordo com um ordenamento sociocultural no que tange à construção da realidade. No entanto, o gênero popular, como os <i>game shows</i>, tem maior audiência - o que explica a necessidade de sua valorização nas pesquisas da <i>factual TV</i>.</p> |
| <p>Verdade para a vida (<i>true to life</i>)</p> | <p>O discurso de verdade é uma das características definidoras da factualidade. A audiência classifica a <i>factual TV</i> de acordo com o que percebem ser natural ou relacionada à vida cotidiana, sendo, portanto, aspectos representativos da realidade. Neste processo, segundo pesquisas com audiência desenvolvidas por Hill (2007), as notícias estão no topo de uma escala de "classificação de verdade" e os <i>realities shows</i> na parte inferior.</p> |
| <p>Equidade (<i>fairness</i>)</p> | <p>A equidade se refere ao tratamento da <i>factual TV</i> com diferentes sujeitos e classes (de gênero, idade, profissão, etc). Na pesquisa de Hill (2007), notou-se que há uma diferença entre a forma de percepção da audiência em relação às pessoas comuns que participam de notícias e documentos das que participam de <i>realities show</i>. Os participantes destes últimos são vistos como caçadores de mídia, motivados pela fama. A pesquisa também apontou que a audiência valoriza o tratamento justo para todos os grupos sociais e todos os gêneros, no entanto, valorizam mais o tratamento justo em relação às crianças do que às celebridades.</p> |
| <p>Inclusão de factualidade (<i>containing factuality</i>)</p> | <p>Hill (2007) afirma que a mudança da percepção da factualidade é um desafio para o público, pois ao mesmo tempo que permite a representação de novos tipos de realidade, também ameaça a integralidade dos gêneros factuais existentes. Neste sentido, afirma que o público se preocupa mais com o valor do factual enquanto verdade e informação.</p> |
| <p>Práticas classificatórias (<i>classificatory practices</i>)</p> | <p>A percepção e o valor da factualidade não são rígidas ou universais. Geralmente são enquadradas de acordo com categorias pré-existentes e/ou estruturas hierárquicas. Tais práticas classificatórias é que dão sentido às representações por parte dos espectadores.</p> |
| <p>Trabalho de gênero (<i>genre work</i>)</p> | <p>Trabalho de gênero se refere ao processo de coletar material televisivo para visualizar as experiências e o significado de gênero. Busca-se, portanto, observar os papéis atribuídos pelo espectador (como testemunha ou interprete).</p> |
| <p>Gêneros ferozes (<i>feral genres</i>)</p> | <p>Hill (2007) considera a <i>reality TV</i> como um gênero feroz por ter a ambição de atrair espectadores em todo o mundo. Assim, se destaca pela habilidade em fazer e refazer a factualidade.</p> |
| <p>Conhecimento e aprendizado (<i>knowledge and learning</i>)</p> | <p>Aborda a complexidade da <i>factual TV</i>, destacando a diversidade de gêneros de notícias e atualidades, trazendo, conseqüentemente, diferentes tipos de conhecimento aos espectadores. É interessante que Hill (2007) considera que os espectadores são capazes de distinguir o conhecimento sobre o mundo, sobre a mídia e o autoconhecimento. Essa percepção é possível através das práticas classificatórias.</p> |

Fonte: Hill (2007, p. 212-218).

Uma consideração cautelar sobre os apontamentos de Hill (2007) é que eles foram realizados a partir de estudos de audiência na Inglaterra e, como a própria autora afirma, a configuração da TV factual está estreitamente ligada ao contexto sociocultural. Assim, alguns conceitos elencados podem estar deslocados da realidade brasileira. Sobre os *realities shows* é interessante a forma como a autora os classifica enquanto um gênero da TV factual e não como um gênero exclusivo do entretenimento. Um dos desafios, segundo Hill (2007) na reconfiguração da factualidade (*restyling of factuality*), é o de realocar o *reality show* apenas para o entretenimento – o que mudaria a forma de observar como a audiência se apropria de tais programas.

No caso dos programas informativos, percebe-se a reincidência na TV factual de valores caros ao jornalismo, como a verdade, a valorização de assuntos de interesse público e, de forma mais recente, a hibridização de gêneros e formatos. Em relação aos diálogos entre diferentes gêneros, Rincón (2011, p. 44) afirma que a nova televisão segue a norma do hipertexto, em que “um programa se mescla com outro, onde o que se passa na telenovela ou no reality show é notícia do dia em um noticiário e se converte em documento do nosso tempo”. A possível classificação do telejornalismo enquanto um sub-gênero da *factual TV* nos faz pensar na inserção do cotidiano no noticiário (e também o contrário), numa espécie de proximidade viabilizada pelas editorias do telejornal. Um aprofundamento do percurso histórico da definição de interesse público, iniciado de forma preliminar no capítulo anterior, nos auxilia nessa percepção.

Conforme desenvolve Gutmann (2012), Jürgen Habermas (1984) ao propor a teoria de esfera pública no contexto da sociedade burguesa, privilegia a necessidade da argumentação racional pautada por assuntos ligados à economia e à política como essencial para a formação da opinião pública. Caberia à imprensa fornecer essas informações para promover o debate público de forma que os cidadãos pudessem tomar decisões para combater o poder absolutista do Estado – assim a imprensa deveria levar as luzes (o conhecimento) à sociedade, em referência ao pensamento iluminista. Com o desenvolvimento da industrialização a partir do século XVIII e o surgimento do que alguns autores chamam de comunicação de massa no século XIX e XX, Habermas afirma em seu segundo ato que há uma degradação da esfera pública. Neste contexto, Horkheimer & Adorno (1985), passam a observar o jornalismo produzido por empresas privadas como um serviço industrial que tem o intuito de atender ao interesse das massas,

como o entretenimento e a diversão – é o contexto da indústria cultural. Gutmann (2012, p. 34) contrapõe tal visão ao afirmar que os estudos do jornalismo muitas vezes cometem um equívoco de sustentar o discurso de autolegitimação com base nessa perspectiva histórica. Com referência à Peter Dahlgren (1996) e numa discussão relativa ao interesse público como legitimador do jornalismo, a autora diz que a partir do momento em que o sentido de público se converte em consumidor de notícias, este passa a se interessar por outros assuntos, mas sem perder sua ligação com o seu papel na esfera pública, já que mesmo sendo consumidor também é eleitor.

Gutmann ainda propõe uma segunda via de reflexão que demarca a necessidade de reapropriar a concepção de interesse público de forma que "incorpore as relações entre práticas culturais, discursos institucionais e produções de sentidos, as quais dependem das interpretações das audiências" (2012, p. 36). Numa via paralela, Rincón (2011) afirma que um dos papéis da televisão é a de testemunhar e contar a realidade de forma criativa e instrutiva. Portanto, muito do que o telejornalismo hoje descreve como sendo interesse público tem sua origem na própria função social da televisão – reflexo da abordagem de ambos como instituições culturais (WILLIAMS, 2016; GOMES, 2011; GUTMANN, 2012).

Em resumo, a realidade e o debate público não são compostos apenas de assuntos políticos e econômicos, como preconizava Habermas (1984) em sua primeira configuração da esfera pública burguesa. A televisão, enquanto instituição cultural (BARBERO et. al, 2000; RINCÓN, 2011. WILLIAMS, 2016), conseqüentemente, também trabalha nesta lógica editorial. E se por um lado o cotidiano é tematizado pela TV, numa via complementar, a televisão também está inserida no cotidiano social e tenta se adaptar à rotina do telespectador, conforme preconiza a neotevê (ECO, 1984). Os espaços televisivos se configuram nessa tensão, cujo significado é adquirido de acordo com a apropriação do telespectador. Uma apropriação que envolve experiência (de assistir à televisão), a transmissão direta e um certo nível de proximidade entre os elementos de composição audiovisual e os corpos que ali performam guiados por códigos sociais.

CAPÍTULO 4 – PROXIMIDADE NO JORNALISMO: ASPECTOS CONCEITUAIS, IDENTIDADES E UMA PROPOSTA DE SISTEMATIZAÇÃO

A discussão sobre a televisão e os telejornais locais e regionais faz emergir o termo proximidade. O termo geralmente é abordado como uma condição para os jornalismo locais e regionais em sua interlocução com o público para quem fornece as notícias - seja através da integração com a comunidade, na prestação de contas e no engajamento político e cívico (HESS & WALLER, 2017; NIELSEN, 2015; PERUZZO; 2005). Por outro lado, poucas vezes se torna objeto de discussão, mesmo que seus sentidos ganhem sabores distintos conforme diferentes realidades e raízes teóricas. Um ponto de partida para refletir sobre o tema é pensar na sua interlocução com o próprio jornalismo para, posteriormente, nos debruçarmos na sua especificidade com o jornalismo local.

Zelizer (1990, p. 38) diz que a autoridade do jornalismo emerge pelo fato dos jornalistas estarem próximos aos eventos e relatando o que veem - daí a noção de testemunha ocular e dos trabalhos que no Campo da Comunicação lidam como o testemunho jornalístico (PERES, 2016). A autora descreve a entrevista de um executivo de uma rede de TV estadunidense que disse que “os jornalistas transmitem a sensação de que qualquer que seja o evento, ‘eles estavam lá’, e a história que eles trazem para o público ‘por si próprios’ porque ‘viram’ acontecer” (ZELIZER, 1990, p. 38, tradução nossa). Assim, a proximidade pode ser vista como parte do discurso de fundamentação do jornalismo, além da própria ideia de reportar.

De forma complementar, a noção mais tradicional da proximidade converge para os aspectos geográficos ou de delimitação física-territorial entre os acontecimentos sociais e o público (MENCHER, 2010), como o interesse em saber daquilo que acontece nas proximidades (físicas). No entanto, cada vez mais aspectos ligados à abordagem subjetiva são considerados, como os psicológicos e emocionais (SHOEMAKER et al., 2010). Na notícia essa relação emerge, por exemplo, quando os jornalistas se utilizam de estratégias narrativas para demonstrar a importância do acontecimento para a audiência (proximidade psicológica) numa tentativa de compensar a distância física (SHOEMAKER et al., 2010, p. 233).

Em alguns países a proximidade se torna tão central que adquire o *status* de um tipo de jornalismo, como no caso espanhol (FONTCUBERTA, 2006) e português (AMARAL, 2012; CAMPONEZ, 2002, 2012). Nesses lugares, a proximidade se torna o

eixo central do jornalismo regional e local e se apresenta como responsável por servir de conexão entre as pessoas e a sociedade onde atua. De forma idealista, Fontcuberta (2006) o descreve pelo “papel de descrever nosso cotidiano” (2005, p. 72, tradução nossa). A autora considera a existência de dois eixos de proximidade entre o jornalismo e o público: o geográfico e o temático, este último corresponde à priorização de determinados conteúdos de acordo com campos especializados, como política, economia e cultura. Nesta perspectiva, o poder da proximidade geográfica não está somente na delimitação física do acontecimento em sua vinculação com a audiência, mas também em suas vertentes sociais e culturais. Fala-se sobre a “democracia das paixões” no jornalismo, em que “as notícias que provocam os sentimentos mais primários, como medo, dor, ira e amor, interessam a muita gente, pois dão ressonância pública a vivências pessoais em que as pessoas podem se ver representadas” (FONTCUBERTA, 2006, p. 77, tradução nossa).

Ao convocar elementos que fazem parte da subjetividade do sujeito, como “medo, dor, ira e amor”, a abordagem aponta para um caminho de tensionamento da proximidade em sua relação com aspectos identitários. Essa articulação desestabiliza a proximidade que passa não mais a ser vista como algo dado, sólido ou enquadrado. É também uma provocação para questionar os estudos que muitas vezes se apoiam numa perspectiva excessivamente midiocêntrica – sem correlação com as volatilidades que as abordagens culturais e sociológicas incidem sobre o termo. No entanto, antes de nos aprofundarmos nessa perspectiva que envolve os aspectos identitários da proximidade, consideramos necessária compreender sua relação com a própria mídia e o jornalismo, que também carrega desafios.

A proximidade perpassa por diversos âmbitos do jornalismo e da mídia, não apenas na relação entre o público e os noticiários. Muitas vezes é vista como uma construção teórica para explicar a seleção, formatação e apresentação das notícias, assim como prever e explicar as expectativas do público e as interpretações do jornalismo (AHVA & PANTTI, 2014). Portanto, como a objetividade, também pode ser abordada como um valor e um procedimento que perpassa pela linguagem, performances, textos televisuais, formatos e estratégias – principalmente no que se refere à relação com o público. Suas dimensões podem emergir de diversas maneiras. Ahava & Pantti (2014, p. 322) descrevem nove dimensões da proximidade: 1) física ou espacial; 2) temporal; 3) sócio-ideológica; 4) construída; 5) virtual; 6) geográfica; 7) cultural; 8) emocional; 9) moral-simbólica. Essas variadas formas da proximidade perpassariam por diferentes

estágios, como na interação com o jornalismo, com a audiência, com o texto (apresentação da notícia) e com os acontecimentos (FIG. 4).

FIGURA 4 - Relações e dimensões da proximidade no jornalismo segundo Ahva & Pantti (2014)



Fonte: Ahva & Pantti (2014, p. 326).

Em síntese, o esquema demonstra que a proximidade flui por processos que envolvem a *prática jornalística*, a *apresentação da notícia*, a *interpretação* e a *estratégia comunicativa*. No caso da *apresentação das notícias*, as autoras destacam a função do lide e de outros elementos narrativos, como ferramentas dramatúrgicas, para construir um senso de proximidade e familiaridade entre os espectadores e o acontecimento (AHVA & PANTTI, 2014, p. 326). Abordar o lide nessa discussão, por exemplo, nos conduz a refletir como convenções clássicas que organizam as práticas jornalísticas estão submetidas a diferentes tipos de proximidade. O lide geralmente é descrito como a abertura de uma reportagem fazendo parte, em sua estrutura clássica, dos primeiros parágrafos de uma notícia impressa ou da cabeça lida pelo apresentador do telejornal, seguida pelos primeiros *offs* da reportagem. Seis perguntas são estabelecidas para serem respondidas no lide: O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê? (BAHIA, 1990, p. 52). A pergunta *quando*, possui uma relação de proximidade temporal. Quanto mais antigo (ou velho) o acontecimento, mais difícil de ser noticiado. A pergunta orientada

pelo *onde* se refere à necessidade de localização. Neste caso, a proximidade pode emergir tanto de uma abordagem geográfica quanto cultural. Já *quem* demonstra uma proximidade emocional ou social-ideológica. A partir do momento que os envolvidos na notícia ganham nome, imagem e uma história, aumenta a possibilidade de aproximação com a audiência. Chamamos a atenção que a proximidade que perpassa pelo lide é vista como um fluxo, numa interação entre suas diferentes qualidades. É também um exemplo de como a proximidade, mesmo que muitas vezes “camuflada”, influi sentidos nas estruturas clássicas que regem o jornalismo ocidental.

O segundo processo que envolve a proximidade é abordado por Ahva & Pantti (2014) como sendo a *interpretação*, cuja fundamentação se estabelece na articulação dos estudos sobre o público e a ética, com foco entre os textos noticiosos e a audiência. A perspectiva coloca em evidência a proximidade emocional em que o jornalismo teria o potencial de evocar interpretações afetivas e uma sensação de proximidade como os eventos, os apelos emocionais e/ou as identificações pessoais (AHVA & PANTTI, 2014, p. 327), algo semelhante do que Shoemaker et al. (2010) chama de proximidade psicológica ou Fontcuberta (2006) de “democracia das paixões”. Neste caso, alertamos sobre a necessidade, mesmo que ausente nesses estudos, de uma interlocução com os estudos de identidades.

A proximidade enquanto *prática jornalística* é discutida com base na relação entre os jornalistas, as fontes e os acontecimentos. A definição é, até certo ponto, similar a perspectiva chamada de *estratégia*. Esta consiste na tática organizacional que tem o objetivo de conectar o jornalismo com o público (AHVA & PANTTI, 2014). Primeiramente, a perspectiva é abordada como uma reação à visão de que os jornalistas estariam mais próximos ao poder social do que ao público. As autoras citam que a abordagem une os quatro aspectos citados anteriormente, “mas a relação principal é entre organizações de mídia e seus públicos como cidadãos ou clientes” (2014, p. 327, tradução nossa). Nessa dimensão, o público é tratado como um consumidor e, portanto, a proximidade também pode ser vista como uma estratégia comercial que perpassa pelo jornalismo. O comportamento do jornalista como um “cidadão comum” seria uma das formas de emergência da proximidade como estratégia organizacional.

No entanto, destacamos o cuidado ao abordar essa visão de um ponto de vista universal ou normativo. Se pensarmos os valores do jornalismo público (AGUIAR, 2012; COUTINHO, 2013; EBC, 2013), por exemplo, essa perspectiva se torna inválida, pois uma das premissas do jornalismo público é a de olhar para o telespectador como cidadão

e não como consumidor. Demonstramos que a própria especificidade midiática pode interferir na atuação das diferentes dimensões da proximidade em sua relação com o jornalismo, a audiência, o texto e os acontecimentos – um argumento que frequentemente é ignorado nos estudos sobre o tema. No caso do jornalismo local e regional, há ainda uma ausência de sua abordagem articulada aos atores sociais que constituem determinado sistema midiático. Se partirmos da premissa de que a interação entre a mídia e os atores sociais se reflete no jornalismo praticado por uma pequena organização jornalística, a proximidade também deveria ganhar diferentes (e singulares) contornos conforme a configuração de determinado sistema de mídia.

No esquema apresentado, a proximidade também é descrita como um valor notícia, geralmente se referindo aos aspectos físicos, incluindo a proximidade geográfica, temporal e cultural. A proximidade como valor notícia aparece em estudos clássicos sobre a temática, como os de Goulding & Elliot (1979). Neste âmbito, frequentemente a proximidade é descrita sem que haja uma provocação acerca da sua base conceitual. Diante desse problema, vemos a necessidade de descrever como a proximidade é abordada como valor notícia para, posteriormente, articular tais concepções com as premissas da proximidade enquanto conceito e relação com as identidades e a cultura.

4.1 A proximidade como valor notícia: notas para reflexões

Partimos da noção de valor notícia como o processo de seleção em que determinado acontecimento social é ‘aprisionado’ e divulgado através das práticas jornalísticas (GOLDING & ELLIOT, 2000; WOLF, 2003; CONLEY & LAMBLE, 2006). Goulding & Elliot (1979) afirmam que é o ato de escolher uma história específica em uma “piscina de informação”. Essa seleção segue regras e normas, chamada então de valores notícias ou critérios de noticiabilidade que a história deve ser capaz de contemplar. Nelson Traquina (2008) e Golding & Elliot (1979; 2000) afirmam que a seleção vai além dos acontecimentos (valores de seleção), mas também como na própria construção da notícia (valores de construção), se referindo ao que deve ser enfatizado na notícia e ao que deve ser retirado.

Por um lado, enxergamos os valores notícias como uma necessidade do jornalismo em se firmar enquanto campo profissional através de sistematizações teóricas que se pautam pela tentativa de objetivar as dinâmicas da produção da notícia. No entanto, consideramos também que muitas vezes essa sistematização dos preceitos de

noticiabilidade se torna também uma tentativa de apagar as complexidades que envolvem o processo de seleção, construção e divulgação dos acontecimentos, visto que há uma hierarquização/variabilidade sobre o que merece ser captado pela ótica jornalística, numa clara referência aos acontecimentos sociais (QUERÉ, 2006; SODRÉ, 2009; MAROCCO, 2013) que não deverão aparecer nos *scripts* dos telejornais – e assim, excluídos de um possível debate público. Considera-se também que os valores notícias possuem vieses ideológicos que perpassam pelas próprias organizações jornalísticas e pela cultura, além das características da própria mídia (GALTUNG & RUGE, 1965; BRIGHTON & FOY, 2007) que raramente são considerados nos estudos referenciais. Num exemplo prático, poderíamos pensar que se caso os valores notícias funcionassem de uma forma universal e homogênea, todos os jornais iriam exibir as mesmas notícias e de forma semelhante. O estilo editorial, a orientação política e a cultura organizacional muitas vezes se sobrepõem aos valores notícias – além de outros fatores mais amplos, como a cultura e a sociedade onde o jornalismo é desenvolvido. Assim, constata-se que tais estudos se ancoram numa abordagem excessivamente midiocêntrica sobre a produção jornalística, principalmente quando o jornalismo é visto como uma construção social (GOMES, 2011).

Com o intuito de visualizar como a proximidade emerge nos trabalhos que se propõem a discutir os valores notícias, descrevemos a seguir (TAB. 4) uma síntese dos critérios de noticiabilidade em diferentes pesquisas:

TABELA 4 - Sistematização dos valores notícia

| Autores | Valores notícias |
|--------------------------------------|--|
| Goulding & Elliot (1979) | Drama, Atrativos Visuais, Entretenimento, Importância, Abrangência, Proximidade, Brevidade, Negatividade, Caráter Recente, Elites e Personalidades, Objetividade e Ideologia. |
| Conley & Lamble (2006) | Impacto, Conflito, Datas comemorativas/programadas, Proximidade, Proeminência (notícias sobre celebridades, pessoas conhecidas publicamente), Brevidade, Diferente, Interesse Humano. |
| Galtung & Ruge (1965) | Frequência, Amplitude, Clareza, Significância, Consonância (atualização), Inesperado, Continuidade, Composição, Referência a nações de elite, Proeminência, Personalização e Negatividade. |
| Nilson Lage (2012) | Proximidade, Atualidade, Identificação Social, Intensidade, Ineditismo, Identificação Humana. |
| Harcup & O'Neill's (2001) | Elite, Celebridade, Entretenimento, Surpresa, Notícias negativas, Notícias positivas, Magnitude, Acompanhamento, Agenda Midiática. |

| | |
|----------------------------------|--|
| Gans (2004) | Impacto, Interesse (interesse humano), Serialidade, Qualidade da história, balanço da história, Competição. |
| Brighton & Foy (2018) | Relevância Atualidade, Composição, Expectativa, Diferente, Valor e Influência externa. |
| Silva (2005) | Impacto, Proeminência, Conflito, Entretenimento/Curiosidade, Polêmica, Conhecimento/Cultura, Raridade, Proximidade, Surpresa, Governo, Tragédia/Drama e Justiça. |

Fonte: sistematização do autor, 2019.

Essa sistematização, mesmo que resumida, aponta para uma variável de sentidos acerca dos valores notícias. Se num primeiro momento, a ideia era a de realizar, ao invés de uma tabela descritiva, um gráfico em que pudéssemos demonstrar comparativamente, os valores notícias que se reincidiam nos estudos – com o objetivo de visualizar como a proximidade frequentemente é descrita -, tal comparação se mostrou inválida a partir do momento que foi identificado que frequentemente valores notícias com o mesmo nome variavam seus significados conforme diferentes autores. No caso específico da proximidade, identificamos que ela é adquirida, inicialmente, quatro formas: 1) geográfica; 2) cultural e social; 3) psicológica; 4) comercial.

Em comum, a proximidade geográfica perpassa por todos os autores citados. A diferença na abordagem se deve pela constatação de que alguns, como Conley & Lambly (2006), Nilson Lage (2012) e Silva (2005), fazem ressalvas sobre a proximidade não ser exclusiva à delimitação geográfica. Silva (2005), por exemplo, acrescenta a dimensão cultural, mesmo que não descreva como se estabelece esse tipo de proximidade na prática jornalística. Conley & Lambly (2006, p. 63) definem a proximidade como valor notícia da seguinte forma: “quão perto é o acontecimento do público do jornal? Isso vai além da distância. Um jornal ou um noticiário televisivo vai cobrir um desastre natural estrangeiro se os viajantes forem habitantes da cidade em que o jornal está instalado” (CONLEY & LAMBLY, 2006, p. 63, tradução nossa). Essa dimensão pode ser interpretada como vinculada tanto a noção geográfica, devido à necessidade de saber sobre pessoas que convivem próximas umas das outras, ou mesmo como uma ligação cultural: a preocupação existe por serem pessoas de uma mesma localidade que compartilham costumes, hábitos e tradições.

A relação comercial geralmente é descrita como a inserção na agenda noticiosa de temáticas que interessam aos segmentos mais prósperos e informados de uma determinada população. Lage (2012) cita que a mídia local pode enfrentar sistemas mais amplos e poderosos, como a nacional e as redes de televisão, justamente devido a maior

proximidade da mensagem. É curioso observar que se Lage (2012) inicialmente cita que a proximidade comercial e cultural se sobrepõe a geográfica, no caso da mídia local ocorre o contrário: a proximidade geográfica emerge como um contra poder (local) às mídias hegemônicas. Essa perspectiva também chama atenção para as relações culturais e comerciais estabelecidas de forma dependente, pois estas “facilitam a penetração de mensagens provenientes de produtores hegemônicos: o interesse é maior, no caso atual do Brasil, pela produção literária da Europa e dos Estados Unidos do que pela das nações vizinhas da América Latina” (LAGE, 2012, p. 45). Essa tendência também poderia se repetir no caso do jornalismo. A proximidade em seu âmbito comercial/econômico e cultural também se estabeleceria dentro do próprio país, como exemplo afirma que “um artista, ou uma canção, de São Luís do Maranhão chegará a Belém do Pará, como produto de consumo, a partir de sua aceitação no Rio de Janeiro ou São Paulo” (2012, p. 45).

Outro fator que nos leva a refletir sobre a proximidade nos valores notícias é a origem dos estudos sobre o tema – tanto em termos sociais/culturais quanto no suporte midiático. Os de Galtung & Ruge (1965), por exemplo, foram desenvolvidos há mais de meio século na realidade norueguesa e voltados para o rádio. Harcup & O'Neill's (2001) direcionaram os estudos de Galtung & Ruge (1965) para o impresso. Hebert Gans (2004) se dedicou à televisão e ao impresso dos Estados Unidos. No entanto, chama a atenção a sua abrangência: o autor se dedica a telejornais de escala nacional, o *Nightly News* da NBC e o *Evening News* da NCB. Conley & Lambie (2006) desenvolvem os estudos sobre valores notícias com base na realidade australiana e de neozelandesa. Num primeiro momento, é preciso observar para além de fatores culturais e sociais, como as especificidades de cada mídia impõem diferentes comportamentos para os valores notícias, de forma a não os tomar como universais em termos midiáticos. Inferimos que cada mídia possui parâmetros específicos em relação a sua produção jornalística.

Numa segunda instância, se considerarmos o jornalismo como uma instituição cultural (GOMES, 2011; GUTMANN, 2012; WILLIAMS, 2016), emerge naturalmente a necessidade de pensar como a proximidade adquire formas e sentidos no contexto sociocultural em que as organizações jornalísticas atuam. Com o intuito de desenvolver esse argumento, recorreremos aos dois valores que Gutmann (2012) estabelece como sendo característicos do jornalismo moderno: a atualidade e o interesse público. Considerando a perspectiva histórica que perpassa pelas diferentes noções e articulações entre esfera pública (HABERMAS, 1984) e a imprensa, o interesse público, conforme descrito no capítulo anterior, obteve diferentes sentidos de acordo distintos momentos históricos e

sociedades. Portanto, o jornalismo como uma construção cultural, teria a função de "produzir quadros interpretativos de interesse público que permitam a uma dada coletividade reconhecer uma dada realidade partilhada, seja em referência à economia e à política de governo, seja em referência à música, moda, gastronomia, família etc" (GUTMANN, 2012, p. 41). François Jost, afirma no caso do que chama de TV Cultural, que "a cultura está mais no olhar do telespectador do que na decisão autoritária dos difusores ou dos produtores" (2010, p. 18). Já Schudson (2010) considera a notícia como um produto cultural. Essas concepções, mesmo que breves, demonstram como os valores notícias, como a proximidade, não se sustentam se apropriados sem relação com as especificidades sociais e culturais. Também nos convoca a observar os sentidos desses valores em contraposição a sua abordagem como mera estratégia jornalística.

De forma ampla, lidar com a proximidade apenas como mais um valor notícia em meio a tantos outros elencados, demonstra também uma fragilidade acerca de sua concepção diante de problemáticas conceituais – inclusive no âmbito dos jornalismo locais e regionais. Camponez (2012, p. 37) ao discutir o que chama de ética na proximidade na realidade portuguesa, põe em xeque o discurso de proximidade dos telejornais ao confrontá-lo com aspectos normativos do jornalismo. O pesquisador impõe a dificuldade do jornalismo em efetivar a proposta de proximidade com a comunidade, já que historicamente os valores morais e normativos do campo profissional são baseados no distanciamento e no ideal de objetividade. Essa visada demonstra uma ambiguidade na conjunção dos valores universais do jornalismo com os valores notícias e os preceitos elencados dos jornalismo locais e regionais (PERUZZO, 2005; NIELSEN, 2015; HESS & WALLER, 2017).

Em resumo, neste tópico buscamos demonstrar que a abordagem sobre a proximidade enquanto valor notícia abre caminho para, ao menos, três problemas conceituais: a ausência de sua relação com a cultura e a sociedade, uma fundamentação excessivamente midiocêntrica e a ambiguidade em sua premissa quando confrontada com princípios normativos do jornalismo ocidental. Essas tensões demonstram que os estudos da proximidade, enquanto critério de noticiabilidade, estão calcados na preocupação em constituir uma racionalidade jornalística, desconsiderando as variáveis e complexidades que perpassam pelos processos jornalísticos. A discussão ainda aponta para um rompimento da proximidade enquanto uma concepção dada, sem que se pense nas interações que atuam na sua emergência. Assim, nos chama a refletir sobre como se

estabelece enquanto relação, cuja dinâmica se desenvolve em diálogo com aspectos identitários.

4.2 Proximidade e identidades: desafios conceituais

Se a proximidade, para além de uma abordagem geográfica, envolve um processo de identificação com as audiências e a comunidade, neste tópico buscamos argumentar sobre duas características das identidades que tensionam a proximidade. A primeira é a necessidade de reconhecer preceitos básicos das identidades, principalmente no que se refere a diversidade de identidades que compõe a comunidade e os sujeitos. Num segundo momento, propomos que a proximidade se estabeleça numa relação, em que há disputas que envolvem a presença do outro, da diferença e de relações de poder – o que problematiza sua concepção como mero valor notícia.

Diversos estudos, estrangeiros e/ou nacionais, que abordam o jornalismo local em sua relação com a proximidade se referem às tradições, identidades e cultura de uma forma monolítica (PERUZZO, 2005; BOWD, 2017) – isto é, sem conflitos de interesses. Peruzzo (2005), por exemplo, diz que as linguas, tradições, valores, religião, entre outros fatores, em conjunto com as proximidades de interesses, sejam eles políticos, ideológicos, de seguranças e crenças, são “elementos propiciadores de elos culturais e laços comunitários que a simples delimitação geográfica pode não ser capaz de conter” (PERUZZO, 2005, p. 74). A autora desenvolve sua posição como se os laços comunitários e culturais fossem estáveis, sem negociações e disputas. No entanto, as dinâmicas que envolvem as identidades e a cultura demonstram que esses conceitos pressupõem diferenças e relações de poder e que não é possível pensar numa identidade universal, até mesmo quando vinculada a criação de uma identidade nacional ou local (SILVA, 2000; WOODWARD, 2000; CASTELLS, 2010; HALL, 2015). Essa perspectiva desestabiliza a noção de comunidade projetada ou senso de comunidade que muitos autores se firmam para descrever a função social do jornalismo local e regional (BOWD, 2017).

Castells (2010, p. 6) entende a identidade como um processo de construção de significado com base em um atributo cultural ou um conjunto de atributos culturais, reconhecendo que um indivíduo pode ter uma pluralidade de identidades. São identificadas ao menos três formas de identidades: 1) a *identidade legitimadora*, introduzida pelas instituições dominantes da sociedade com o intuito de ampliar e

racionalizar sua dominação via atores sociais; 2) a *identidade de resistência*, gerada pelos atores que estão em posições/condições desvalorizadas e/ou estigmatizadas pela lógica da dominação; 3) a *identidade de projeto*, quando os atores sociais, com base em aspectos culturais que estão disponíveis, constroem uma nova identidade que redefinem sua posição na sociedade, buscando a transformação da estrutura social mais ampla (CASTELLS, 2010, p. 8).

O interessante em observar tais caracterizações sobre as identidades é que não se pode falar de uma identidade uniforme envolvendo a sociedade, grupo social ou mesmo o próprio indivíduo – o que se aplica também nos estudos sobre jornalismo locais que recorrem à noção de comunidade. O sujeito pós-moderno é por muitas vezes descrito como não tendo uma identidade única, fixa e permanente, sendo ela, portanto, formada continuamente em diálogo com os sistemas culturais que nos rodeiam (HALL, 2015). Nesse âmbito, a diferença ocupa um lugar que deve ser reconhecido, já que tais sociedades possuem “diferentes ‘posições de sujeito’ – isto é, identidades – para os indivíduos” (HALL, 2015, p. 14).

Apesar de considerar que a identidade como sendo plural e diversificada, Hall (2015) afirma ser normal a identificação do sujeito com um lugar, já que exclusão ocasionaria um sentimento de perda subjetiva. Esse contexto pode ser relacionado a discussão de Tuan (2015) sobre a afeição a pátria²¹, que defende que o vínculo com a história, monumentos, memórias e costumes são importantes para a construção do sentimento de identidade das pessoas, incentivando a consciência e a lealdade com o lugar. Essas afirmações no conduzem a percepção de que o aspecto físico da proximidade, geralmente representada por sua dimensão geográfica, ainda ocupa um importante papel na sua emergência – com a ressalva de que a experiência do(s) sujeito(s) no espaço é determinante nesse processo, principalmente diante de ligações simbólicas, afetivas e temporais.

Já com olhares no jornalismo, Fontcuberta (2006) demonstra como o fator identitário-cultural se torna um desafio para a prática profissional:

A vinculação entre o fator geográfico e a identidade cultural tem potencializado a aparição de novas mídias, mas, ao mesmo tempo, tem complicado muito a sua inserção nas pautas. Há ainda uma série de identidades geográficas sobrepostas: um cidadão francês pode, em

²¹ Hall (2015) enfatiza, com base em Timothy Brennan (1990), sobre o uso de “afeição a pátria” ou de “nação” nos estudos sobre o vínculo da identidade com o lugar. A palavra nação geralmente é utilizada tanto no temo de um Estado-nação ou de uma comunidade local (HALL, 2015, p. 34).

determinadas circunstancias priorizar a identidade de europeu. O mesmo ocorre com os argentinos e chilenos que são, por sua vez, latinos americanos e do Cone Sul. E mesmo dentro da Argentina ou do Chile, não é a mesma identidade no norte e na região da patagônia. Por vezes os limites geográficos são frutos de decisões políticas ou administrativas que não dão conta da especificidade cultural ou da identidade do espaço que abrangem. O continente africano é outro exemplo complexo. (FONTCUBERTA, 2006, p. 75, tradução nossa).

Numa espécie de “receita” para lidar com essa situação, a autora espanhola afirma que a mídia deve ter em conta todos os tipos de identidades na hora de informar e de confeccionar as pautas, com o risco de criar uma relação limitada e artificial de proximidade, muitas vezes excessivamente focada na delimitação geográfica. Por outro lado, a defesa de Fontcuberta (2006) para que os meios de comunicação identifiquem “todos os tipos de identidade” se mostra numa certa medida idealista ou mesmo impraticável se confrontada com aspectos epistemológicos da identidade, como a condição de exclusão, da diferença e de sua transformação permanente (SILVA, 2000; HALL, 2015).

Observar a diferença na discussão sobre identidade abre caminhos para reconhecer a presença do outro, já que a identidade pode ser vista como relacional, sendo a diferença um demarcador simbólico relativo às outras identidades. Assim, a identidade depende da diferença e vice-e-versa (SILVA, 2000; WOODWARD, 2000). Essa presença do outro e do diferente é que muitas vezes é ignorada nos estudos do jornalismo, seja de escala local ou regional, em relação aos valores notícias ou mesmo no jornalismo como um campo de pesquisa. Leal (2016), numa pesquisa voltada para a violência de gênero na mídia, diz que além de incluir aspectos territoriais e identitários, o termo também “demarca distância, entre este e outros mundos, outros espaços, outras identidades. Não se trata, portanto, de proximidade versus fronteira, mas de uma configuração peculiar, interdependente, ideologicamente marcada e móvel de ambos” (LEAL, 2016, p. 30). A visão de Leal põe em evidência o outro e a necessidade de abordar (e identificar) a fronteira que torna algo próximo em relação “a que” ou “a quem”. Essa projeção também faz emergir o caráter ideológico da proximidade, visto que a identificação está estreitamente ligada à experiência de quem vê, de quem é visto e do espaço social onde a comunicação se estabelece, numa clara dimensão de poder em referência às significações que emergem nas relações de proximidade.

Um exemplo que permite compreender a exclusão nos processos de identificação e de aproximação é citado por Silva (2000) no que tange a apropriação de um vínculo com o território e a cultura:

“Sou brasileiro” - ponto. Entretanto eu só preciso fazer essa afirmação porque existem outros seres humanos que não são brasileiros. [...] A afirmação "sou brasileiro", na verdade, é parte de uma extensa cadeia de "negações", de expressões negativas de identidade, de diferenças. Por trás da afirmação "sou brasileiro" deve-se ler: "não sou argentino", "não sou chinês", "não sou japonês" e assim por diante, numa cadeia, neste caso, quase interminável (SILVA, 2000, p. 75).

Ainda segundo Silva (2000), “os pronomes ‘nós’ e ‘eles’ não são, aqui, simples categorias gramaticais, mas evidentes indicadores de posições-de-sujeito fortemente marcadas por relações de poder” (SILVA, 2000, p. 82). Essa visada nos aponta para a compreensão e o desafio de observar quem é (são) excluído (s) das estratégias e dos sentidos das relações estabelecidas entre os diferentes atores que interagem (ou não) com o telejornal.

Acreditamos que esse processo de exclusão pode se desenvolver em diferentes aspectos do telejornal, como na performance dos sujeitos de fala (jornalistas e fontes), nas pautas priorizadas, nos formatos e na composição audiovisual oriunda das imagens, dos sons e da edição. Um exemplo são os slogans de emissoras e noticiários regionais que se firmam apenas na referência territorial e, por isso, se apresentam excludentes. A TV Alterosa de Minas Gerais utiliza, por exemplo, a frase “A TV que todo mineiro vê”. A RBS, afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul, trouxe como primeiro slogan a expressão "A imagem viva do Rio Grande!". A TV Globo de Recife, que produz os Praça 1 "NETV", tem como slogan "É Pernambuco, é Globo" e "É Nordeste, é Globo", este último para transmissões fora do estado-sede. Se considerarmos o modelo *geo-social* de Hess & Waller (2017) ou a perspectiva de Bob Franklin (2005) de que diante das dinâmicas de migração e da evolução dos meios de comunicação os jornais locais não podem ser definidos apenas como mera abrangência geográfica e, portanto, são acessados em diversas partes da nação e do globo por quem tiver interesse, vínculos culturais e de identificação, as estratégias de slogans de telejornais locais e regionais voltadas apenas para quem é natural de uma determinada região geográfica se torna excludente. Em síntese, diante da possibilidade de acesso global, via internet, as audiências que não são

daquela região, mas que poderiam ter interesse pelo jornalismo produzido pelas emissoras locais e regionais, são praticamente desconsideradas pelos slogans dos telejornais.

Esse tipo de aproximação também se torna problemática diante das dinâmicas sociais contemporâneas, principalmente devido à dispersão das pessoas e das audiências ao redor do globo. Identidades moldadas e localizadas em diferentes lugares muitas vezes atuam como desestabilizadoras (WOODWARD, 2000), como as diásporas - identidades que não tem pátria definida ou atribuída a uma única fonte, “compostas por pessoas que foram *dispersadas* para sempre de sua terra natal” (HALL, 2015, p. 52). É possível uma articulação com o relato de Sisonke Msimang (2018), descrito no início do primeiro capítulo. A mulher sul-africana que passou a morar na Austrália, esteve diante do que chamou de um apagão midiático, já que as notícias que gostaria de ter acesso – de sua terra natal – não constavam nos jornais australianos. Uma situação que faz emergir perguntas desafiadoras para a proximidade e a exclusão: como pensar numa proximidade diante das diásporas? Como os telejornais, sejam eles nacionais, regionais ou locais, lidam (ou não) os efeitos excludentes das proximidades?

A ideia da exclusão perpassa pelo próprio termo comunidade, que conforme também descrito Capítulo 1, é utilizado por estudos estrangeiros como referencial para a função social do jornalismo local (BARKIN, 1987; NIELSEN, 2015; BOWD, 2017; HESS & WALLER, 2017) e em estudos brasileiros como característicos de um jornalismo cidadão e até mesmo de resistência (PERUZZO, 2005; DORNELLES, 2006). No entanto, as “comunidades imaginadas” estão sendo cada vez mais contestadas e reconstituídas. Woodward ilustra o caso da identidade europeia defendida por partidos da extrema direita, que surgiu como reação à suposta ameaça do outro. “Esse ‘outro’ muito frequentemente se refere a trabalhadores da África do Norte (Marrocos, Tunísia e Argélia), os quais são representados como uma ameaça cuja origem estaria no seu suposto fundamentalismo islâmico” (WOODWARD, 2000, p. 24). Assim, a concepção de comunidade europeia aponta o “outro” como o estranho a ser combatido, num claro aspecto xenofóbico.

Neste raciocínio, a identidade unificadora pode anular a diferença cultural, por mais diferentes que seus membros possam ser em termos de classe, gênero ou raça (HALL, 2015, p. 35). A noção de uma comunidade imaginária como uma tentativa de aproximação entre seus membros não foge à regra. “O fortalecimento de identidades locais pode ser visto na forte reação defensiva daqueles membros dos grupos étnicos dominantes que se sentem ameaçados pela presença de outras culturas” (HALL, 2015, p.

50), numa forte relação com o que Hess & Waller (2017) identificam como o lado sombrio da comunidade, em que grupos pertencentes a uma elite, e que tem acesso aos meios de comunicação, tentam impor seus interesses como sendo os de uma comunidade mais ampla. Também, nos faz reconhecer a necessidade de observar quais disputas, diferenças e adversidades estão por trás dos discursos que perpassam pela proximidade em seus mais diferentes âmbitos nos jornalismo locais e regionais.

A discussão de identidades ainda aponta para outros desafios de lidar com a proximidade. Uma delas está na própria relação entre o global e o local. Se Hall (2015, p. 45) diz que “ao invés de pensar no global como *substituindo* o local seria mais acurado pensar numa articulação entre ‘o global’ e ‘o local’”, como a proximidade deve ser encarada pelo jornalismo local e regional diante das dinâmicas que perpassam o contexto glocal (GARCIA, 2002)? A tensão entre o local e global é considerada por Fontcuberta (2006) como um dos principais desafios para o jornalismo pautado pela proximidade, principalmente devido à dificuldade de identificar as fronteiras (ou melhor, os fluxos) que perpassam por essa relação.

Essa lacuna abre espaço para um segundo ato desestabilizador: se partirmos da premissa de que a identidade não pode ser vista de forma naturalista e como uma totalidade, e sim como um processo nunca completado, uma falta (HALL, 2000, p. 106), quais os cuidados que se deve tomar ao observar a proximidade como parte de convenções jornalísticas, como um valor notícia? Esse questionamento converge para o deslocamento dos sentidos dos valores tidos como universais do jornalismo, como o da objetividade e do quarto poder²² (ALBURQUERQUE, 2000). Gomes (2011) ressalta a importância de considerar a estrutura de sentimento, que propõe olhar o telejornalismo não apenas como cristalização ou como unidimensional, "mas, ao contrário, favorece recuperar as fissuras, as ranhuras das práticas jornalísticas culturalmente vividas" (GOMES, 2011, p. 31). Assim, a perspectiva nos convoca a observar os significados e os deslocamentos dos valores que definem o jornalismo como instituição cultural, entre eles, a objetividade, a

²² Albuquerque (2000), ao comparar o sistema constitucional e de comunicação brasileiro com o estadunidense considera que, diferentemente da imprensa estadunidense que define seus fatos e a objetividade com referência a valores da sociedade, a imprensa brasileira constrói seu compromisso político fazendo “construir um consenso em torno de verdades que, embora evidentes, infelizmente parecem não o ser para uma parcela significativa da população” (ALBURQUERQUE, 2000, p. 41). De modo a exemplificar essa proposição, afirma que os jornalistas brasileiros buscam o equilíbrio das notícias na tentativa de “ilustrar uma tese que de apresentar interpretações conflitantes acerca de um assunto” (2000, p. 42). Nesta lógica, pensando na clássica noção de quarto poder, a imprensa brasileira não apenas buscaria contribuir para o equilíbrio dos outros três poderes, mas também reivindicaria autoridade para “em casos de disputas entre eles, intervir em favor de um poder contra o outro, a fim de preservar a ordem pública” (2000, p. 43).

imparcialidade, o interesse público, a liberdade de expressão e, porque não, a própria proximidade, já que é considerada um critério de noticiabilidade (GOLDING & ELLIOT, 1979; AHVA & PANTTI, 2014) e uma premissa dos jornalismo locais (PERUZZO, 2005; NIELSEN, 2015; HESS & WALLER, 2017).

Apesar da discussão levantada nesse tópico tensionar as diferentes definições de proximidade no jornalismo em interlocução com a identidade, é preciso reconhecer o outro lado dessa relação, como o papel de resistência. Essa perspectiva permite refletir como os telejornais poderiam englobar identidades de resistência de sujeitos e comunidades historicamente marginalizadas em suas estratégias de proximidade contra as identidades legitimadoras e normativas (CASTELLS, 2010), de forma a englobar uma maior diversidade em seus *scripts*. Outra abordagem é relativa à etnia. Conforme questionamentos anteriores, reforçamos que os telejornais são acessados por pessoas de diferentes origens cujas linhas guias não devem ser orientada apenas pelos limites territoriais e demarcações políticas. A etnia ocupa um papel importante nos processos de auto identificação, seja pela história compartilhada ou por ser um meio dos sujeitos se reconhecerem através, por exemplo, da cor de pele, linguagem ou qualquer outro atributo externo (CASTELLS, 2010). No entanto, isso não significa necessariamente uma segregação étnica no mundo contemporâneo, pelo contrário: pelas pessoas de diferentes culturas viverem lado a lado é que elas se diferenciam em termos de etnia, de forma a encontrarem em grupos semelhantes um refúgio e uma maneira de defesa contra forças e posições sociais dominantes (CASTELLS, 2010). Neste aspecto, para a proximidade no jornalismo local e regional intensifica-se o desafio de pensá-la como estratégia e produtora de sentidos que contemple sociedades que têm se tornado cada vez mais plurais, diversas e menos fechadas geograficamente – algo que uma visão simplista de sua abordagem, como através de um mero valor notícia ou sem relação com a experiência e a cultura dos sujeitos, resulta em dificuldades na sua apreensão.

4.3 A proximidade nos telejornais locais: sistematização de relações

Vimos que a proximidade não é uma exclusividade dos jornalismo locais, mas que neste âmbito ganha importância estratégica, envolvendo a prática e os processos jornalísticos, além do discurso editorial das organizações. Foi identificado que ela está presente em diferentes âmbitos do fazer e do próprio produto jornalístico, seja através das relações firmadas entre os jornalistas e a comunidade, na territorialidade estabelecida

entre o telejornal e o espaço geográfico e cultural, nas relações entre a audiência e a notícia, entre outras perspectivas. Também abordamos o outro lado da proximidade quando confrontada com os estudos sobre identidade: a exclusão e as relações de poder e de hierarquização que acompanham seus sentidos e estratégias.

Diante da discussão, surge a necessidade de voltar os olhares para pesquisas nacionais que lidam com os jornalismo locais e regionais, em sua especificidade televisiva, com o intuito de realizar uma primeira sistematização das relações de proximidade. É uma tentativa de observar como pesquisadores brasileiros lidam com o termo em seus estudos envolvendo a empiria, apontando, de forma crítica, possíveis fissuras e contribuições. Também buscamos, em capítulo posterior, verificar como essas dimensões da proximidade dialogam com os objetos empíricos dessa tese: cinco telejornais Praça 1 de Minas Gerais: *MGI* Triângulo Mineiro (Uberlândia/Uberaba), *MGI* InterTV dos Vales de Minas Gerais (Governador Valadares), *MGI* InterTV Grande Minas (Montes Claros), *EPTV Primeira Edição* Sul de Minas (Varginha) e *MGTV Primeira Edição* Zona da Mata e Campo das Vertentes (Juiz de Fora). A sistematização identificou cinco áreas iniciais, que melhor podemos chamar de relações, estabelecidas a partir das ações dos telejornais, em que as dinâmicas que envolvem a proximidade estão presentes.

4.3.1 Proximidade telejornal – audiência

Talvez seja o estreitamento da proximidade entre o telejornal e a audiência um dos objetivos mais visados pelos noticiários locais e regionais. Essa forma de ver a proximidade permeia diversos aspectos de um telejornal, como no incentivo à contribuição com envio de material audiovisual. Musse e Thomé (2015) mostram, por exemplo, que através do envio de vídeos para o então *RJTV* (TV Globo/Rio de Janeiro), a audiência deixou de ser um mero “telespectador” para se tornar um potencial “produtor de conteúdo”. As ferramentas utilizadas são simples: o celular, através de aplicativos como *WhatsApp* e *Viber*. Assim, os noticiários fazem “do público um aliado, em uma relação de amizade, mesmo que simulada, que abastece o noticiário de imagens, trazendo denúncias, reclamações, flagrantes dos problemas encontrados no dia-a-dia deste mesmo público” (MUSSE & THOMÉ, 2015, p. 02). Essa “relação de amizade” pode ser considerada uma via para contornar os problemas oriundos da estrutura limitada (PERUZZO, 2005) das mídias locais que muitas vezes dificultam a cobertura de

determinados acontecimentos. É também uma maneira de dar autenticidade à cobertura jornalística regional, já que abre novas possibilidades para abordar diferentes pontos de vistas (MUSSE & THOMÉ, 2015, p. 08).

Frazão e Brasil (2013) denominam esse tipo de comportamento dos telejornais como sendo parte do “jornalismo participativo”, apesar da crítica de ser um indício de precarização da mídia em relação à qualidade desses materiais (FRAZÃO & BRASIL, 2013, p. 114). Porém, a participação mais efetiva da audiência no telejornal pode ser vista como um elo que proporciona maior proximidade, cabendo aos jornalistas continuarem exercendo o poder sobre o que vai ou não ao ar. Neste aspecto, Musse e Thomé (2015) consideram tal iniciativa como sendo, inclusive, uma estratégia empresarial.

Outra forma de aproximação entre o telejornal e o público é através da linguagem. Na edição do dia 5 de janeiro de 2018 do *MGI* de Uberaba, no triângulo mineiro, a apresentadora começou o programa da seguinte forma: “O MGTV Primeira Edição deste cinco de janeiro está no ar e é muito bom ter você com a gente mais uma vez, boa tarde!” O “mais uma vez” é uma maneira do telejornal se (auto) afirmar que está presente no dia a dia do telespectador e que, ao mesmo tempo, é um jornal feito para aquela ‘comunidade’ – por isso, “é muito bom ter você [*o telespectador*] com a gente”.

Outro recurso que se enquadra nesse tipo de ver a proximidade é o repórter-testemunha, isto é, quando o jornalista vive determinado acontecimento e fala sua opinião sobre o processo de “experimentação” da realidade. Coutinho e Mata (2013) observaram tal comportamento em notícias oriundas de catástrofes climáticas no Brasil em 2011, com foco em materiais exclusivos que são disponibilizados na internet pelos telejornais. A constatação dos autores demonstra uma prática cada vez mais comum nos telejornalismos: o repórter que experimenta, que se torna (por vezes) personagem da notícia e que, ocasionalmente, relata a experiência de ver – ou até mesmo de fazer parte, sentir – um acontecimento. São atitudes que o mostra numa posição de ser humano, de gente comum, assim como aqueles que o assiste do outro lado da tela – numa clara referência a autenticação do real (LEAL, 2008), conforme discutido no capítulo anterior.

Apesar das contribuições dos estudos que permitem considerar a relação do telejornal com a audiência, nota-se que poucas vezes há uma problematização acerca de quem é (e quem não é) a audiência. O público é tomado como homogêneo e as exclusões oriundas da própria natureza da proximidade, em relação aos processos identitários, raramente são abordados – o que indica um problema conceitual importante, além de levar a um desafio metodológico para análises empíricas que adotam esse referencial.

4.3.2. Proximidade telejornal – território

Os aspectos geográficos são constantemente discutidos por autores que lidam com programas de TV locais e regionais. Geralmente se preocupam em mostrar que a ideia da proximidade delimitada apenas pela localização territorial é ultrapassada (PERUZZO, 2005; AGUIAR, 2017). Assim, partem do pressuposto de que estar inserido numa determinada região também diz respeito aos preceitos identitários e culturais do espaço para onde se fala, tensionando outros problemas, como a definição do que é local, regional, nacional e global.

No entanto, ao se autodenominarem como regionais não quer dizer que os telejornais sejam de fato identificados pela audiência como tais. Um exemplo é visto no trabalho de Coutinho e Fernandes (2007), que observou a construção das identidades regionais através do *Jornal da Alterosa* edição regional (da TV Alterosa, afiliada do SBT com estúdio na cidade de Juiz de Fora, Minas Gerais). As autoras consideraram que a tentativa de estabelecer laços de proximidade com toda a região foi ineficaz. A constatação evidencia que muitas vezes os telejornais ditos regionais não conseguem se aproximar de todos os municípios que fazem parte da área de cobertura jornalística. Assim, podemos afirmar que são mais “locais” do que “regionais”, utilizando a concepção de escalas de Aguiar (2017), e que há certa nitidez quanto aos sentidos de demarcação entre “nós” e o “outro”, o “incluído” e o “excluído” (SILVA, 2000; LEAL, 2016).

Apesar da ambiguidade entre o discurso empresarial e a prática efetiva do serviço jornalístico, é preciso também se empenhar sobre as estratégias em que os noticiários utilizam para se mostrarem pertencentes ao território que estão inseridos. A própria localização do repórter, seja na passagem afirmando que “está em determinado local”, ou nos créditos descrevendo a localidade, bairro ou cidade onde está sendo feita a gravação, é um recurso de aproximação territorial. É um artifício de o telejornal mostrar que uma equipe esteve no local do acontecimento – demonstrando maior proximidade com a região do que a informação dada apenas pela leitura de uma nota seca ou nota coberta, em que não há qualquer interação com os indivíduos e o espaço relativo ao acontecimento social. Também se relaciona com um dos princípios do discurso de autoafirmação do jornalismo enquanto campo profissional: o de testemunha ocular do acontecimento (ZELIZER, 1990).

Outro aspecto é a proximidade geográfica em seu vínculo com as raízes culturais e as tradições de uma sociedade, numa versão além do simples limite territorial. Barkin (1987), quando descreve as características da informação local, cita a perspectiva da comunidade como objeto de ligações pessoais próximas. O autor diz que através da veiculação de “histórias que encorajam a lealdade com a comunidade e seus representantes. O jornalismo local invoca laços fortes para os costumes e tradições locais” (BARKIN, 1987, p. 80, tradução nossa). Essa afirmação pode ser articulada às reportagens e notícias de caráter biográficas, que contam histórias de membros da comunidade que de certa forma se destacam por suas histórias de vida, seja através de atos de filantropia, hábitos sustentáveis ou mesmo de liderança e projeção social. É o caso também de informações que valorizam grupos sociais, como séries televisivas sobre organizações comunitárias, bairros e cidades que fazem parte da área de cobertura de uma emissora regional. Numa dimensão macro, os slogans também podem carregar aspectos que envolvem o pertencimento da emissora a região onde atua, apesar do risco de exclusão identificado neste capítulo.

4.3.3 Proximidade telejornal – jornalistas

Se por um lado o telejornal volta os olhares para a aproximação com a audiência, por outro, também busca meios de tornar o jornalista próximo do próprio telejornal. Essa estratégia, entre as variadas possibilidades de significação, pode ser vista como uma tentativa de humanizar os profissionais que levam (e trazem) as notícias – com o intuito final de promover a identificação ou mesmo aproximação entre o telejornal e a audiência.

Juliana Gutmann (2012), em pesquisa direcionada à articulação dos valores jornalísticos e a linguagem televisiva nos telejornais, observa como as relações que se iniciam com a presença do apresentador contribuem para a criação de um efeito de simultaneidade do espaço discursivo, numa referência à perspectiva de continuidade espacial de Fechine (2008). Apesar dos objetos empíricos utilizados na análise de Gutmann (2012) serem noticiários de rede de abrangência nacional, é possível estabelecer conexões que também fazem sentido ao contexto local e regional, como o papel dos corpos dos apresentadores e a reflexão acerca da dimensão espaço-temporal criada pelos telejornais.

Gutmann (2012) descreve como a performance dos corpos dos apresentadores contribui para uma certa autoridade na apresentação das notícias e na criação da referência espaço-temporal do telejornal – a noção do “aqui e agora”. "O apresentador articula as diversas unidades do jornal, sejam elas pré-gravadas ou ao vivo, de modo a alçá-las para a temporalidade da sua enunciação" (GUTMANN, 2012, p. 87). A autora defende que a própria organização dos estúdios contribui para promover a aproximação com o espectador, numa referência aos estúdios que geralmente tem a redação como cenário de fundo gerando um efeito de vigilância. Inferimos que nos casos dos telejornais locais-regionais Praça 1, não é comum a presença da redação ao fundo do estúdio. No entanto, a constatação de Gutmann (2012) é válida visto que é comum a presença de grandes telões que funcionam como uma janela, num claro efeito de vigilância ao mundo exterior: o campo de trabalho dos jornalistas envolvidos no telejornal. São nesses telões que as reportagens começam a ser exibidas e onde acontecem as interações entre o apresentador e os repórteres/comentaristas (quando não estão no próprio estúdio).

No que se refere à interação entre os jornalistas que estão envolvidos no telejornal, Gutmann (2012) observa o diálogo entre os apresentadores na leitura da cabeça de uma matéria, geralmente virando um para o outro, trocando olhares, numa clara performance de uma conversa através de seus corpos. A atuação, “forja o sentido de presente configurado por ações simultâneas que envolvem os sujeitos de fala e os sujeitos interlocutores do programa” (GUTMANN, 2012, p. 90). Essa relação também se conforma nas situações em que os apresentadores convocam outros mediadores que estão em locais geograficamente distintos. Através dos telões ou da própria tela dividida em duas partes, eles partilham um mesmo espaço-tempo: o espaço-tempo do telejornal. Essa proximidade entre os agentes comunicativos não exclui a proximidade com o telespectador. Pelo contrário, através do encontro no telejornal, considera-se também a presença daqueles que assistem ao programa. Este sentido de estar juntos “é o próprio espaço discursivo do encontro, lugar que só existe enquanto construção de uma temporalidade pelos dois, três ou quatro mediadores em cena, em conjunto com a presença implícita do espectador/interlocutor" (GUTMANN, 2012, p. 94).

A proximidade com o telespectador através da performance também é abordada no trabalho de Leal (2006) – citado no capítulo anterior. Ao discutir a perspectiva do corpo como texto, defende que nas imagens midiáticas há uma dupla performatividade:

[...] os corpos, como escritas, nelas performam-se, organizam de modo localizado e peculiar e códigos sociais; ao mesmo tempo, numa situação comunicacional específica, eles performam-se no tempo/espaço da recepção, junto com as outras linguagens postas em ação pelos produtos midiáticos (LEAL, 2006, p. 148).

A abordagem demonstra que a performance dos sujeitos de fala num telejornal também faz cultivar um repertório cultural do telespectador (LEAL, 2006). No entanto, inferimos que essa relação só se estabelece quando os códigos sociais são condizentes a determinado cenário sociocultural – constituindo-se um exemplo de como atos performativos são importantes elementos para observar relações de proximidade.

4.3.4 Proximidade formato – audiência

Um viés cada vez mais discutido para visualizar a proximidade, e consequentemente de participação com a audiência, é através do formato. Seguindo a definição de SOUZA (2015), lidamos com o telejornalismo como um gênero televisivo²³ e os formatos como as possibilidades às mãos dos profissionais para levar a informação ao espectador: vivo, *stand-up*, debate, nota-coberta, reportagem, quadros específicos, entrevistas, entre outros.

Os quadros específicos geralmente têm a intenção de convocar os telespectadores para fazer parte do noticiário. Alguns de forma mais explícita, como foi o caso do *Parceiros do RJ*, que, apesar de não mais produzido no *RJI*, inspirou outros Praça 1 com reinvenções semelhantes. O *MGI* de Uberaba e de Uberlândia (MG) criou o quadro *Repórter Mirim*, em que crianças fazem reportagens sobre tecnologia. O *MGI* de Belo Horizonte (MG) exibiu o *Parceiros do MGTV* em 2014. O *ES* de Cachoeiro de Itapemirim (ES) chegou a criar o *Parceiros do ESTV* com a participação de pessoas adultas, mas saiu do ar em 2012. No caso do *Parceiros do RJ*, jovens da própria comunidade tornaram-se repórteres e mostraram problemas e realidades do espaço onde vivem. Becker (2012) faz uma crítica ao “Parceiros”, demonstrando que seguia o padrão do jornalismo da emissora e mantinha a visão estereotipada dos moradores. No entanto, reconhece que

[...] se a recorrência de depoimentos populares nos telejornais locais torna comunidades, durante muito tempo excluídas da mídia, visíveis sob determinados enquadramentos, ao mesmo tempo os noticiários

²³ Cabe ressaltar que não há um consenso na academia acerca das classificações de gêneros e formatos. Gomes (2006), por exemplo, considera o telejornal enquanto um subgênero dos programas jornalísticos televisivos.

constroem um ambiente no qual as comunidades têm possibilidade de ampliar a percepção de si mesmas, bem como da realidade que as faz oprimidas (BECKER, 2012, p.87).

Os “repórteres comunitários” recebiam treinamento e eram acompanhados por jornalistas e cinegrafistas no momento da gravação do quadro – o que demonstrava o forte vínculo com o modelo de jornalismo do *RJI*. No caso dos Parceiros do então *MGTV*, Leal e Loures (2018) observaram que as favelas eram abordadas de forma já recorrentes. Assim, "a individualidade e a identidade de cada morador e de cada favela são apagados e o telejornal afirma-se identitariamente como um veículo para que a comunidade supere sua condição precária, de chaga social" (2018, p. 64). Nessa perspectiva o quadro é posicionado entre duas tensões: a razão informativa e comercial do noticiário e as próprias realidades em que as narrativas e os acontecimentos justificam sua existência, resistindo às ações dos interesses da emissora (LEAL & LOURES, 2018, p. 65). No entanto, como reforçou Becker (2012), a iniciativa era um espaço da comunidade no telejornal, além de potencial gerador de relações de identificação – por mais controversos que seus sentidos possam emergir.

Outros Praça 1 também recorrem aos formatos diferenciados para se aproximar da audiência. No nordeste, o *NEI* (TV Globo com sede em Recife/Pernambuco) veicula desde 2009 o *Calendário do NE*. Nele, o repórter vai num bairro para mostrar algum problema que atinge a comunidade, geralmente após ser acionado por algum morador. Um representante do órgão público responsável também é convidado. Neste processo, o jornalista se comporta como um intermediário entre o cidadão e a prefeitura, firmando um “pacto”, simbolizado pela figura do calendário onde é anotado a data para resolver o problema. Quando o prazo vence, a equipe do *NE* volta à comunidade para conferir se a promessa foi cumprida (ou não). O quadro também foi exportado para outras emissoras, como a TV Gazeta (Espírito Santo) e a InterTV Vales de Minas (Governador Valadares/Minas Gerais). No Espírito Santo, outro quadro semelhante foi a *Urna do ESTV*, onde moradores de uma localidade eram convocados por um período de tempo a depositarem na urna uma sugestão de matéria. A sugestão mais votada tornava o assunto de uma reportagem, com direito a vivo e apuração prévia do resultado, numa clara referência a simulação de um processo eleitoral.

Um quadro que tem se popularizado é o *VC no MG* – com a atenção de que outros Praça 1 também tem sua versão regional. Nos *MGs* de Belo Horizonte (TV Globo), Juiz de Fora (Integração/Zona da Mata), Governador Valadares (InterTV/Vales de Minas),

Montes Claros (InterTV/Grande Minas), entre outras cidades/sedes, quase que diariamente são exibidos vídeos enviados pelos telespectadores. A equipe de jornalismo complementa os problemas sociais exibidos (e enviados) por meio da participação das audiências através da leitura de uma nota seca com a posição do órgão responsável, geralmente algum setor da administração municipal. No caso do *MGI* de Belo Horizonte, ainda são lidas opiniões dos telespectadores que foram postadas no Twitter com a *hashtag* #vcnomgtv. Os comentários aparecem num grande telão e comumente se referem a alguma matéria exibida no telejornal.

Apesar desses recursos serem mais utilizados nessa década, há outras maneiras de promover a proximidade pelo formato que são corriqueiramente utilizadas por noticiários regionais/locais. Um exemplo é o vivo. Diante da competição dos telejornais com o conteúdo da internet, a televisão cada vez mais busca utilizar o vivo como uma estratégia de mostrar que uma equipe está no lugar do acontecimento ou mesmo para reforçar o efeito de atualidade/agilidade da informação. A adoção dessa estratégia “resulta, por fim, em um efeito de maior proximidade entre o conteúdo enunciado e o próprio ato de enunciação por meio do qual se diminui a distância entre o fato jornalístico e sua divulgação pelo telejornal” (FECHINE, 2006, p. 3). Além da promessa de autenticidade, Fechine (2006) também considera que o vivo também gera interação num espaço que só existe naquela dimensão temporal, sendo assim, reúne “líderes comunitários e autoridades, políticos de diferentes posições, repórteres em diferentes lugares discutindo um mesmo tema” (2006, p. 6).

4.3.5 Proximidade temática - audiência

Esta última relação se ancora na relação do gênero – ou conforme Gomes (2006), do subgênero - telejornal com a audiência. Nesta articulação, se torna inevitável observar como o noticiário, através das temáticas editoriais, constrói um estilo particular (com referência ao cotidiano) que busca atender as expectativas do telespectador – numa clara relação à concepção de modo de endereçamento²⁴. Segundo Gomes (2004), “a análise do modo de endereçamento deve nos possibilitar entender quais são os formatos e as práticas

²⁴ Gomes (2004), ao discutir o modo de endereçamento, considera sua utilização num programa em particular. Apesar de neste trabalho recorrermos a cinco telejornais, observamos o aspecto da temática de forma individual em cada programa para que não haja um conflito metodológico com os pressupostos de Gomes (2004).

de recepção solicitadas e construídas pelos telejornais” (GOMES, 2004). Se utilizando dos estudos de John Hartley, que propõem três operadores de análise: o mediador, a voz do povo e a entrevista investigativa, Gomes (2004) vê a necessidade de adaptar estes preceitos à realidade do telejornalismo brasileiro, elencando então oito novos operadores: mediador, temática, organização das editorias e proximidade com a audiência, o pacto sobre o papel do jornalismo, o contexto comunicativo, os recursos técnicos a serviço do jornalismo, recursos da linguagem televisiva, formatos de apresentação da notícia e relação com as fontes de informação.

Nos interessa neste momento o segundo operador, dedicado à “temática, organização das editorias e proximidade com a audiência”. Gomes afirma que a análise da temática demanda atenção e que pode ser empreendida pela forma de organizar e apresentar as editorias e ao modo de construir a proximidade geográfica com a audiência. “[...] o telejornal pode enfatizar as editorias de economia e política, ou a de cultura e lazer, ou a de esportes. A arquitetura dessa organização implica, por parte do programa, a aposta em certos interesses e competências do telespectador” (GOMES, 2004, p. 92). Identifica-se que a temática do telejornal não é composta por assuntos aleatórios – ela faz parte do cotidiano do telespectador e pressupõe um certo nível de proximidade, o que justifica a necessidade de pensar numa relação que envolva a temática e as audiências. No caso do jornalismo local, por exemplo, é comum a referência aos assuntos relativos à cidade, bairros e serviços (ORTRIWANO, 2003; PERUZZO, 2005; GLOBOc, 2018).

Em outro artigo, desta vez em que se dedica a analisar a qualidade do telejornalismo, Itania Gomes (2006) retoma a relação entre gênero e temática. Ela afirma que o tema apropriado por diferentes gêneros varia. Ao citar o gênero notícia, diz, novamente com referência à John Hartley, que espera que as notícias sejam sobre acontecimentos sociais relevantes, como política, economia, acontecimentos locais, esportes e histórias ocasionais - numa clara derivação do modelo de esfera pública e sua separação das esferas sociais (GOMES, 2006, p. 11). Apesar do exemplo, não devemos olhar para as temáticas de forma engessada. Conforme ressalva Gomes (2004, 2006), ao considerarmos os noticiários uma variação do gênero programa jornalístico televisivo, a organização temática tem forte relação com o próprio reconhecimento social do subgênero, o que demonstra sua variação de acordo com a realidade sociocultural.

Cabe apontar que Gomes (2004) inicialmente realiza tal discussão com vistas a um telejornal de escala nacional, o então *Jornal do SBT*. No entanto, posteriormente, aborda o operador da organização temática em outras propostas, como no caso da análise

da qualidade (GOMES, 2004) e como uma metodologia ampla de análise do telejornalismo (GOMES, 2011).

Ressalta-se, ainda, que as cinco relações de proximidade sistematizadas a partir de estudos nacionais não são um esgotamento de possibilidades, mas sim, um ponto de partida e a tentativa de estabelecer uma interlocução da proximidade com a empiria. Novas elaborações poderão ser visualizadas inclusive para atender às necessidades metodológicas e a interlocução com outras mídias, como aplicativos desenvolvidos para *smartphones*, recursos da TV Digital (mesmo que ainda incipientes no Brasil) e a própria internet.

CAPÍTULO 5 – ALGUNS OLHARES NOS TELEJORNALIS REGIONAIS DE MINAS GERAIS

Com o intuito de articular a discussão teórica sobre os jornalismo locais, a televisão e as relações de proximidade nos telejornalismo locais e regionais, além de observar como tais preceitos se refletem na empiria (e o inverso), neste capítulo nos dedicamos a analisar as relações de proximidade em cinco noticiários Praça 1, produzidos por afiliadas da TV Globo de Minas Gerais. A proposta é desenvolvida em dois momentos complementares. No primeiro, realizamos uma análise preliminar em quatro telejornais mineiros com o intuito de familiarizar com a linguagem e testar as relações de proximidades desenvolvidas no capítulo anterior. A partir desse primeiro contato, buscamos desenvolver os operadores analíticos para uma segunda análise, direcionada a um quinto Praça 1, o da TV Integração da Zona da Mata e Campo das Vertentes com sede na cidade de Juiz de Fora.

A proposta inicial era a de realizar as análises juntamente com a discussão teórica de cada dimensão de proximidade. No entanto, no processo de desenvolvimento da análise, foi identificado que muitas vezes diferentes relações podem coexistir num mesmo aspecto do telejornal. Assim, é possível que uma entrada ao vivo, por exemplo, estabeleça uma proximidade envolvendo o “formato-audiência”, assim como também o “telejornal-território”. Portanto, concluímos que as análises seriam melhores organizadas quando feitas separadas, considerando as interlocuções com as diferentes relações de proximidade.

5.1 Análise preliminar

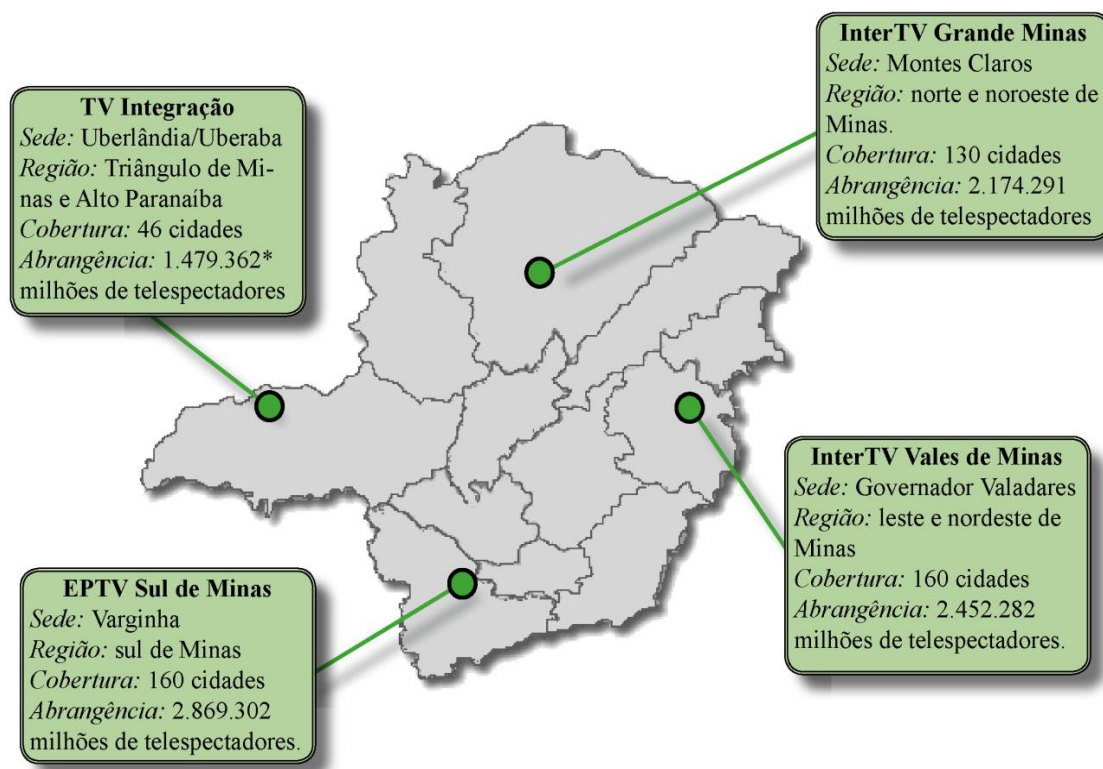
Em termos metodológicos, o primeiro levantamento de caráter exploratório foi realizado entre os dias 22 e 27 de janeiro de 2018 e entre 7 e 11 de janeiro de 2019, envolvendo os telejornais *MGI* Triângulo Mineiro (Uberlândia/Uberaba), *MGI* InterTV Vales de Minas Gerais (Governador Valadares), *MGI* InterTV Grande Minas (Montes Claros) e EPTV Sul de Minas (Varginha) Primeira Edição. Foram coletados nos sites das quatro emissoras regionais afiliadas da Rede Globo 352 vídeos de 48 edições dos telejornais Praça 1, correspondendo a duas semanas de exibição. Na região do Triângulo Mineiro, os telejornais *MGI* de Uberlândia e o *MGI* de Uberaba são produzidos pela mesma emissora, a TV Integração. Como em 2018 os vídeos dos dois noticiários eram postados numa

mesma página no portal G1 e traziam notícias de uma mesma região (há constante trocas/repetição de matérias entre os dois jornalísticos), consideramos neste artigo, para efeitos metodológicos, como sendo apenas um telejornal (*MGI* Triângulo Mineiro).

A opção, nesta análise preliminar, em olhar para cada VT ao invés do telejornal completo é justificada pelo fato de tais Praça 1 não serem postados na íntegra na internet. No caso específico do *MGI* do Triângulo de Minas, na coleta de 2018, a íntegra era disponibilizada mediante assinatura do Portal G1. Em 2019, passou a ser disponibilizada de forma gratuita. Por uma precaução metodológica, optamos na coleta de 2019 considerar apenas os vídeos postados de forma individual²⁵.

Não foram considerados quadros de agenda de cinema e da previsão do tempo. Consideramos, a princípio, que tais VTs são genéricos, não permitindo um olhar claro para observar as relações de proximidade estabelecidas. Matérias de esporte também foram desconsideradas já que a forma como são apresentadas se distingue conforme o telejornal: enquanto alguns exibem como parte integrante do noticiário, em outros há o programa *Globo Esporte* local separado do Praça 1. O mapa a seguir (FIG. 5) demonstra a localização e a área de cobertura dos noticiários:

²⁵ Na segunda análise é realizada a visualização na íntegra, já que o *MGTV* de Juiz de Fora é postado nesta lógica – o que possibilita observar outros elementos do noticiário.

FIGURA 5 – Telejornais que compõem o *corpus* da análise preliminar

Fonte: elaboração do autor, 2019

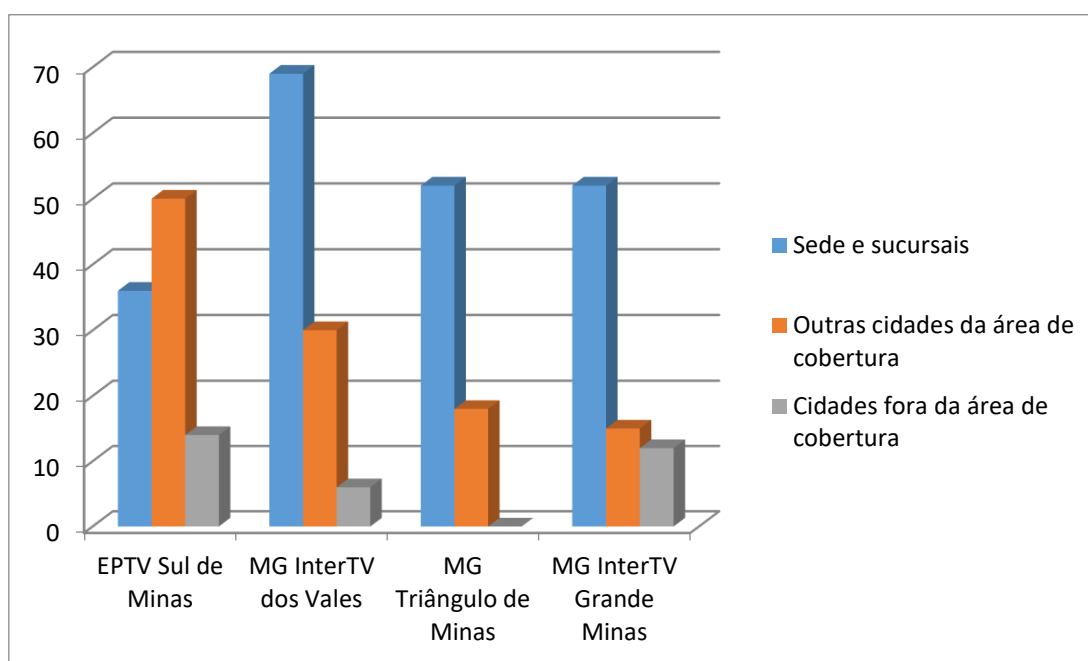
A escolha inicial dos quatro telejornais de diferentes regiões geográficas de Minas foi proposital. Considerando que estão em localidades distintas (norte-sul-leste-oeste), partimos da premissa de que, em tese, deveriam oferecer particularidades identitárias, culturais e geográficas do espaço onde estão inseridos.

Na análise foi identificado que todos os telejornais fazem o uso do vivo. No entanto, salvo algumas exceções, como *MGI* do Triângulo Mineiro de 24/01/2018, que fez um vivo na cidade de Patos de Minas para falar sobre um macaco encontrado morto e que não tinha relação com a febre amarela, e o *EPTV* Sul de Minas, que quase diariamente fez vivos de diferentes cidades, a maioria é feita na própria cidade-sede dos programas. No entanto, percebe-se que tanto os apresentadores quanto os repórteres buscam se situar, sempre citando o bairro ou a região de onde falam. No dia 24/01/2018, durante o *MGI* da InterTV Grande Minas, a apresentadora Ana Carolina Ferreira disse ao chamar o repórter Max Andrade: “O Código Brasileiro de Trânsito completa 20 anos este mês e por isso nós vamos voltar a falar com o Max Andrade que está lá na avenida Doutor João Luiz de Almeida, uma das mais movimentadas aqui de Montes Claros. Boa tarde, Max”. A estratégia pode ser entendida como uma forma de aproximação pelo

formato e pelo território, já que a apresentadora contextualiza a avenida (uma das que possui o maior trânsito de Montes Claros) e o repórter fala no local onde o acontecimento se insere, mesmo que de maneira indireta, como o caso descrito.

Ainda sobre a aproximação com o território onde os noticiários estão inseridos, chamamos atenção para a distribuição da cobertura geográfica dos acontecimentos da região. Na figura abaixo (FIG. 6), buscamos comparar, entre a amostragem de 165 vídeos, três grupos de matérias: 1) as produzidas nas cidades-sede das emissoras (incluindo as sucursais²⁶); 2) aquelas que foram feitas em municípios que não são a cidade-sede da emissora, mas que fazem parte da região de cobertura; 3) aquelas que foram exibidas no telejornal, mas que foram produzidas por emissoras parceiras, portanto, fora da área de cobertura da afiliada.

FIGURA 6 - O regional nos “Praça 1” de Minas: mapeamento da produção noticiosa



Fonte: do autor, 2019.

Com exceção do *EPTV* Sul de Minas, em todos os outros Praça 1 há uma concentração de notícias das cidades-sede das emissoras. Portanto, nos faz questionar, para além de uma localização geográfica, quais elementos dessas reportagens podem (ou não) fazer emergir uma relação de proximidade com telespectadores que não

²⁶ Sobre as sedes e sucursais: *EPTV* Sul de Minas: Varginha (sede), Poços de Caldas e Pouso Alegre (sucursais); *MG InterTV* dos Vales de Minas: Governador Valadares (sede) e Ipatinga (sucursal); *MG* Triângulo de Minas: Uberaba e Uberlândia (sedes); *MG* Grande Minas: Montes Claros (sede).

compartilham o mesmo espaço geográfico – colocando em cena os aspectos simbólicos que poderiam permitir a identificação dos públicos com o telejornal.

Outro apontamento é que quase todos os telejornais exibem matérias “importadas” de outras afiliadas ou da própria TV Globo cujos temas possuem provável relação com a região. Um exemplo foi visto no dia 25/01/2018, quando o *MGI* da InterTV Grande Minas veiculou uma reportagem da TV Globo Minas (Belo Horizonte) que mostrava um balanço sobre os casos de febre amarela em Minas Gerais. No caso do *EPTV* Sul de Minas, houve importação de quadros produzidos por afiliadas do estado de São Paulo. O gastronômico *Prato Fácil* (FIG. 7), apresentado por Fernando Kassab e gravado em São José do Rio Pardo (SP), foi exibido três vezes ao longo da semana analisada em 2018.

FIGURA 7 – Quadro “Prato Fácil” exibido no *EPTV* Sul de Minas



Fonte: *EPTV Primeira Edição* Sul de Minas, 2018.

Num primeiro momento poderíamos questionar se, como telejornal regional, não seria interessante o *EPTV* exibir receitas que fossem típicas da região onde está inserido, adaptando, assim, o quadro para uma dimensão cultural-geográfica mais regional. Por outro lado, através do modelo *geo-social* de Hess & Waller (2017), emerge a necessidade de compreender as dinâmicas simbólicas que perpassam nos bastidores dessa escolha em sua articulação com a própria sociedade/cultura, no sentido de que não seria apenas o fator geográfico determinante para a prática dos jornalismo locais. Em tom questionador, quais fatores sociais e culturais fazem com que uma matéria gravada em São Paulo

adquirir interesse à população do sul de Minas Gerais? Fazemos a ressalva de que na coleta de 2019, o mesmo quadro foi produzido e gravado em cidades da área de cobertura da EPTV Sul de Minas, como Poços de Caldas.

Numa via complementar identifica-se ainda um fenômeno curioso: seis vídeos foram exibidos sem qualquer referencialidade territorial. Um exemplo é a matéria intitulada “Mais de 170 concursos públicos estão com inscrições abertas em vários estados”, exibida no dia 07/01/2019 no *MGI* da InterTV Grande Minas. Nela é exibida, através de *off*, sonoras e imagens, a rotina de vários candidatos que tem se dedicado ao preparo para provas de concursos. Um deles é Jane Rocha, cujo cotidiano é figurado através de imagens que remetem à rotina de estudos e a conciliação com a família, como nos *frames* (FIG. 8) seguintes:

FIGURA 8 - Quem é Jane na reportagem do *MGI* da InterTV Grande Minas?



Fonte: *MGI* Grande Minas, 2019.

O telespectador não tem a informação sobre o lugar de onde Jane fala, em qual cidade/bairro mora, se é ou não mineira e se compartilha de uma mesma realidade sociocultural dos telespectadores do Norte e Noroeste de Minas. Na mesma matéria, o repórter diz em *off*: “disciplina e muita determinação é o que não falta para alunos *deste* cursinho preparatório”. A palavra “*deste*” indica uma referência espacial que se apresenta vaga, visto que em nenhum momento se diz onde, de fato, a imagem foi gravada. Assim,

a matéria se apresenta desterritorializada, se pensarmos apenas numa proximidade ligada estritamente à geografia.

Situação semelhante foi visualizada na matéria exibida no dia 25/01/2018 no *MGI* da InterTV Grande Minas, intitulada no G1 de “Consumo de alimentos saudáveis aumenta no Brasil”. Não há menção de onde foi gravada, apesar de ter empresários e *chefs* de cozinha que dão exemplos pessoais sobre o negócio que administram. A passagem do repórter aparenta ter sido “cortada”, excluindo assim a possibilidade de identificação geográfica através do crédito. A falta de localização geográfica da matéria pôde ser comprovada dois dias depois, quando foi exibida em outro telejornal, o *MGI* da InterTV Vales de Minas, a mesma reportagem, sem qualquer modificação.

Se considerarmos os argumentos em que alguns autores recorrem como preceitos do jornalismo local, esses exemplos também problematizam toda uma literatura, principalmente estrangeira, sobre a criação de um senso de comunidade (BARKIN, 1987; BOWD, 2017). Como pensar em laços comunitários, culturais e identitários em reportagens em que há o apagamento geográfico? Uma via de reflexão pode estar nos estudos que considerarem que o fator geográfico não deve ser o único norteador para se pensar o jornalismo local e regional (FRANKLIN, 2005; PERUZZO, 2005; HESS & WALLER, 2017) – um aspecto que será discutido com maior profundidade ao final desta primeira descrição da análise.

Outro caso semelhante é o do quadro *EPTV na Praia* (FIG. 9), exibido pelo EPTV Sul de Minas em cinco edições da coleta realizada em 2019. Nele, o repórter, circula pelas praias do litoral paulista com o intuito de mostrar as opções turísticas da região.

FIGURA 9 - Quadro *EPTV na Praia* exibido pelo EPTV Sul de Minas



Fonte: *EPTV Primeira Edição* Sul de Minas, 2019.

Os VTs chegam a durar até sete minutos e além de serem inteiramente gravados no estado vizinho, não há nenhuma referência explícita ao Sul de Minas Gerais, como as fontes entrevistadas. Outro fator que chama a atenção é que o repórter, Eduardo Brambilla, é na realidade apresentador e editor da *EPTV* de Campinas, no Estado de São Paulo. Assim, perguntam-se quais sentidos e relações de proximidade podem emergir de uma reportagem que não há ligações geográficas com os lugares onde é exibida? Esse exemplo ainda auxilia na nossa crítica a própria percepção da proximidade geográfica enquanto valor notícia (GOULDING & ELLIOT, 1979; SILVA, 2005), já que neste caso ela não funciona – caso contrário, a matéria provavelmente não seria exibida no *EPTV Primeira Edição* Sul de Minas.

Acontecimentos de abrangência nacional também foram explorados em sua localidade, como no dia 24/01/2018 no *MGI* do Triângulo Mineiro, quando se noticia as manifestações pró e contra Lula em Uberlândia enquanto acontecia o julgamento do recurso do ex-presidente no Tribunal Regional Federal de Porto Alegre, no estado do Rio Grande do Sul. Essa ocorrência demonstra que o jornalismo e os acontecimentos de escala nacional também interferem na agenda noticiosa dos telejornais locais e regionais – que passam a lidar com tais assuntos em sua abordagem local.

As personalidades e lideranças regionais também aparecem nos telejornais, numa lembrança ao que Barkin (1987) considera como característica da informação local. No

dia 22/01/2018, o *MGI* da InterTV Vales de Minas dedicou quatro minutos e nove segundos para falar da morte de um empresário conhecido na região. Já nos dias 27/01/2018 e 12/01/2019, exibiu o quadro *Toca aí*, dedicado a apresentar ao público músicos regionais. No dia 07/01/2019, exibiu no quadro *Bom Exemplo* a ação de moradores que semanalmente oferecem café da manhã para os trabalhadores que fazem a limpeza pública de Governador Valadares. Esses exemplos podem ser interpretados como um estreitamento dos laços entre a audiência e os telejornais através de ações inspiradoras que auxiliam no desenvolvimento de um senso de comunidade – apesar de toda a crítica ao emprego deste termo na realidade brasileira e pela mídia comercial.

Em referência a outros quadros específicos, numa relação possível entre o formato e seu potencial de geração de proximidade com a audiência, o *MGI* Triângulo Mineiro possui o *MG Responde*. Um especialista é convidado para ir ao estúdio e responde perguntas enviadas pelos telespectadores. No caso do quadro exibido no dia 23/01/2018, uma advogada de Uberaba respondeu questões sobre pensão alimentícia. Na primeira dúvida, a apresentadora Lívia Zanolini dizia:

Começamos com a [pergunta?] da Ana Carolina, no bairro Leblon. O juiz determinou que a pensão dos filhos dela fosse descontada da folha de pagamento do ex-marido. Só que ele é o gerente da empresa. Ela desconfia que não foi descontado em folha porquê não foi pago o décimo terceiro determinado [...]. O que ela deve fazer? (MG Triângulo Mineiro 1ª Ed., 24 jan. de 2018).

No entanto, constata-se a falsa-ideia de participação regional neste caso. Das 12 perguntas enviadas, 10 eram oriundas de moradores de Uberaba (cidade-sede da emissora). As outras duas eram anônimas. Assim, mesmo com 15 minutos e 11 segundos, pouco mais de um terço do tempo total do programa, o quadro mostrou uma participação extremamente localizada, demonstrando a pouca mobilização dos demais municípios que fazem parte da área de cobertura.

No InterTV Vales de Minas, um quadro semelhante chama-se *Direito do Cidadão*. Nele, um advogado responde dúvidas enviadas pela audiência por telefone. Diferentemente do telejornal de Uberaba, este se mostrou com maior participação regional. Das dez perguntas lidas pelo apresentador na edição do dia 24/01/2018, três eram da cidade sede e do município da sucursal (Governador Valadares e Ipatinga), três anônimas e quatro de outras cidades (Caratinga, Monte Formoso, Coronel Fabriciano e São João do Oriente). No noticiário, também há o quadro chamado de *Blitz do MG*

InterTV, em que repórteres percorrem bairros para mostrar problemas, geralmente de infraestrutura. No dia 24/01/2018 o assunto era sobre um buraco num bairro de Governador Valadares. A proximidade física da jornalista com a população através da performance foi evidente: a repórter, com gestos e contatos corporais com os moradores, tenta se mostrar próxima das fontes ouvidas. Ao fim, ainda demarca o lugar de onde se fala, numa tentativa de firmar que a equipe esteve no local e, assim, passar a ideia de vigilância. A repórter diz: “Eu sou a Ariane Granado e essa foi mais uma Blitz do MG *InterTV*”. Neste telejornal, ainda há o quadro *VC no MG* (FIG. 10), também presente no *MGI* da *InterTV* Grande Minas. O *VC no MG* se propõe a ser um espaço de serviço no telejornal, já que mostra problemas pontuais, como de buracos em ruas e carências na infraestrutura. Ele também é veiculado em outras praças, como no *MGI* da TV Globo Minas (Belo Horizonte). Exibido no *MGI* *InterTV* de segunda à sexta-feira e típico exemplo da proximidade entre o telejornal e a audiência através da participação com envio de materiais audiovisuais.

FIGURA 10 – Frames do Quadro *VC no MG* veiculados pelo *MGI* *InterTV* dos Vales de Minas e pelo *MGI* *InterTV* Grande Minas



Fonte: *MGI* Vales de Minas e *MGI* Grande Minas, 2018.

Apesar da maior parte das participações exibidas no *VC no MG* serem de moradores das cidades sede da emissora, nota-se que são exibidos problemas de outros municípios. No dia 22/01/2018, foram três contribuições desse grupo no *MGI* da *InterTV* Grande Minas. Após mostrar as queixas, através de fotos e vídeos, o apresentador leu as posições das prefeituras sobre o assunto. Cabe ainda destacar a adaptação do quadro *Calendário do NE* que no *MGI* da *InterTV* Grande Minas passou a se chamar *Calendário do MG*.

Algo particular que se percebe no *MGI* da InterTV Grande Minas é a quantidade de entrevistas de estúdios. Nas seis edições analisadas, foram 10 exibidas. O tempo médio é de cerca de cinco minutos, com exceção do quadro veiculado no sábado, nomeado de *Debate InterTV*, e que trouxe três profissionais para discutir o combate ao trabalho escravo e uma chacina que aconteceu nos inícios dos anos 2000 no interior de Minas Gerais. O formato promete ser mais plural (SOUZA, 2015) devido à possibilidade de colocar no estúdio pessoas com opiniões distintas, o que nem sempre acontece, já que os convidados muitas vezes apresentam o mesmo ponto de vista (no que foi coletado no período de análise eram todos da área do direito). Foram dedicados 17 minutos e 11 segundos para abordar o tema - incluindo duas reportagens exibidas como contextualização do assunto. A grande quantidade de entrevistas de estúdio contrasta com um distanciamento do próprio noticiário com a população: não há interação com a comunidade, já que o *MGI* da InterTV Grande Minas não oferece forma alguma de participação, seja por telefone ou internet. As perguntas, assim, são da própria apresentadora e/ou equipe editorial.

O levantamento também demonstrou que a proximidade, vista como uma relação entre o telejornal e a audiência, por vezes se mostra instável. Essa percepção é corroborada a partir de um comentário feito pela apresentadora do *MGI* Triângulo de Minas, Vanessa Carlos, à repórter Fernanda Vieira no dia 07/01/2019 num vivo sobre violência contra a mulher em Uberlândia:

[Fernanda Vieira]: Direto da delegacia da mulher, a Fernanda Vieira traz as informações pra gente. Fernanda, mais um caso. É uma violência que a gente tem impressão que não tem fim. *E nós, mulheres, a gente vai chegando num ponto que não sabe nem mais o que fazer né?* (MG 1ª Edição Triângulo de Minas, 07 jan. 2019, grifos nossos).

Na fala da jornalista o gênero emerge como um sentido possível de identificação. A apresentadora deixa de lado posturas clássicas defendidas pelo campo profissional do jornalismo, como a isenção e a objetividade (SCHUDSON, 2010), para se firmar como mulher e uma possível vítima de uma sociedade em que a violência de gênero é presente.

5.2 Reflexões sobre o levantamento: a formulação de operadores de análise

Neste primeiro levantamento, dos quatro noticiários analisados – que propõem em seus discursos cobertura regional – apenas um, o da EPTV Sul de Minas, consegue fazer uma cobertura regional de fato se pensarmos apenas no fator geográfico. Nesta lógica, os outros três se apresentariam mais locais do que regionais, se considerarmos os conceitos de escalas (AGUIAR, 2017), principalmente pela maioria das matérias ser proveniente das cidades-sede das emissoras. No entanto, nos calcando na percepção de que a proximidade é uma construção que envolve fatores sociais e culturais na relação do telejornal com o indivíduo, seria incoerente afirmar, baseado apenas nos limites geográficos, de que não há sentidos de proximidade com as demais cidades das regiões dos telejornais analisados.

A matéria da Jane, exibida no do *MGI* da InterTV Grande Minas no dia 07 de janeiro de 2019, fornece pistas que possibilitam romper a barreira geográfica. Na reportagem é exibida a rotina da mulher, como o esforço nos estudos, o cuidado com a casa, a sua posição de estudante num cursinho, além do papel de mãe que cuida dos filhos. O esforço, a maternidade e a esperança de um futuro melhor se constituem como aspectos simbólicos da reportagem que suprem a ausência de uma localização geográfica. Jane pode ser vista como o reflexo de uma realidade brasileira. Segundo a Associação Nacional de Proteção e Apoio aos Concursos (Anpac), existem 12 milhões de “concurseiros” no país²⁷. Já a quantidade de mães é ainda maior: cerca de 1/3 da população brasileira (AB, 2015). Há ainda o movimento das mulheres que querem ser independentes dos homens, já que quase 29 milhões de famílias são chefiadas por mulheres – um número que tem aumentado ao passar dos anos (IPEA, 2015). Portanto, a história de Jane simboliza a história de muitas dessas mulheres e, porque não, de homens que também enfrentam a exaustiva rotina de estudos em busca de uma melhor condição de vida.

O Quadro *EPTV na Praia*, totalmente gravado no litoral paulista, é outro caso que permite inferências – desta vez na cultura mineira. Faz parte do imaginário popular a frase de que “mineiro gosta de praia”, mesmo que o estado não seja banhado pelo mar – o que explica a “fuga” para os estados vizinhos na estação do verão. No Espírito Santo, por exemplo, no verão de 2017, os turistas mineiros lideraram a pesquisa dos viajantes a turismo no Estado, representando 25,58% do total – a grande maioria para o litoral

²⁷ Concursos público atraem 12 milhões de brasileiros. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2011-abr-07/concursos-publicos-atraem-12-milhoes-brasileiros-ano>>. Acesso em 16 jun 2019.

(SETUR, 2017). Assim, quando a EPTV mostra em seu telejornal do sul de Minas o dia a dia das praias paulistas, também está lidando com aspectos culturais que fazem parte dessa época do ano. Cabe ainda ressaltar, conforme cita Schneider (2004), que ir à praia faz parte dos chamados “eventos culturais coletivos” que compõem os discursos da identidade nacional brasileira, em conjunto com o futebol, pular carnaval e tomar uma cerveja no botequim da esquina (SCHNEIDER, 2004, p. 9).

Curiosamente, nesta análise preliminar, foram identificados que elementos específicos que compõem a reportagem, como as temáticas das matérias, atuam de forma importante para refletir e identificar as diferentes relações de proximidade, não só a relativa ao telejornal-temática. Tal constatação nos aponta para a necessidade de desenvolver operadores que permitam visualizar as dinâmicas que fluem nessas relações, principalmente na identificação de aspectos socioculturais e simbólicos que estão presentes na conformação do espaço televisivo. Portanto, para segunda análise foram desenvolvidos quatro operadores analíticos: os *canais de participação*, o *espaço cênico*, as *editoriais/temáticas* e a *retórica da transmissão direta*. Essa mudança metodológica altera a forma de olhar para os telejornais, direcionando e organizando o processo de análise, ao mesmo tempo em que avança no sentido de reconhecer que as relações de proximidade emergem como construções culturais, já que os operadores também funcionam nesta lógica – uma demanda que surgiu a partir do primeiro contato com os telejornais. De forma sintética, os operadores são assim descritos:

- a) *Canais de participação*: considerando o telespectador enquanto um usuário e produtor de conteúdo na sociedade das mídias digitais (MARTINO, 2015), busca-se observar a participação do público nos telejornais através, por exemplo, dos canais institucionais. A participação aqui não é apenas ligada a enquetes ou sugestão de matérias, mas também à produção e à veiculação de conteúdo produzido pelo usuário e à reflexão acerca dos conteúdos institucionais – como os que foram vistos nos quadros *VC no MG* e *MG Responde*. O operador possibilita observar as relações de proximidade entre o telejornal e audiência e o formato e a audiência.
- b) *Espaço cênico*: busca-se observar como estúdio, os corpos e as enunciações contribuem na emergência das relações de proximidade e dos sentidos de cotidiano. Partindo da lógica do corpo como texto (LEAL, 2006) que incorpora códigos sociais, a performance se constitui como uma forma de identificar os

códigos que fazem parte da cultura e da sociedade em que o noticiário está inserido. As performances possíveis de serem analisadas não se restringem aos dos sujeitos de fala, como os apresentadores, repórteres e entrevistados notados na análise preliminar, mas também daqueles corpos que também não têm voz – como a população enquadrada pela câmera das reportagens. O operador permite observar as relações de proximidade entre o telejornal e a audiência e o telejornal e os jornalistas.

- c) *Editorias/temáticas*: a temática das editorias possibilita verificar qual é o cotidiano local/regional construído pelo noticiário – e numa via paralela, qual é o cotidiano que é apropriado pelo telejornal. De que, sobre o que fala então o MG1? Os conceitos da *Factual TV* (HILL, 2007) compõem os bastidores deste operador que funciona na premissa do telejornal enquanto um gênero informativo que fala de assuntos não-ficcionais e do dia a dia da realidade sociocultural onde está inserido. Considera-se observar como o modelo *geo-social* (HESS & WALLER, 2017), na especificidade da desterritorialização geográfica das notícias, opera nas notícias. O caso do quadro *EPTV na Praia* é um exemplo sobre a lógica reflexiva em que este operador atua (em conjunto com aspectos simbólicos-culturais). Considera-se que possibilite visualizar as relações de proximidades do telejornal com o território, do telejornal com a audiência e da temática com a audiência.
- d) *Retórica da transmissão direta*: permite verificar quais as estratégias e os sentidos do telejornal na construção do espaço-tempo do presente na transmissão e nas unidades englobadas e englobantes (FECHINE, 2003, 2008) do noticiário, como reportagens, vivos, quadros específicos e entrevistas. Os recursos podem ser discursivos ou como parte dos elementos de composição audiovisual (edição). São também úteis para compreender como o telejornal constrói um sentido de atualidade, considerado um dos valores do jornalismo moderno (GUTMANN, 2012). O operador permite refletir sobre as cinco relações de proximidade desenvolvidas neste trabalho.

5.3 Olhares no *MGTV Primeira Edição da Zona da Mata e Campo das Vertentes*

A análise atual se diferencia da primeira pela adesão aos novos operadores analíticos, formulados a partir da própria análise preliminar. Ao invés de nos debruçarmos nos quatro telejornais da primeira análise, optamos por focar apenas em um novo

telejornal. Essa ação se justifica pela possibilidade de realizar uma análise mais detalhada, permitindo apurar com maior eficiência as repetições e as dinâmicas que envolvem as relações de proximidade, além de nos fornecer dados a respeito de um novo Praça 1 de Minas Gerais. Assim, foi escolhido o *MGTV 1ª Edição* da TV Integração com sede em Juiz de Fora, responsável pela cobertura em 102 cidades das regiões da Zona da Mata e do Campo das Vertentes e com dois milhões de telespectadores potenciais (GLOBOe, 2019). Neste levantamento foi realizada a visualização na íntegra das 6 edições coletadas entre os dias 10 e 15 de junho de 2019 (uma semana), de forma a observar elementos que não eram passíveis de serem identificados pelo contato com a reportagem isolada, como a transição entre os blocos e a passagem de uma notícia para outra. A primeira ação, que segue a seguir, foi uma descrição detalhada de cada edição utilizando como norte os operadores analíticos. Posteriormente, a partir do conjunto de descrições, foram realizadas inferências e apontamentos críticos sobre as relações de proximidade.

5.3.1 Edição de 10 de junho (segunda-feira)

O telejornal do dia 10 de junho, uma segunda-feira, tem a duração de 40 minutos e 06 segundos. Começa com a escalada, em que são narrados os principais assuntos da edição: inicia com uma imagem panorâmica da cidade de Muriaé. Logo depois a apresentadora Érica Salazar, enquadrada em plano americano com a bancada à frente, diz: “vem comigo para Juiz de Fora, por aqui 22 graus”. Nota-se, portanto, uma demarcação do tempo e do espaço da transmissão direta do telejornal. A escala possui três *teasers* gravados por repórteres no local dos acontecimentos, além de partes das sonoras dos entrevistados. Entre os recursos de composição do audiovisual estão vários “sobe som”, uma trilha padrão dos Praça 1 que remete a um dinamismo e à dimensão temporal acelerada, e a própria performance da apresentadora em plano americano com a bancada aparente e o telão com uma imagem de uma cidade ao fundo.

Logo após é inserida a vinheta do *MGTV* e inicia o telejornal com enquadramento da apresentadora em primeiro plano. A primeira matéria do noticiário regional foi exibida um dia antes no Fantástico, programa estilo revista eletrônica de abrangência nacional da TV Globo, sobre a fraude do processo de cotas para negros do Instituto Nacional do Seguro Social – INSS de Juiz de Fora. Nela, além de fontes oficiais de Juiz de Fora, como a delegada da Polícia Civil que abriu o inquérito, também é ouvida uma perita em imagem que identifica os traços da manipulação da foto apresentada pelo homem acusado de

fraudar as cotas. Ela não participa oficialmente da investigação e afirma que ele usou tinta para escurecer a pele, se tratando portanto de “manipulação grosseira”. Assim, nota-se que a versão oficial da delegada não é suficiente para a narrativa construída pela reportagem, foi preciso ainda ouvir uma especialista independente. Nesta dinâmica, há uma composição do espaço cênico que lembra o ambiente de trabalho de um detetive (FIG. 11), com imagem projetada num telão, olhar de seriedade da mulher enquanto manuseia o notebook e iluminação penumbra.

FIGURA 11 – A composição cênica na reportagem sobre fraude do INSS



Fonte: MGTV, 2019.

Toda a narração é feita pelos apresentadores do Fantástico. Com o fim da reportagem, Érica Salazar chama o repórter Vagner Tolendato para uma entrada ao vivo para atualizar as informações. De uma rua de Juiz de Fora, ele diz que pela manhã foi ao INSS procurar o acusado, mas não o encontrou, pois havia sido exonerado pouco antes. Assim, o próprio repórter chama uma matéria sobre esse tema, dessa vez produzida pela equipe do *MGTV* de Juiz de Fora. Apesar da matéria ser veiculada poucos minutos após a reportagem completa (produzida no Fantástico), há uma suíte que recapitula tudo o que foi dito anteriormente.

Após o fim da matéria, entra uma espécie de painel de serviço, relativo ao quadro *Tome Nota*. Nele, através de caracteres e narração da apresentadora, há informações sobre

algum evento aberto ao público da região. No caso dessa edição, um workshop sobre empreendedorismo. Depois, volta para o estúdio onde Érica Salazar faz a passagem de bloco, enunciando dois assuntos que serão abordados após os comerciais (vacinação em Muriaé e previsão do tempo). O relógio com o horário local é inserido no canto da tela, numa clara relação com a retórica da transmissão direta.

O segundo bloco começa com uma nota coberta sobre a queda do teto de uma central de atendimento ao eleitor na Câmara Municipal. Quando a imagem volta para a apresentadora, o enquadramento está em primeiro plano. No entanto, quando ela muda para um novo assunto, o enquadramento muda para o americano. Inicia-se a cabeça para chamar um vivo com a repórter Nayara de Paula, também de Juiz de Fora, sobre transplante de medula – dessa vez em frente a um hospital e com um entrevistado. Após o vivo, volta para o estúdio e Érica, em pé, fala sobre o alerta da Organização Mundial da Saúde para o aumento da quantidade de transmissão de DST/AIDS por causa de aplicativos de relacionamento. Então chama um vivo, dizendo: “Vagner, como está essa realidade aqui em Juiz de Fora? O repórter Vagner Tolendato traz dados da realidade da cidade e começa uma entrevista com o chefe do Departamento de DST/AIDS da prefeitura de Juiz de Fora.

Ao voltar para o estúdio, Érica fala sobre a previsão do tempo para diversas cidades da região de cobertura do *MGTV*, detalhe que ela recorrentemente fala “*MGTV*” e não “*MG1*” como alguns telejornais da análise preliminar enunciavam. Um vivo é chamado, novamente de Juiz de Fora e com a repórter Nayara de Paula, dessa vez sobre investimento em energia sustentável com um entrevistado do Sebrae. Quando volta para o estúdio, Érica se despede da repórter e entra a vinheta do esporte. A apresentadora então chama, por meio do telão, o apresentador do *Globo Esporte* regional, Inácio Novaes, que relata as principais notícias que serão exibidas após o *MGTV* no programa esportivo. Ao voltar para o estúdio do *MGTV*, Érica faz a passagem de bloco.

O terceiro e último bloco começa com uma nota coberta com fotos de apreensão de drogas em Muriaé. Logo depois, Érica lê uma nota seca de um crime na cidade de Ubá. Então a apresentadora começa a fazer um resumo do que foi exibido no telejornal até aquele instante. Neste momento, inicia-se uma trilha em ritmo acelerado que acompanha a leitura da apresentadora nesta síntese do noticiário. Ela diz:

[Érica Salazar]: Agora meio dia e 36 minutos, pra você que chegou agora essa edição do *MGTV* já mostrou que a justiça eleitoral pediu à

Câmara de Juiz de Fora informações sobre o andamento da reforma da sala onde estava funcionando o ponto de atendimento ao eleitor. Há uma semana o forro do teto da sala do TRE legislativo caiu depois de uma forte chuva. Os equipamentos precisaram ser retirados. Os serviços eleitorais tiveram que ser interrompidos. Os eleitores que estavam agendados devem ir ao Cartório Eleitoral que fica na Avenida Presidente Itamar Franco. E a Câmara Municipal disse que enviou hoje um relatório comprovando que fez as reformas exigidas e a sala está à disposição do TRE. Uma fraude no sistema criado pra tentar reduzir desigualdade entre brancos e negros no mercado de trabalho foi descoberta em Juiz de Fora. Esse esquema foi revelado pelo Fantástico ontem e hoje nossos repórteres foram à agência que fica na Rodoviária. O rapaz não estava. Foi demitido hoje. Está publicado no diário oficial da união. Você pode rever essas e outras notícias, as reportagens completas no G1 Zona da Mata que também traz os destaques que estão no site hoje. Vamos chamar o editor do G1 Zona da Mata, Felipe Alberto. Oi, Felipe. Boa Tarde pra você.

Como se nota, no final, Érica diz que as notícias estão disponíveis no site do G1 e chama o editor do site para falar as notícias postadas na internet. Enquanto ele fala, vários *prints* do site do G1 são exibidos. Ao voltar para o estúdio do *MGTV*, a apresentadora chama uma reportagem sobre a reforma da catedral de Juiz de Fora. Na volta diz que no dia seguinte vai ser dia de tirar dúvidas no quadro *MG Responde*, e convoca a audiência para enviar as dúvidas sobre relacionamentos para o *Whatsapp* ou para o e-mail do noticiário. A última matéria do telejornal é sobre um arraial da Ascomcer – uma associação de combate e prevenção do câncer de Juiz de Fora. Na cabeça Érica Salazar diz: “E sábado teve arraiaí da Ascomcer, o primeiro evento do circuito junino da TV Integração. A criançada se divertiu junto com os adultos. Eu também fui lá, olha só”. Identifica-se, portanto, a inserção da apresentadora enquanto personagem da notícia. Sem estar caracterizada, ao contrário das demais pessoas entrevistadas, (FIG. 12), Érica concede entrevista:

[OFF da repórter]: E olha só quem curtiu a festança, a apresentadora do *MGTV*.

[Érica Salazar]: Eu acredito que o papel nosso, da emissora quanto do jornalismo, é um papel muito social, né. A gente forma em Comunicação Social, a gente faz Comunicação Social. Então eu acho que essa palavra, social, já resume tudo. É ajudar o próximo, é prestar serviço. Então, se a gente está aqui em um circuito junino, em que as pessoas podem contribuir de alguma forma e se divertir é melhor ainda né.

FIGURA 12 – Apresentadora do *MGTV* em entrevista ao próprio telejornal

Fonte: *MGTV*, 2019.

Quando a reportagem acaba, a apresentadora diz: “e essa festa foi uma delícia”. Cabe ressaltar que outros elementos que compuseram a matéria foram entrevistas com voluntários, imagens de doces, danças e figurinos típicos de festas juninas, além da mensagem em torno da importância da festa para arrecadar recursos para a associação de prevenção e combate ao Câncer. Há ainda o papel institucional, já que a festa faz parte do circuito junino da TV Integração. Após a matéria, Érika encerra o telejornal e junto aos créditos aparecem imagens panorâmicas de diferentes cidades da Zona da Mata.

Em relação às temáticas, o telejornal exibiu quatro matérias sobre polícia, três sobre cidades, três de saúde, uma de educação e duas sobre religião. As matérias de polícia foram apresentadas ao longo dos três blocos, mas sempre no seu início. Quanto aos formatos utilizados foram: vivos (4), reportagens (4), notas secas (4), quadros temáticos (4), notas cobertas (2) e sonora avulsa (1). O local geográfico das notícias foram das cidades de Juiz de Fora (9), Muriaé (2) e Ubá (1). Nesta edição, a apresentadora ficou o tempo todo em pé e estava vestida com uma blusa preta de manga longa com decote em “V”. Os repórteres homens estão de camisa social de manga larga clara e as repórteres mulheres de blusa escura de frio (de cor preta e vinho).

5.3.2 Edição do 11 de junho (terça-feira)

A edição tem um total 44 minutos e 23 segundos. A escalada começa com uma imagem panorâmica da cidade de São João del-Rei, em que o símbolo de ao vivo no canto da tela enfatiza que a transmissão direta. A apresentadora, enquadrada em plano aberto e atrás da bancada, começa agradecendo ao telespectador:

[Érica Salazar]: Boa tarde pra você que está ligado no MGTV. Obrigada por estar com a gente nessa terça-feira. Imagens ao vivo de São João Del Rei. 17 graus por lá agora. [...] Vem comigo pra Juiz de Fora. Olha a cara de Juiz de Fora nessa terça-feira, completamente encoberto. Tem uma névoa, por aqui 18 graus. Tem previsão do tempo em toda região daqui a pouquinho.

Na escalada são anunciados seis assuntos que serão exibidos no telejornal, há a inserção de dois *teasers* de repórteres, além de imagens panorâmicas ao vivo e outras gravadas. Nota-se que Érica agradece ao telespectador ao dizer “obrigada por estar com a gente nessa terça-feira”. Após a inserção da vinheta, Érica Salazar chama a primeira matéria: uma audiência realizada em Juiz de Fora sobre a facada no presidente Jair Bolsonaro, ocorrida em 2018 durante a campanha eleitoral. A reportagem cita quatro diferentes espaços geográficos: Belo Horizonte (sobre a vinda da equipe de defesa de Adélio Bispo – apontado como autor da facada), Mato Grosso do Sul (com imagens da fachada do presídio onde está Adélio), São Paulo (sobre a vinda para Juiz de Fora de um psiquiatra de São Paulo) e Juiz de Fora, onde é feita a passagem na frente do prédio da Justiça Federal. É lida uma carta enviada por Bolsonaro à Justiça, relatando sua versão acerca do crime que teria sido cometido por Adélio. A segunda reportagem da edição é sobre a audiência do advogado de Andrea Neves, irmã do deputado federal e ex-governador de Minas Gerais, Aécio Neves. A matéria foi feita em Belo Horizonte pela TV Globo Minas e mostra o local da investigação da Polícia Federal na capital mineira, onde a repórter grava a passagem e enfatiza que se trata da irmã do deputado federal.

Em seguida, a apresentadora lê a cabeça que chama para uma matéria sobre relacionamento e trabalho. Érica enfatiza que esse é o tema do *MGTV Responde*, um quadro institucional de entrevistas com participação da audiência através do envio de perguntas. A reportagem feita em Juiz de Fora mostra dois casais, um recém casado e outro com 45 anos de união, que conciliam o mesmo ambiente de trabalho e o relacionamento (FIG 13).

FIGURA 13 – Diferentes relacionamentos e gerações no *MGTV*

Fonte: *MGTV*, 2019

A repórter e os entrevistados enfatizam em diversos momentos da reportagem o respeito, a complementariedade, a humildade, o convívio com os defeitos e o relacionamento enquanto uma construção. O senhor idoso diz: “nosso barco quase naufraga várias vezes, mas as tempestades passaram, né. Fomos criando os filhos, desenvolvendo nossas famílias e tal né. E estamos aí, com 45 anos de casados, mais quatro de namoro, né”. Quando a reportagem termina, a apresentadora diz no estúdio: “então, será que existe mesmo segredo para uma convivência harmônica e respeitosa? A resposta para essa e outras perguntas já já aqui no estúdio uma psicóloga vai responder ao vivo. É só você ligar para cá”. Começa então a passagem de bloco com trilha sonora ao fundo e são anunciados dois assuntos que serão abordados no bloco seguinte.

O segundo bloco começa com um vivo na rua feito pela repórter Nayara de Paula em que é atualizado o caso de um homem que empurrou um outro na frente de um ônibus em maio de 2019 em Juiz de Fora. O delegado responsável pela investigação é ouvido e a fala é coberta por uma imagem da câmera de segurança do ônibus que mostrou os segundos que antecederam o atropelamento. Após voltar para o estúdio, a apresentadora chama outro vivo, dessa vez com o repórter Augusto Medeiros, que entrevista uma delegada da mulher com perguntas sobre relacionamentos abusivos. O vivo também ocorre na rua. Quando volta para o estúdio, Érica está sentada ao lado da psicóloga que vai responder as perguntas enviadas pela audiência. Observa-se que há três dimensões espaciais no noticiário (FIG. 14): uma imagem que aparenta ser ao vivo de uma cidade (provavelmente Juiz de Fora), o espaço da rua representado pelo vivo do repórter Augusto Medeiros e o espaço do estúdio, que atua como articulador desses diferentes espaços. É neste espaço que começa, então, o quadro *MGTV Responde*.

FIGURA 14 – As diferentes dimensões espaciais no *MGTV Responde*



Fonte: MGTV, 2019.

O quadro começa no segundo bloco e termina no terceiro. É interessante que ao introduzir cada pergunta, a apresentadora sempre lê o relato de alguma experiência de quem a enviou, como por exemplo:

[Érica Salazar]: Vamos começar com a Bruna do [bairro] Estrela do Sul. Ela diz que tem o hábito de mexer no celular do namorado. Ela quer saber se isso pode ser prejudicial?

[...]

[Érica Salazar]: A Márcia diz que a família dela não aceita relacionamento e implica muito com o namorado dela. Ela pergunta o que ela pode fazer?

É preciso demarcar que das dez perguntas lidas na edição, em seis não são explicitados os lugares de onde o telespectador fala e em quatro é de Juiz de Fora. Quando não são citados os nomes do bairro ou da cidade, a apresentadora enfatiza alguma característica pessoal de quem enviou a pergunta, como o fato de ser mãe:

[Érica Salazar] Tem uma mãe que quer saber se tem uma idade certa para saber se pode deixar o filho se relacionar com alguém?

[...]

[Érica Salazar]: Tem outra mãe de adolescente aqui preocupada. A Nádia...

Outras temáticas abordadas na entrevista foram: namoro à distância, como lidar com a separação, aplicativos de relacionamento, frustração amorosa, influência da tecnologia no namoro e solidão.

No segundo bloco também foi exibido um *stand-up* sobre uma campanha de recolhimento de agasalhos em Leopoldina. A notícia foi gravada dentro de um galpão que serve como depósito para o recolhimento das roupas. É necessário pontuar que a apresentadora assume que a notícia foi gravada, evitando assim a falsa impressão de que se trata de um vivo. Ela diz:

[Érica Salazar]: Em Barbacena, uma campanha está arrecadando agasalhos para diminuir um pouco essa sensação de frio nessa época em que as temperaturas realmente caem bastante. O repórter Leonardo Patrus conversou com um dos organizadores e tem os detalhes para quem quiser ajudar. Diga Léo.

Na passagem de bloco, ao invés da apresentadora falar dos assuntos que serão abordados após o comercial, ela dá uma dica aos estudantes: "e a gente também te lembra que o resultado do Sisu já está na internet e amanhã começa o período de pré-matrícula dos candidatos. Se liga no prazo, eim. Até já".

Nos outros dois blocos restantes do telejornal, são veiculados três quadros de serviço *Tome Nota*, um sobre a venda dos ingressos para o Miss Brasil Gay de Juiz de Fora, outro sobre edital para ocupar um espaço cultural de Juiz de Fora e um último sobre um evento cultural em Leopoldina; a previsão do tempo (com imagens de Juiz de Fora, um mapa com um panorama do tempo em Minas Gerais e uma arte com a previsão em cinco cidades da Zona da Mata); nota seca sobre a dengue em Juiz de Fora; reportagem produzida pela TV Globo de Belo Horizonte de uma audiência da Assembleia Legislativa do estado sobre a falta de recursos para investimento da Cemig (empresa de produção e distribuição de energia elétrica), reportagem sobre comissão de heteroidentificação de candidatos negros na Universidade Federal de Juiz de Fora; e por fim, um vivo sobre evento de aviação que iria acontecer em Juiz de Fora, em que é entrevistado um funcionário da secretaria de Turismo da cidade.

A edição contou com quatro notícias sobre relacionamentos, quatro de serviços, três de cidades, três de polícia, uma de política, uma de saúde e uma de cultura. Os formatos empregados foram reportagem (5), quadros temáticos (5), vivos, (4), nota seca

(2) e *stand-up* (1). A origem geográfica de produção das notícias foram: Juiz de Fora (11), Belo Horizonte (2), Barbacena (1) e Leopoldina (1). Identifica-se que nesta edição não foram veiculados alguns quadros institucionais que foram exibidos no dia 10 de junho, como a prévia do Globo Esporte regional e as notícias do G1. É a única edição em que a apresentadora sentou, na ocasião, devido ao quadro *MGTV Responde*. Sobre o figurino dos jornalistas, Érica estava com uma blusa vermelha com manga média e calça branca. Os repórteres homens estavam nas reportagens com blusa social de manga cumprida e no vivo com blusa de frio. O repórter Leonardo Patrus fez o *stand-up* da campanha do agasalho com um terno cinza aberto. Já a repórter de Belo Horizonte usava na matéria policial um terno cor de rosa. As repórteres de Juiz de Fora estavam de terno preto, tanto nas matérias sobre relacionamentos e cotas, como nos vivos.

5.3.3 Edição de 12 de junho (quarta-feira)

A edição de quarta-feira tem 43 minutos e 22 segundos. A escalada começa com imagem panorâmica de Muriaé. Seis assuntos são abordados, há inserção de um *teaser* e duas entrevistas. É também exibida uma imagem panorâmica de Juiz de Fora. Assim como nas demais escaladas analisadas, o enquadramento é em plano médio, em que o telão (FIG 15) ganha um destaque numa referência dedutível de uma janela do telejornal para o mundo exterior e para o cotidiano:

FIGURA 15 – O espaço cênico da escalada: a “janela” para o mundo exterior



Fonte: MGTV, 2019

A bancada também se apresenta entre a câmera e a apresentadora – algo que se repete ao longo da maior parte do telejornal. Após a vinheta de abertura, Érica Salazar chama um vivo sobre apreensão de cigarros eletrônicos. Apesar da operação ser em Juiz de Fora, o entrevistado, um policial militar, diz que a carga iria para a cidade de Viçosa. Fotos da operação cobrem o vivo. Logo em seguida, Érica chama outro vivo, dessa vez em Barbacena. O repórter Leonardo Patrus fala sobre a proposta do Governo de Minas para privatizar as estradas de Campo das Vertentes, que também faz parte de área de cobertura do *MGTV* da TV Integração com sede em Juiz de Fora. O próprio repórter do vivo chama uma reportagem feita por ele mesmo. Nela, mostra os perigos das estradas e a imprudência dos motoristas. Ele também aparece na passagem e utiliza uma estratégia de singularizar os dados através de personagens (FIG. 16). Um deles é a família de Ozanan que reclama do perigo de ter que enfrentar a estrada todos os dias para levar à filha na escola.

FIGURA 16 – O repórter no vivo e na reportagem e a família que vive perto da estrada



Fonte: *MGTV*, 2019.

Identifica-se que as pessoas ouvidas na reportagem são a favor da privatização, mas dizem que não pode cobrar muito caro. Um policial militar dá entrevista com dicas de como viajar de forma segura.

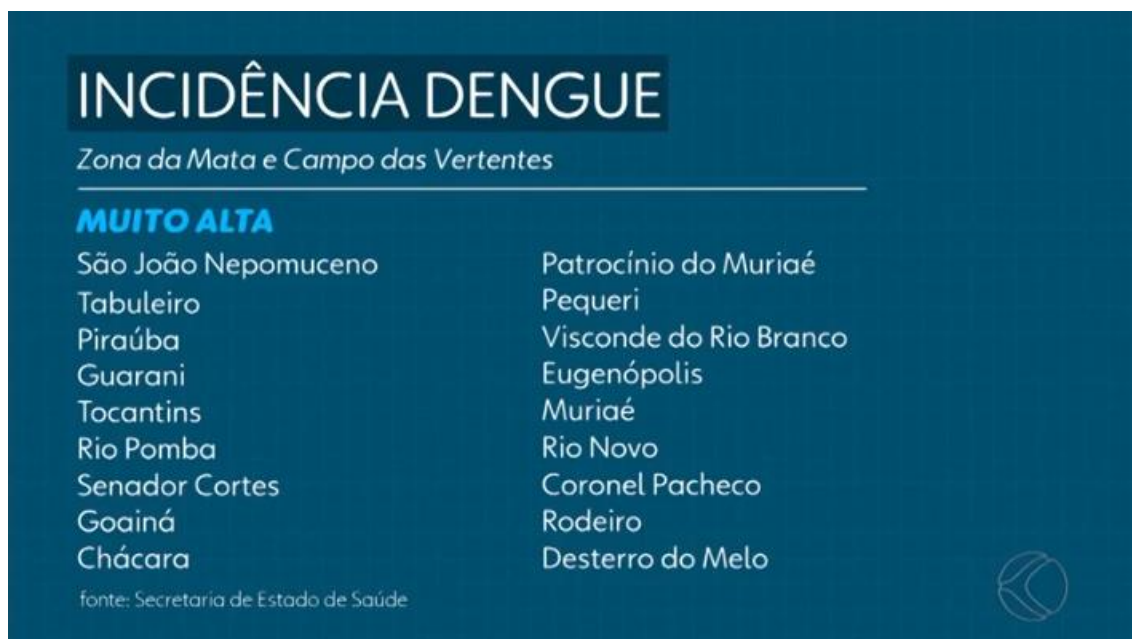
Ao fim da matéria inicia a vinheta do quadro *Tome Nota*. Nele, uma arte contém informações sobre eventos ou serviços pontuais - nesta edição, sobre a mudança de endereço da Diretoria de Trânsito de Viçosa. Posteriormente volta ao estúdio e Érica chama uma reportagem produzida pela TV Globo de Belo Horizonte, sobre o programa “Assembleia Fiscaliza”. Um secretário do governo de Minas é sabatinado por deputados federais sobre assuntos relativos ao estado, como conclusão das obras dos hospitais, pagamento de salários dos servidores estaduais e outros assuntos mais específicos da capital, como a expansão da linha do metrô. O bloco se encerra como uma nota coberta com imagens de Brasília que mostra a reunião do governador de Minas Gerais, Romeu

Zema, com outros governadores e líderes do governo federal para tratar sobre a reforma da previdência.

O segundo bloco começa com uma reportagem da TV Globo Minas de Belo Horizonte sobre o depoimento de Andrea Neves à Polícia Federal. Toda a matéria é ambientada na Polícia Federal da capital, com algumas curtas imagens amadoras. Quando termina, a apresentadora lê quatro diferentes nota-pés com o “outro lado” dos envolvidos. As mudanças de câmera organizam a mudança do assunto: o do advogado de Andrea Neves é lido em primeiro plano; o da defesa de um advogado é em plano fechado; a versão do advogado acusado de receber informações sigilosas é feita em primeiro plano; e a nota pé do policial suspeito de vazar as informações é feito em plano americano.

A matéria seguinte é sobre a situação da dengue em Minas Gerais. É exibida uma arte (FIG. 17) que mostra que na área de cobertura da TV Integração 36 municípios estão com alta incidência.

FIGURA 17 – Arte sobre a incidência de dengue



Fonte: MGTV, 2019.

A apresentadora lê o nome de cada um dos 36 municípios. Depois entra mais um quadro *Tome Nota*, dessa vez sobre uma feira de malhas de Barbacena. Então Érica chama uma reportagem sobre “varal solidário” em Juiz de Fora, em que as pessoas podem doar roupas para moradores de ruas. O idealizador da ideia narra que teve a iniciativa quando

acordou com frio devido à chegada do inverno. A previsão do tempo é feita com os mesmos componentes das edições anteriores. Logo após, Érica lê uma nota seca com informações da Organização Mundial do Trabalho com dados gerais sobre a exploração do trabalho infantil no mundo. A apresentadora diz que em Juiz de Fora também houve ação para o combate à exploração. Uma sonora de um conselho tutelar é exibida, em que diz como denunciar, o que é caracterizado trabalho infantil e a situação em Juiz de Fora. É feita a passagem de bloco com a prévia de três assuntos.

O terceiro bloco começa com o quadro *MG Tec* dedicado à tecnologia. Érica diz que tem muita gente que usa a internet para produzir conteúdo e cita que uma juiz-forana ganhou um concurso internacional de cartazes para a copa do mundo feminina. É exibido um vídeo gravado pela própria juiz-forana – não há identificação de onde o vídeo foi gravado. Aproveitando a temática, a apresentadora diz que na internet também tem crimes e diz que houve um caso em Barbacena. Então chama o repórter para mais um vivo da cidade, dessa vez com a delegada da mulher do município que fala sobre os crimes típicos do ciberespaço, como vazamento de fotos íntimas. A delegada também dá dicas para evitar esse problema. Posteriormente aparece a vinheta do quadro *Fica a dica*. De volta ao estúdio Érica diz que está acontecendo a semana da Cultura *Geek* em Juiz de Fora. É chamado um vivo. Nota-se que no vivo o espaço cênico é de um lugar fechado, sem relação óbvia com o evento (FIG. 18).

FIGURA 18 - Vivo do Quadro *Fica a Dica*, evento sobre cultura *Geek* em Juiz de Fora.



Fonte: MGTV, 2019.

No cenário apenas a camisa do organizador da *Semana Geek*, que concede entrevista, faz referência ao tema. Logo depois ocorre a passagem de bloco em que aparece imagem ao vivo de um dos assuntos que será abordado após o intervalo comercial: uma exposição de arte num museu de Juiz de Fora.

O quarto e último bloco começa com duas notas secas sobre três jovens que foram presos acusados de tentativa de homicídio e um arrombamento de loja, ambos acontecimentos em Juiz de Fora. Érica faz o resumo da edição com a trilha ao fundo e então aparece a vinheta de mais um *Tome Nota*, dessa vez de um evento de Juiz de Fora, a caminhada pela vida. Na volta, é lida uma nota seca de temática religiosa e chamada uma reportagem de cunho institucional, sobre uma palestra da TV Integração que envolvia novas tendências do mercado de TV. Funcionários da TV integração são entrevistados na reportagem. A penúltima notícia da edição é um vivo sobre uma exposição de artes em Juiz de Fora. As primeiras falas da repórter Nayara de Paula que estava enquadrada de corpo inteiro e na porta de entrada do museu são: “eu tô aqui do lado de fora porque eu estava esperando a companhia de vocês para nós conferirmos juntos, vamos lá? Olha só, de cara aqui a gente já confere alguns quadros”. A repórter passeia pelos quadros até chegar no entrevistado que comenta a proposta e os horários de visitação (serviço). Por fim, é chamado outro vivo, novamente com o repórter Augusto Miranda. Neste momento, Érica Salazar perde o contato olho no olho com a audiência, mas demonstra certa descontração ao chamar o repórter (FIG. 19). Chega a colocar a mão no rosto remetendo às pessoas que dançam juntas.

[Érica Salazar]: [...] tô sabendo que tem Samba antigo nesse repertório aí, eim... Bom pra dançar coladinho ou quem sabe arranjar lá o pé de meia ou como é que fala, chinelo pro pé descalço (risos).

[Augusto Medeiros]: Esse pessoal aqui é demais viu, o que eu já me diverti aqui não é brincadeira não. Todo mundo de óculos escuros. Eu fui lá atrás do meu porque eu estava me sentindo sem jeito aqui já. Mas como não sou pagodeiro, eu vou tirar o meu aqui. Porque que todo pagodeiro usa óculos escuro rapaz?

FIGURA 19 – Perda do contato olho no olho e os gestos descontraídos dos jornalistas



Fonte: MGTV, 2019.

Conforme o diálogo e os elementos do espaço cênico, o repórter, ao contrário das outras entradas ao vivo, está de óculos escuro. Ele mantém o tom descontraído iniciado pela apresentadora e passa a comandar uma espécie de “meia roda” de samba, entrevistando e pedindo para o grupo tocar trechos de músicas. O repórter devolve para Érica que, do estúdio, despede do telespectador e, então, aparece a imagem e o som da banda tocando enquanto os créditos sobem.

O panorama do operador temático da edição foi o seguinte: cinco notícias de polícia, quatro de cultura, três de cidades, três de serviços, duas de políticas, uma de saúde, uma de religião e uma institucional. Em relação aos formatos foram utilizados vivos (6), reportagens (5), quadros temáticos (5), notas cobertas (3), notas secas (2), sonora avulsa (1) e outros (1 - vídeo feito pela fonte). Já a localização geográfica das notícias foram: Juiz de Fora (12), Barbacena (3), Belo Horizonte (2), São João del-Rei (1), Viçosa (1), Brasília (1), várias (1) e uma matéria com localização indefinida (vídeo enviado pela juiz forana premiada em concurso internacional). Nota-se que apesar da Érica Salazar anunciar na escalada que era dia dos namorados, não houve nenhuma notícia sobre o tema ao longo da edição. Sobre os figurinos, Érica estava com uma blusa roxa de botão e com manga cumprida. O repórter Augusto Medeiros nos vivos estava de blusa de frio, também roxa. Já Leonardo Patrus vestia uma blusa polo de cor laranja na

reportagem sobre as estradas e uma blusa de frio no vivo. As repórteres de Belo Horizonte (matéria na Assembleia Legislativa e da Polícia Civil) usavam blusas de frio e a repórter Nayara de Paula, no vivo da exposição de arte, estava de blusa vermelha de manga longa e calça preta.

5.3.4 Edição de 13 de junho (quinta-feira)

A edição é exibida num feriado municipal, dia do padroeiro de Juiz de Fora, Santo Antônio. É a de menor duração entre as edições coletadas, com 27 minutos e 22 segundos e quem apresenta é a jornalista Cláudia Oliveira. Também começa mais cedo: a apresentadora em plano médio enfatiza que são 11 e 45 da manhã. A escalada repete a estrutura das demais edições, com imagem panorâmica de Muriaé e depois da praça cívica da Universidade Federal de Juiz de Fora, além de *teasers* de repórteres e fragmentos de entrevistas. Há ênfase de que é dia de Santo Antônio e feriado em Juiz de Fora. Após a vinheta de abertura, o MGTV começa com uma nota coberta sobre a falta de energia elétrica em um bairro de Juiz de Fora após um carro bater num poste. São exibidas imagens de congestionamento e do poste. A primeira reportagem do dia é dedicada às celebrações a Santo Antônio na catedral metropolitana de Juiz de Fora. A reportagem inicia com uma das missas realizadas pela manhã. Foca-se em gestos de devoção dos fiéis. Diante da igreja lotada, o repórter diz que dona Helena improvisou um lugar para sentar (num meio fio). Logo depois, na entrevista, o jornalista aparece também sentado ao lado dela (FIG. 20).

FIGURA 20 – Fé, improviso e voluntariado no dia de Santo Antônio



Fonte: MGTV, 2019

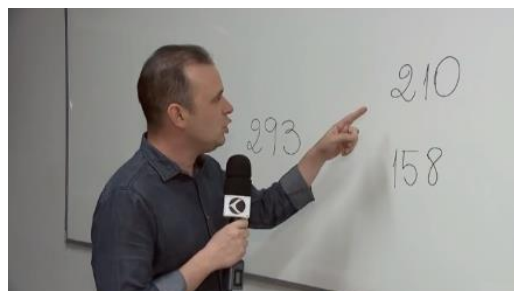
A passagem do repórter é feita em meio aos voluntários que preparam um pão abençoado. O padre explica a origem do significado do pão: a partilha. Ao final da

matéria, há o depoimento de duas fiéis que relatam o motivo da fé no Santo. A apresentadora lê uma nota pé que diz que a programação nos outros lugares da Zona da Mata está no site do telejornal no G1.

Posteriormente, é feito um vivo de Barbacena, onde também há celebrações. A apresentadora chama o repórter Leonardo Patrus pelo apelido, “Léo”, assim como Érica Salazar já havia feito em edições anteriores. O repórter mostra o local em que mais tarde ocorreria a celebração religiosa. Um padre é entrevistado e diz os horários (serviço). Na volta ao estúdio, Léo diz: “taí Cláudia essa devoção por Santo Antônio, esse santo casamenteiro. E você tá bem perto né Cláudia”. A apresentadora interina responde: “tô, mas ainda não é a hora não, eim Léo. Obrigada pelas informações”. É realizada a passagem de bloco com a prévia de dois assuntos e imagens ao vivo do trânsito de Juiz de Fora.

O segundo bloco é aberto com uma nota coberta com imagens amadoras de um incêndio num camelódromo de Muriaé. Em seguida inicia o quadro de previsão do tempo, nos mesmos moldes das edições anteriores. A apresentadora então chama uma reportagem sobre a gripe H1N1. Na cabeça fala de dados gerais da região da Zona da Mata, onde três pessoas morreram (de Andrelândia, Juiz de Fora e Leopoldina), já na reportagem, feita em Juiz de Fora, são concedidas dicas por um médico de como evitar a doença e saber os sintomas. O bloco é então encerrado e no início do terceiro é exibida uma matéria sobre as inscrições no Prouni. A reportagem utiliza a estratégia de singularização, mostrando a história da estudante Daniela que perdeu o emprego e graças à bolsa pode continuar os estudos e se dedicar ao estágio (FIG. 21). A singularização também é enfatizada ao mostrar a realidade de uma faculdade de Juiz de Fora cujas ofertas de bolsas diminuíram em 2019. Na passagem, o repórter simula a figura de um professor, mostrando números que demonstram a variação de bolsa ao longo dos dois últimos anos.

FIGURA 21 – Singularização e atuação pedagógica do repórter em matéria sobre Prouni



Fonte: MGTV, 2019.

Na nota pé, a apresentadora dá o serviço com as informações acerca do prazo de inscrição no Prouni e chama uma matéria produzida pela TV Globo de Belo Horizonte sobre o programa “Assembleia Fiscaliza”, dessa vez com o Secretário de Estado de Desenvolvimento Social e com a Secretária de Estado de Desenvolvimento Social. Toda a reportagem é gravada na Assembleia Legislativa da capital e não há passagem da repórter. São abordados assuntos sobre o atendimento do hospital do Instituto de Previdência dos Servidores do Estado de Minas Gerais (IPSEMG) e o corte nos jogos estaduais estudantis. O bloco se encerra após a exibição do quadro “Tome Nota” sobre atualização de dados pela prefeitura de Muriaé.

O último bloco começa com o resumo da edição. Logo depois é feito um vivo da Universidade Federal de Juiz de Fora onde mais tarde seria transmitido o jogo da seleção brasileira feminina de futebol contra o time da Austrália. O repórter mostra a movimentação e faz entrevista com duas mulheres, uma do Diretório Central dos Estudantes da instituição e outra de um movimento feminista. Em tom descontraído, elas falam da importância da visibilidade do futebol feminino, convidam a população e arriscam um placar. A chamada e o retorno do vivo são os únicos momentos em que a apresentadora aparece de corpo inteiro e à frente da bancada. Na volta para o estúdio, Cláudia também dá seu palpite e encerra o telejornal fazendo uma menção à apresentadora permanente: “amanhã a Érica Salazar está de volta, viu. A partir de meio dia. Um ótimo dia pra você”.

A edição contou com três notícias da editoria de cidades, duas de religião, uma de saúde, uma de esporte e uma de política. Os formatos utilizados foram: reportagens (3), nota coberta (2), vivo (2) e quadros temáticos (2). Os lugares geográficos de produção das notícias foram Juiz de Fora (4), Muriaé (2), Barbacena (1) e Belo Horizonte (1). Sobre o figurino, a apresentadora Cláudia Oliveira estava de blusa preta de manga longa e calça jeans azul. O repórter Leonardo Patrus, no vivo, vestia uma blusa de frio preta. Os demais repórteres vestiam camisa social de cor escura.

5.3.5 Edição de 13 de junho (sexta-feira)

A edição tem o total de 41 minutos e 1 segundo. A escalada repete o formato das edições anteriores: começa com imagem panorâmica de São João del-Rei e depois de Juiz de Fora. A apresentadora Érica Salazar enquadrada em plano aberto e atrás da bancada

fala a prévia de seis assuntos, intercalando imagens, dois *teasers* de repórteres e fragmentos de entrevistas, totalizando 2 minutos e 4 segundos. Após a vinheta, o primeiro bloco começa com nota coberta sobre um casal que se machucou após se envolver num acidente de moto em Juiz de Fora. Duas notas secas são lidas em seguida, uma sobre a prisão de um motociclista na cidade de Goianá e outra sobre a liberação de uma rodovia por manifestantes. Então a apresentadora chama um vivo sobre a manifestação contra o corte de verbas nas universidades e o sucateamento da educação. O repórter Vagner Tolendato fala do centro de Juiz de Fora, onde ocorre o protesto. Ele mostra a movimentação e o trânsito interrompido na avenida Rio Branco. O *BG* de fundo compete com a própria voz do repórter, sendo difícil ouvir algumas informações. Na volta para o estúdio, Érica assume que estava difícil de ouvir.

[Vagner Tolendato]: A gente continua acompanhando aqui Érica e daqui a pouco eu volto com outras informações.

[Érica Salazar]: Eu te espero Vagner, depois você até repete algumas porque eu te ouvi um pouco mal em função mesmo da manifestação. Daqui a pouco a gente volta com essa atualização.

A próxima matéria é importada da TV Globo de Belo Horizonte e trata sobre uma audiência na Assembleia Legislativa sobre os cortes do programa escola integral. A reportagem apresenta uma estrutura interessante: começa com uma personagem, Dona Valesca, que tem um filho e precisa trabalhar o dia todo, depois, com maior tempo de duração, toda a discussão na Assembleia com depoimentos de sindicalistas, deputados e de representantes do governo e, por fim, volta com um depoimento curto de Dona Valesca reafirmando que a educação deve ser prioridade. Nota-se que a matéria é estruturada como um “sanduíche” em sua composição audiovisual, seguindo a lógica “personagem-fontes e dados oficiais- personagem” (FIG. 22):

FIGURA 22 – A organização “sanduíche” da matéria sobre o programa Escola Integral



Fonte: MGTV, 2019

Na passagem de bloco, são enunciadas as prévias de duas notícias e inicia um quadro institucional que foi exibido só nesta edição (sexta-feira). O *Dica Do/Da* (FIG. 23) consiste em depoimentos de artistas da região que convidam o público, por meio de um vídeo gravado pelo próprio cantor(a), para eventos culturais em que estarão participando. Nesta edição, foram 11 convites distribuídos ao longo das três passagens de bloco.

FIGURA 23 – Quadro *Dica Do/Da* na passagem de bloco do *MGTV*



Fonte: MGTV, 2019

O segundo bloco abre com uma nota coberta sobre uma ação da Polícia Militar em Bom Jardim de Minas e uma reportagem da TV Globo de Belo Horizonte com um balanço das operações da Polícia Civil em Minas Gerais. Na reportagem são suitados casos de grande repercussão, como ações no Triângulo Mineiro (Uberlândia) e a maior apreensão do ano, em Juiz de Fora. Além de entrevistar delegados, a repórter também ouve uma especialista em segurança da TV Globo Minas, que comenta a ação dos bandidos. Depois é exibida a previsão do tempo no mesmo formato das edições passadas.

Neste bloco ainda é feito um vivo de Juiz de Fora sobre prevenção de incêndios, justificando que nesta época ocorrem muitos fogos devido ao clima seco. A gerente de fiscalização ambiental da prefeitura e um tenente do corpo de bombeiros dão entrevista.

Ao final do vivo, o repórter Augusto Medeiros diz: “e agora vamos saber como estão as ações na área de Barbacena com o repórter Leonardo Patrus” (FIG. 24).

FIGURA 24 – A retórica da transmissão direta no *MGTV*



Fonte: MGTV, 2019.

Sobre este momento, identificam-se duas considerações. A primeira é um erro nos créditos de Leonardo, onde está escrito “São Sebastião, Juiz de Fora”, sendo que conforme Augusto Medeiros diz, ele está em Barbacena. E num segundo ponto é que pela enunciação de Augusto há uma sensação de que Leonardo está ao vivo, sendo que na verdade tudo indica que se trata de um *stand-up*, visto que o entrevistado de Leonardo, um membro do Corpo de Bombeiros, diz “bom dia”, mas o jornal é exibido no turno vespertino. E, ao contrário da entrada ao vivo, o repórter se despede com uma assinatura: “Leonardo Patrus para o MGTV Primeira Edição”. Identifica-se também que não há a logo no canto da tela dizendo que é ao vivo.

Após o *stand-up*, aparece a vinheta do quadro “Tome Nota” sobre um simpósio de literacia midiática da Faculdade de Comunicação da UFJF. Ao voltar para o estúdio, Érica faz a passagem de bloco em que aparece mais uma edição do quadro *Dica Do/Da*.

O terceiro bloco começa com uma reportagem sobre doação de sangue, com o intuito de esclarecer ao telespectador quais são os componentes do sangue e para que servem. Todo o VT é gravado em Juiz de Fora. Na nota pé, Érica Salazar dá o serviço para quem quiser doar sangue. Uma segunda reportagem é veiculada, dessa vez sobre um evento de turismo em Ubá. Diversos elementos que remetem à mineiridade são retratados, como artesanatos, comidas típicas e música caipira. A matéria também cita, por meio de um mapa, que o evento tem participação de artesãos de outras cidades que compõem o circuito turístico, como Canaã, Guaraciaba, Presidente Bernardes e Viçosa. A reportagem termina com um *sobe som* de uma dupla sertaneja. O repórter Vagner Tolendato é

chamado novamente ao vivo para repassar as informações atualizadas sobre as manifestações em Juiz de Fora, dessa vez com o áudio limpo e sem barulho ao fundo. Ao voltar para o estúdio, Érica faz a passagem de bloco.

O último bloco começa com uma reportagem sobre exposição de arte em Juiz de Fora. Logo depois há o quadro institucional *Diversão e Arte*, com informações de eventos culturais de Juiz de Fora e de outras cidades da área de cobertura da TV Integração. É exibida também uma nota coberta, com imagens feitas pelos artistas, de um evento teatral. Depois começa uma entrevista gravada com uma banda de *blues* que estará se apresentando no festival quatro estações em Juiz de Fora. O repórter e os quatro entrevistados estão sentados em bancos de madeira. Ao fundo, há uma imagem panorâmica de montanhas e a luz remete ao pôr do sol (FIG. 25).

FIGURA 25 – A composição de cenário na entrevista sobre *blues*



Fonte: MGTV, 2019.

Após a entrevista, volta ao estúdio e Érica, enquadrada em plano médio, dá o serviço sobre o horário de apresentação do festival musical. Ela se despede em outra câmera, enquadrada em plano aberto, e o jornal termina com imagens de Viçosa e do trânsito de Juiz de Fora.

Nesta edição, foram exibidas oito notícias de cultura, seis de cidade, três de polícia, uma de saúde, uma de educação e uma de serviço. Os formatos empregados foram

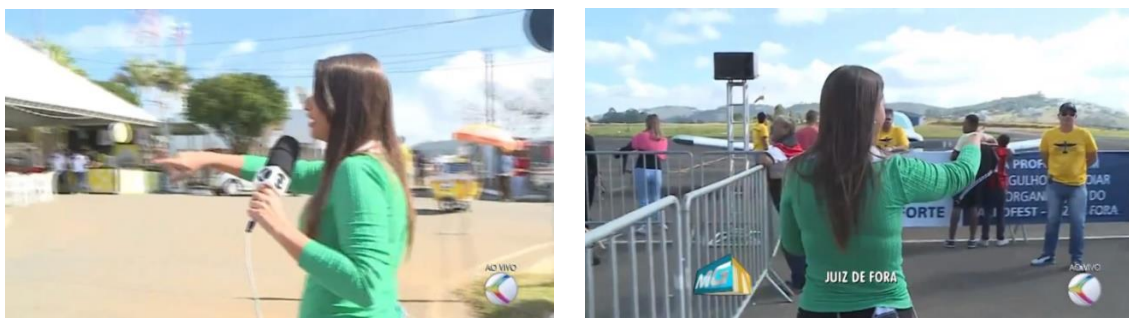
reportagem (5), quadros temáticos (5), vivo (3), nota coberta (3), nota seca (2), entrevista (1) e *stand-up* (1). Já a localização geográfica de produção das notícias foram Juiz de Fora (17), Ubá (2), Goianá (1), Belo Horizonte (1), Piau (1), Guarani, (1), Rio Pomba (1), Bom Jardim de Minas (1), Barbacena (1), Tocantins (1) e Ibitipoca (1). Nota-se que nesta edição foram abordadas várias cidades devido aos quadros temáticos, que geralmente traziam serviços que envolviam mais de uma localidade. Também merece atenção o dia da semana (sexta) e a alta quantidade de notícias da editoria de cultura. Sobre o figurino, Érica Salazar estava de blusa azul escura de manga longa. As repórteres mulheres vestiam blusas de frio de cores escuras, tanto no vivo como nas reportagens. O repórter da TV Globo Minas, na reportagem da Polícia Civil, estava de terno aberto. O repórter Vagner Tolendato, nos vivos das manifestações em Juiz de Fora, vestia blusa social clara com as mangas dobradas até o cotovelo. O repórter Augusto Medeiros, no vivo sobre prevenção às queimadas, vestia uma blusa polo clara de manga curta e, na reportagem sobre doação de sangue, uma blusa de frio roxa. Já Leonardo Patrus, no *stand-up* com o bombeiro, estava com blusa polo de manga longa. Na entrevista sobre *blues* que encerra o telejornal, o jornalista Marcus Pena estava de camisa social com as mangas dobradas e calça jeans.

5.3.6 Edição do dia 15 de junho (sábado)

A edição de sábado foi apresentada pela jornalista Cláudia Oliveira e teve duração de 43 minutos e nove segundos. A escalada começa com imagens panorâmicas de São João del-Rei, Muriaé e Juiz de Fora e segue a estrutura das outras edições analisadas. A apresentadora está enquadrada em plano médio. Após a vinheta, ela lê duas notas secas sobre crimes em São João Nepomuceno e em Juiz de Fora, ambas em plano fechado. A primeira reportagem da edição é sobre um bairro que está sem luz na cidade de Barbacena. São ouvidos moradores e um representante da prefeitura. Ao voltar para o estúdio há uma nota coberta sobre uma casa que pegou fogo na cidade de Leopoldina, deixando um bebê ferido. São exibidas imagens da ação do corpo de bombeiros e da casa após o incêndio. Caracteres indicam que as imagens são do site “O vigilante online”. O quadro *Tome Nota* é transmitido com informações de uma exposição em Tiradentes e logo depois começa um vivo do aeroporto da Serrinha em Juiz de Fora, onde acontece uma exposição de aeronaves. O vivo deste local e da mesma temática é veiculado duas vezes no telejornal – o outro é no último bloco. Em ambas ocasiões, a repórter Nayara de Paula mostra ao público o que tem no evento. Para isso, por diversas vezes fica de costas para o

telespectador. Em uma dessas situações, chega a ficar sete segundos de costas (FIG. 26). Ela também entrevista dois organizadores. Nas duas vezes que volta para o estúdio, ela chama a apresentadora pelo diminutivo do nome: "daqui a pouco a gente continua esse assunto, Claudinha. A gente vai mostrar depois de um outro ângulo tá, volto com você".

FIGURA 26 – A repórter de lado e de costas no vivo sobre aviação em Juiz de Fora



Fonte: MGTV, 2019.

Depois da passagem de bloco, a apresentadora Cláudia Oliveira chama uma reportagem sobre a divulgação de um parecer da justiça sobre a condição psicológica de Adélio Bispo – apontado como autor da facada no presidente Jair Bolsonaro. No entanto, há um problema técnico e a reportagem não é exibida. Cláudia lê então diversas notas sobre o assunto, aparentando ser as notas pés da matéria, já que lidavam com as versões dos envolvidos no caso. Em seguida há a previsão do tempo, que segue o formato das edições anteriores, e uma reportagem produzida pela TV Globo de Belo Horizonte com dicas de como usar e combinar as botas na estação mais fria que se aproxima. Apesar de contar com uma consultora de moda que dá as dicas, a própria repórter Karina Sommerfeld, enquadrada de corpo todo em plano aberto, se comporta como tal, dando dicas e avaliando as combinações das modelos. Em determinado momento diz: “a gente tá amando”. Ao fim da reportagem é exibida a vinheta do quadro *Tome Nota* com informações de um curso técnico do Senac de São João del-Rei. A última reportagem do bloco é sobre dicas para lidar com o empreendedorismo das crianças. Em nenhum momento é possível saber onde foi gravada. No crédito, a repórter Mônica Carvalho é identificada como “repórter de economia”. De fato, ela se comporta como economista e avalia o comportamento da adolescente Sarah que quer produzir e vender *slime* (FIG. 27).

FIGURA 27 – A criança empreendedora e a repórter economista



Fonte: MGTV, 2019.

A repórter, vestida com um terno claro sem estar abotoado, assume o papel de consultora que dá dicas e ensina passos operacionais que poderão ajudar a adolescente a ter sucesso. Também dá conselhos para a mãe lidar com a ideia da filha. Depois da matéria é feita a passagem de bloco com a prévia de dois assuntos.

O terceiro bloco começa com o quadro institucional *Memória MGTV*, com a ênfase de que uma das principais praças de Juiz de Fora, o Parque Halfeld, completa 117 anos. Então, como parte do quadro, o *MGTV* exhibe uma matéria de 2005 (FIG. 28).

FIGURA 28 – Quadro *Memória MGTV* com reportagem feita em 2005

Fonte: MGTV, 2019.

A matéria é exibida no formato 4:3, típico das televisões de tubo da época. O logo do *MGTV* abaixo dos caracteres “memória” enfatiza que se trata do quadro e reforça o ano da primeira exibição. A reportagem, de caráter nostálgico, foi produzida à época pela TV Panorama, que posteriormente foi adquirida pela TV Integração. Os entrevistados e a passagem da repórter são mantidos. A repórter Roberta Chevitarese aparece de corpo inteiro andando pelo parque. No VT é possível descobrir quais eram os problemas do

parque no início dos anos 2000, como a falta de segurança e a poluição. Depois é exibida a prévia do programa *Cê Viu?* e os quadros *Tome Nota* (sobre um encontro de estética em Juiz de Fora) e *TV Bicho*, dedicado à temáticas do mundo pet. Nele, uma reportagem de Divinópolis mostrou as opções de banhos para cachorros. É exibida a prévia do programa *MG Rural* e a apresentadora faz a passagem de bloco.

No quarto e último bloco, é feito o segundo vivo com a repórter Nayara de Paula no aeroporto de Juiz de Fora. Ao chamá-la, a apresentadora Cláudia Oliveira é enquadrada de corpo inteiro em frente ao telão. Na volta, a bancada aparece no meio do campo visual que compreende o espectador e os jornalistas (FIG. 29).

FIGURA 29 – A bancada entre o telespectador e os jornalistas



Fonte: MGTV, 2019.

Cláudia agradece à repórter e caminha em direção à bancada, de onde chama os destaques do *Jornal Hoje*, telejornal de escala nacional da TV Globo. Há mais um quadro *Tome Nota*, dessa vez sobre um concerto de música na UFJF e depois uma matéria sobre a festa junina do seminário de Santo Antônio, também em Juiz de Fora. Os elementos do espaço cênico remetem às tradições da época, como as brincadeiras, as barracas de doces e a decoração do ambiente (FIG. 30).

FIGURA 30 – Os elementos típicos da festa junina no *MGTV*

Fonte: MGTV, 2019

São entrevistados voluntários, padre, crianças e visitantes. O repórter faz a passagem com o galpão decorado ao fundo, em plano médio e parado. A narrativa demonstra que a festa é uma forma da sociedade ajudar os que precisam e manter vivas as tradições, principalmente devido à presença das crianças. Ao voltar para o estúdio, Cláudia deseja um ótimo final de semana aos espectadores e se despede, dizendo que logo mais estará no *MGTV Segunda Edição*.

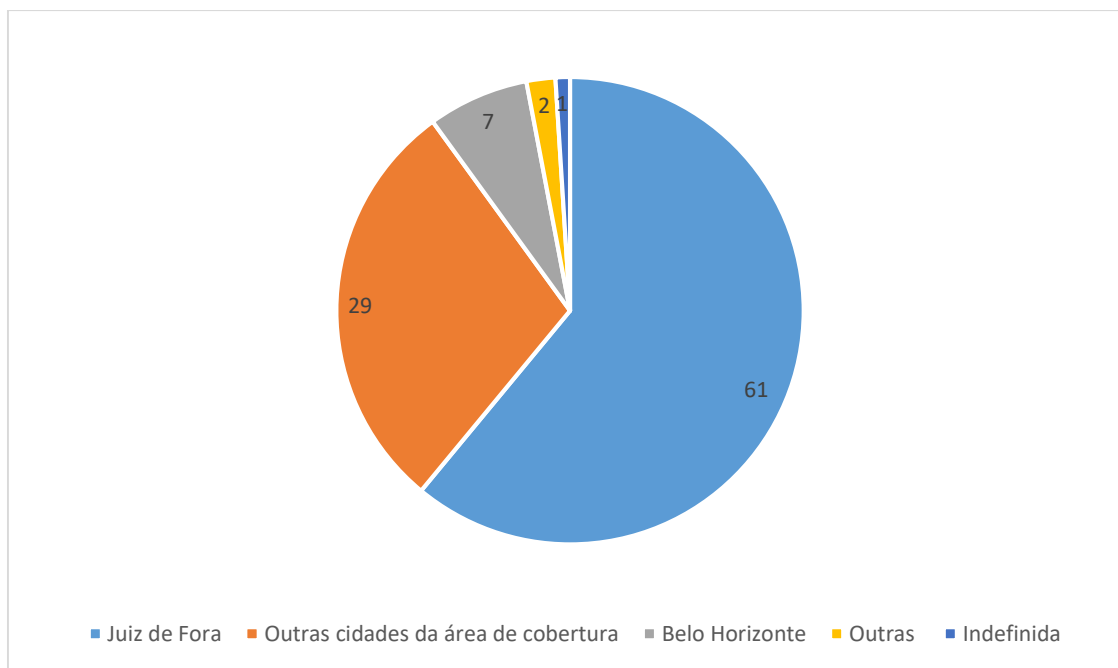
Em relação ao operador sobre a temática, nesta edição foram exibidas seis notícias de cultura, três de polícia, três de educação, duas de cidade, uma de moda, uma de polícia, uma de empreendedorismo e uma de pet. Os formatos utilizados foram quadros temáticos (8), reportagens (6), nota seca (3), vivos (2) e nota coberta (1). A localização geográfica das notícias foram de Juiz de Fora (7), São João Nepomuceno (1), Barbacena (1), Leopoldina (1), Tiradentes (1), Belo Horizonte (1), São João del-Rei (1), Divinópolis (1), Indefinido (1) e outros (1). Sobre o figurino dos sujeitos de fala, a apresentadora vestia blusa rosa de manga longa com decote em “V”. Na reportagem sobre falta de luz, Leonardo Patrus estava de blusa de frio preta. Nos vivos sobre o evento de aviação, Nayara de Paula vestia blusa de manga longa de cor verde. Na reportagem sobre moda, a repórter da Globo Minas, Karina Sommerfeld, vestia saia de couro e camisa estampada e sandália de salto alto. Já a repórter de economia, Mônica Carvalho, na matéria de empreendedorismo, vestia terno rosa claro aberto. No quadro *Memória MGTV*, a repórter Roberta Chevitarese estava de blusa de gola roxa e calça jeans. Na reportagem sobre festa junina, que encerrou o jornal, Marcus Pena vestia camisa social de tom pastel.

5.4 Considerações sobre o *MGTV Primeira Edição* – TV Integração

Ao longo das seis edições analisadas, foram exibidas 96 notícias no *MGTV Primeira Edição* da TV Integração da Zona da Mata e Campo das Vertentes. Se tomarmos

apenas a localização geográfica de produção como referência, a cidade sede da emissora registrou mais do que o dobro de notícias das outras cidades que compõem a área de cobertura, conforme ilustra o gráfico a seguir (FIG. 31).

FIGURA 31 - Localização geográfica de produção das notícias

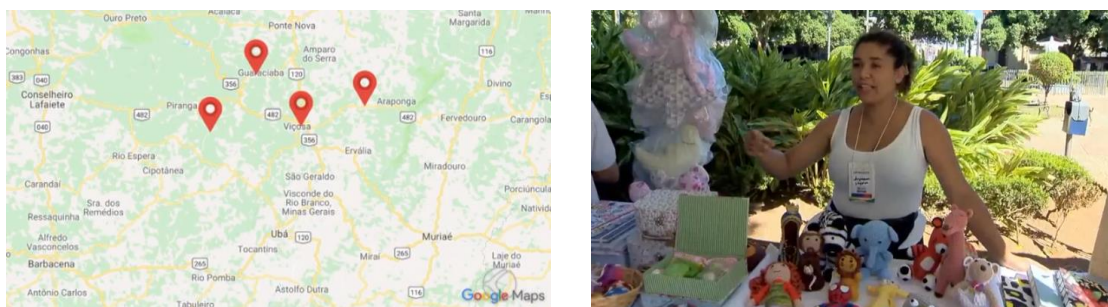


Fonte: do autor, 2019.

No entanto, como nos foi apontado na análise preliminar, nos interessa ir além da mera localização geográfica para observar quais outros elementos das notícias e do próprio telejornal atuam como geradores de proximidade, por meio dos quatro operadores formulados. Se na primeira análise notamos o fenômeno das matérias desterritorializadas, aquelas em que não foram possíveis identificar onde foram gravadas, e por isso os aspectos simbólicos atuavam como fundamentais na relação do assunto com a audiência, nesta análise foi possível observar o fenômeno de matérias multiterritoriais. A estrutura desse tipo de reportagem segue a seguinte lógica: uma cidade serve de cenário para a equipe de reportagem, onde são gravadas as imagens, as sonoras e a passagem do repórter, e em algum momento da narrativa são citadas as outras cidades que de certa forma se relacionam com o tema. Um exemplo é a matéria exibida no dia 14 de junho sobre o Circuito Turístico Serras de Minas em Ubá. Além de mostrar uma feira turística na cidade, a reportagem também exibiu um mapa (FIG. 32) com outras quatro cidades que fazem parte do circuito: Canaã, Guaraciaba, Presidente Bernardes e Viçosa. Logo após, uma

artesã de Viçosa, que estava na feira em Ubá, deu uma entrevista falando sobre o seu trabalho e a importância da ação para a região.

FIGURA 32 – A reportagem multiterritorial sobre o Circuito Turístico Serras de Minas



Fonte: MGTV, 2019

Outra matéria multiterritorial foi a da audiência da Justiça Federal com a defesa de Adélio Bispo em Juiz de Fora, exibida na edição de 11 de junho. O repórter no início da reportagem frisou em seu *off* os lugares de onde os envolvidos de certa forma se inseriam: Belo Horizonte (equipe de defesa de Adélio), Mato Grosso do Sul (lugar onde Adélio estava preso) e São Paulo (de onde vinha o psiquiatra). Juiz de Fora acabou sendo o lugar onde todos esses espaços eram articulados, já que a audiência acontecia no prédio da Justiça Federal. Notam-se, ainda, outras localidades envolvidas: ao se enfatizar “Justiça Federal” no *off* e no fundo da passagem com o prédio do órgão, emerge a dimensão de um assunto de interesse da nação. Quando Érica Salazar lê a nota pé enviada pelo presidente Bolsonaro à justiça, surge, mais uma vez, a dimensão de interesse nacional. Assim, diante dos múltiplos territórios na reportagem, tanto geográficos como simbólicos, deduz-se que a matéria provavelmente foi produzida com o intuito de ser exibida em outras afiliadas da TV Globo ou mesmo nos telejornais nacionais da emissora. A perspectiva multiterritorial também aparece na notícia sobre a incidência de dengue na região da Zona da Mata, exibida no dia 11 de junho. Érica Salazar lê, um por um, os nomes dos 36 municípios que fazem parte da área de cobertura que estão em estado de alerta contra o mosquito transmissor da doença.

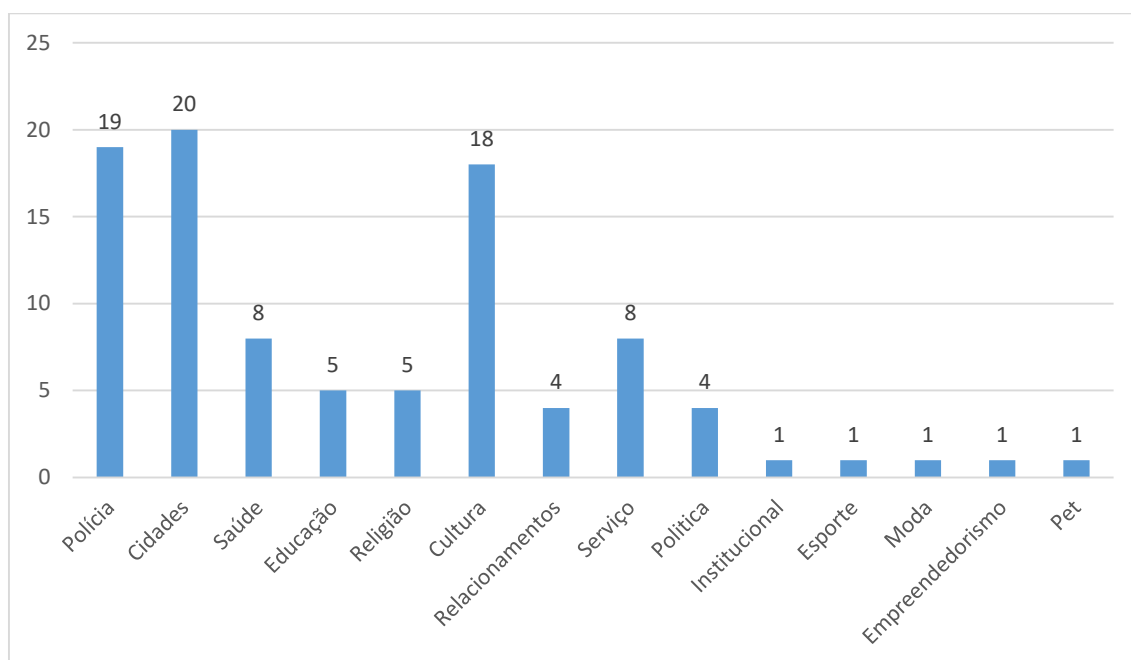
Essa recorrência das reportagens que citam diversas cidades, mesmo que a equipe de reportagem não as visitem, pode ser vista como uma estratégia de fazer com que emergja o sentido de “ser lembrado” pelo noticiário. Outro exemplo são as próprias matérias “importadas” de Belo Horizonte, como a exibida no dia 13 de junho sobre o balanço das

operações da Polícia Civil em Minas. Apesar de a reportagem ser produzida em Belo Horizonte, são suitados casos de Uberlândia (Triângulo Mineiro) e Juiz de Fora. Portanto, ao citar uma cidade da área de cobertura da TV Integração, a matéria adquire um vínculo explícito com a região pela questão geográfica.

Cabe ressaltar que nem sempre é preciso citar uma determinada cidade da área de cobertura para evidenciar as ligações socioculturais das audiências com a notícia. No que tange os laços que são compartilhados pelas pessoas que possuem origem identitária em comum, podemos considerar as matérias feitas em Belo Horizonte em que o aspecto geográfico não se tornou determinante para serem exibidas no *MGTV* da Zona da Mata e Vertentes. São os casos das que mostraram as discussões na Assembleia Legislativa na capital – cujas decisões políticas impactam o estado como um todo. São assuntos de interesse dos mineiros, entre eles, os jogos estudantis estaduais, o pagamento dos servidores do estado e o corte no programa escola integral.

Sobre o cultivo do “senso de mineiridade”, também é possível fazer relação com as matérias que lidam com a cultura regional e a formação da imagem do mineiro. Em três reportagens exibidas no período de análise, foram destacadas ações de voluntariado – como festas juninas realizadas com o intuito de arrecadar recursos para hospitais e instituições filantrópicas (no dia 10 de junho), e o varal solidário (exibida no dia 12 de junho). No caso da matéria do Circuito Turístico Serras de Minas, o artesanato e o sobe som da dupla de música caipira atuaram como demarcadores da cultura mineira. Há ainda o papel da religião, foram cinco matérias sobre religião em seis edições analisadas – todas de celebrações católicas. Portanto, diante da alta incidência de matérias gravadas em Juiz de Fora, tais aspectos simbólicos sobre o ser mineiro (da Zona da Mata e do Campo das Vertentes) podem ser importantes para a construção do “ser local” pelo telejornal. Essa estratégia se torna coerente pela própria incapacidade do *MGTV* em abordar, em cada edição, os 102 municípios que compõem a área de cobertura.

O operador relativo às editorias/temáticas se mostra importante para compreender o cotidiano que é figurado pelo telejornal. O gráfico a seguir (FIG. 33) demonstra a compilação dos assuntos das notícias no período de análise:

FIGURA 33 – A temática das notícias no *MGTV* da Zona da Mata e Vertentes

Fonte: elaboração do autor, 2019.

Primeiro, é preciso destacar a opção metodológica em não criar *a priori* categorias temáticas para, posteriormente, olharmos para o noticiário. Buscamos, num gesto interpretativo, classificar as editorias à medida que as notícias fossem veiculadas pelo *MGTV*, de forma que o telejornal nos respondesse sobre quais assuntos lida em seu cotidiano. Assim, foram registradas as temáticas de polícia, cidade, saúde, educação, religião, cultura, relacionamentos, política, esporte, moda, empreendedorismo, pet, entre outras. A temática “serviço” merece uma consideração à parte. Apesar de só oito notícias serem enquadradas como “serviço”, todas relativas ao quadro institucional *Tome Nota*, identifica-se que tal temática flui por todas as outras. No vivo sobre relacionamentos abusivos exibido no dia 11 de junho, por exemplo, a delegada entrevistada falou sobre como identificar esses tipos de relacionamento e como agir diante do agressor. Já nas notícias sobre o Sistema de Seleção Unificada - Sisu, exibidas em três das seis edições analisadas, a apresentadora Érica Salazar sempre lembrava na nota pé ou na passagem de bloco sobre o prazo de inscrição. Numa delas, disse: “e a gente também te lembra que o resultado do Sisu já está na internet e amanhã começa o período de pré-matrícula dos candidatos. Se liga no prazo, eim. Até já”. No fim das matérias culturais, como a entrevista sobre *blues* em 13 de junho, a apresentadora também concedeu o serviço, como data e hora das apresentações e o valor do ingresso.

Verifica-se, portanto, que o caráter de utilidade atravessa as diferentes temáticas e conduz a própria enunciação dos sujeitos de fala ao longo do jornal, sendo, inclusive, um desafio considerar o “serviço” como uma temática – já que geralmente é abordado em conjunto com outras editorias, como cidade, polícia, cultura, empreendedorismo e saúde. Considera-se, ainda, que o caráter de ser um programa útil faz parte da própria inserção do *MGTV* no cotidiano de sua audiência.

Sobre as demais temáticas, destacam-se três (reforça-se, em conjunto com o serviço) que atuam como principais definidoras do cotidiano do telejornal: polícia, cidades e cultura. Mas a forma como cada uma aparece ao longo das edições varia conforme o dia da semana. Na segunda-feira (10/06) e terça-feira (11/06), por exemplo, não foram registradas nenhuma notícia de cultura. Nestas edições, a maioria das reportagens foi das editorias de polícia e cidade. Na quarta-feira (12/06 - véspera de feriado), a temática de cultura foi a de segunda maior incidência no telejornal, com quatro notícias. Na sexta-feira (14/06), véspera do final de semana, e no sábado (15/06), foi a editoria com maior número de notícias, sete e seis incidências, respectivamente.

Essa situação demonstra também uma relação sociocultural com os dias da semana. Os jornais que foram exibidos nas vésperas do feriado e dos finais de semana foram mais leves e atuaram como uma revista que mostrou quais eram as opções de lazer e cultura disponíveis no âmbito local. Já as edições do início da semana atuaram numa lógica *hard news*, com mais assuntos ligados à polícia, cidade e saúde. Observa-se, ainda, que o noticiário de sexta-feira deu mais dicas sobre o que fazer no final de semana (serviço), principalmente devido aos quadros temáticos *Dica Do/Da* e *Diversão e Arte*. Já o telejornal de sábado se dedicou à cobertura dos eventos culturais para aquelas pessoas que resolveram não sair de casa, como reportagens sobre festas juninas e o vivo do evento de exposição de aerodelismo que entrou duas vezes ao longo da edição. Há ainda que se considerar a própria rotina produtiva do telejornal: nos finais de semana as equipes são reduzidas – o que responde a uma maior quantidade de matérias frias (ou “de gaveta”).

Também foi identificado que algumas temáticas se mostraram frequentes devido a alguma ocasião específica. A exibição do quadro *MGTV Responde* com uma psicóloga para falar sobre relacionamentos foi responsável pelas quatro incidências de notícias sobre o tema “relacionamentos” na semana de análise – todas na edição do dia 11 de junho. Foram duas reportagens, um vivo e uma entrevista de estúdio. Nas outras edições não foram registradas notícias dessa editoria. Outra ocorrência é que há um desdobramento de assuntos que de certa forma ganharam repercussão para além da escala

local e regional. Se na segunda-feira, 10 de junho, o *MGTV* exibiu duas matérias e um vivo sobre a fraude nas vagas de cotistas no concurso no INSS (uma delas produzida pelo *Fantástico*), um dia depois mostrou uma matéria sobre o processo de combate às fraudes na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Esta estratégia sugere que uma notícia de grande repercussão, geralmente de temas polêmicos, pode despertar o interesse da audiência para outros casos relacionados ao cotidiano local – como a notícia da UFJF.

Ainda sobre o operador editoriais/temáticas, chamamos atenção para a ordem dos assuntos das notícias ao longo dos diferentes blocos do telejornal – principalmente os que “abrem” e “fecham” os blocos. Na tabela a seguir (TAB. 5) essas relações são descritas nas seis edições:

TABELA 5 – Temática das matérias nos blocos dos telejornais

| Edição / Bloco | Temática da primeira notícia do bloco | Temática da última notícia do bloco |
|-------------------------|--|--|
| 10/06 – 1º Bloco | Polícia | Cidade (<i>Tome Nota</i>) |
| 10/06 – 2º Bloco | Cidade | Esporte |
| 10/06 – 3º Bloco | Polícia | Cultura |
| | | |
| 11/06 – 1º Bloco | Polícia | Polícia |
| 11/06 – 2º Bloco | Polícia | Cidade (campanha agasalho) |
| 11/06 – 3º Bloco | Polícia | Educação |
| 11/06 – 4º Bloco | Cidade | Cultura |
| | | |
| 12/06 – 1º Bloco | Polícia | Política |
| 12/06 – 2º Bloco | Polícia | Cidade (Tempo) |
| 12/06 – 3º Bloco | Polícia | Cultura |
| 12/06 – 4º Bloco | Polícia | Cultura |
| | | |
| 13/06 – 1º Bloco | Cidade | Religião |
| 13/06 – 2º Bloco | Cidade | Saúde |
| 13/06 – 3º Bloco | Educação | Serviço |
| 13/06 – 4º Bloco | Cidade (resumo) | Esporte |
| | | |
| 14/06 – 1º Bloco | Cidade | Cultura (<i>Dica Do/Da</i>) |
| 14/06 – 2º Bloco | Polícia | Cultura (<i>Dica Do/Da</i>) |
| 14/06 – 3º Bloco | Saúde | Cultura (<i>Dica Do/Da</i>) |
| 14/06 – 4º Bloco | Cultura | Cultura |
| | | |
| 15/06 – 1º Bloco | Polícia | Cultura |
| 15/06 – 2º Bloco | Polícia | Empreendedorismo |
| 15/06 – 3º Bloco | Cultura | Pet |

| | | |
|-------------------------|---------|---------|
| 15/06 – 4º Bloco | Cultura | Cultura |
|-------------------------|---------|---------|

Fonte: elaboração do autor, 2019.

Geralmente os blocos, principalmente os dois primeiros, começam com uma notícia da editoria de polícia ou cidade e terminam com alguma notícia mais leve, como cultura, esporte, educação, religião, empreendedorismo ou pet. É como se ao longo do bloco fossem exibidos os problemas da sociedade, como homicídio, tráficos, cortes de recursos financeiros, investigações da justiça, e ao final do bloco o telejornal quisesse mostrar que mesmo com todos os problemas, há boas iniciativas – a retórica do “final feliz” por meio de uma mensagem positiva ou mesmo de uma “luz no fim do túnel”. Há algumas exceções a essa constatação, como no final do 1º bloco do dia 11 de junho que termina com uma notícia policial, mas observa-se que ao longo das edições analisadas essa organização temática se repete em parte considerável do *corpus*.

Os sentidos que demonstram certo aspecto moral que faz parte da cultura, também estão presentes em nível micro nas próprias reportagens. É comum as matérias terminarem com alguma mensagem que lida com algum aspecto de valor humano e social, como justiça ou superação. Abaixo (TAB. 6) são descritas algumas delas:

TABELA 6 – Descrição das falas de encerramento das reportagens

| Edição / Notícia | Sujeito de fala | Transcrição da última fala do VT |
|---|---|---|
| 10/06 – Fraude Cotas | Frei David dos Santos – diretor Educafro | “Nós infelizmente vivenciamos em uma sociedade em que todo mundo quer ter vantagem”. |
| 10/06 – Exoneração Cotas | Alexander Pires – OAB/JF | “A preocupação da OAB é garantir que esses princípios [em prol da igualdade] sejam respeitados”. |
| 11/06 – Cotas na universidade | Caroline Gerhein - Estudante negra que entrou na universidade por cotas | “A gente tem vários jovens, crianças e adolescentes que crescem dentro de um sistema que não cria perspectivas pra eles. E quando a gente possibilita que uma criança tenha acesso a alguma coisa e outra pessoa está ocupando o lugar dela que realmente é de direito de estar ali [...], a gente tem outro problema dentro da sociedade”. |
| 13/06 – Celebração do dia de Santo Antônio | Maria Aparecida de Freitas – devota de Santo Antônio | “Esse pão aqui nos fortalece no dia a dia, né. Que nos dar força pra gente viver, né. É uma benção de Santo Antônio para nós”. |

| | | |
|--|--------------------------------|---|
| 14/06 – Corte na escola de tempo integral | Valeska Nolasco – mãe de aluno | “Tantos outros lugares para tirar, não tirar da educação. É onde as crianças precisam”. |
|--|--------------------------------|---|

Fonte: elaboração do autor, 2019.

O aspecto moral ao final das sonoras que encerram as matérias representa valores compartilhados, como o investimento em educação, a devoção pela fé católica, o clamor por igualdade e a luta por justiça racial. Outro exemplo é a reportagem exibida no dia 11 de junho sobre relacionamentos e trabalho. Entre as fontes estavam um casal jovem (o casal “inexperiente”) e o casal com quase cinco décadas de união (o casal “experiente”). A narrativa é conduzida de forma a mostrar os desafios que o casal jovem enfrenta ao conciliar trabalho e relacionamento e contrapor tais dificuldades com as experiências do casal idoso que diz que apesar do “barco quase naufraga várias vezes”, no final o amor vence. Naquele curto espaço de tempo, se vê o novo convivendo com o experiente, os desafios, as lições da vida e a representação da máxima de que “o amor move montanhas”.

Identifica-se também no *corpus* de análise a reincidência de uma composição audiovisual que busca a humanização através da singularização de uma população afetada pelo assunto. Evidencia-se, portanto, a estrutura “sanduíche” de construção da narrativa, composta pela ordem “personagem - fontes e dados oficiais - personagem”. É o caso da matéria sobre os cortes no programa escola em tempo integral, exibida no dia 13 de junho. Essa mesma estrutura se repetiu em outra ocasião, na reportagem sobre a fiscalização de cotas na universidade, exibida no dia 11 de junho, conforme os *frames* a seguir (FIG. 34), organizados de acordo com o tempo cronológico da reportagem.

FIGURA 34 – A estrutura “sanduíche” na estrutura da reportagem sobre cotas



Fonte: MGTV, 2019.

A reportagem começa com o depoimento da estudante Caroline Gerhein. Depois são exibidas artes com dados gerais das cotas na UFJF, entrevistas com um advogado e com o representante da Diretoria de Ações Afirmativas da instituição e a passagem da repórter. A matéria então retorna com imagens da Carolina, cuja sonora encerra o VT.

Essa estrutura “sanduíche”, como preferimos designar, humaniza um assunto que lida com dados abrangentes e fontes oficiais. Um dos entrevistados da reportagem, por exemplo, representa uma diretoria da UFJF. Já o espaço cênico em que o advogado faz parte ao conceder entrevista se mostra elitizado, com livros ao fundo e o corpo vestido de terno e gravata. A repórter também está de terno preto. Portanto, Carolina, que abre e fecha o reportagem, se mostra como a figura mais humana da notícia, tanto pelo lugar de onde fala, uma estudante negra e cotista, como pela posição social que ocupa: de uma minoria política que busca ascensão social-econômica e a correção de uma história segregadora.

Ainda sobre a edição e a estrutura das notícias, observa-se a reincidência do uso de comentaristas para reforçar alguma informação – como se somente a versão oficial não fosse suficiente para a construção da reportagem. Este recurso foi utilizado no dia 10 de junho na reportagem sobre a fraude no sistema de cotas do INSS, em que uma perita mostrou evidências de manipulação na foto de um concursado, e na matéria do balanço das operações da Polícia Civil, na edição do dia 13 de junho. Nelas, as comentaristas pareciam mais atender a um recurso da composição cênica da matéria, já que o que enunciaram somente corroborou com a versão oficial dada pelos delegados e órgãos institucionais. Por outro lado, também pode ser interpretado como uma tentativa do telejornal mostrar para a audiência que não é refém das informações oficiais e que até mesmo os discursos das instituições públicas são verificados – numa clara tentativa de construção da credibilidade e do discurso de independência que perpassa o campo profissional (TRAQUINA, 2008; SCHUDSON, 2010).

Com vistas à relação entre o telejornal e os jornalistas, percebe-se uma tentativa de configuração da imagem dos jornalistas envolvidos no *MGTV* enquanto personagens não só da notícia, como preconiza Valéria Vilas Bôas (2018), mas também como sujeitos do cotidiano. Essa visada se sustenta quando a apresentadora do *MGTV Primeira Edição*, Érica Salazar, é entrevistada na reportagem sobre festa junina no dia 10 de junho. Érica não só fala enquanto comunicadora social e apresentadora do *MGTV*, mas também como participante de um evento tradicional de Juiz de Fora ao opinar que “essa festa foi uma delícia”. Já no dia 13 de junho, Érica se comporta também como uma pessoa interessada pelas notícias do próprio telejornal (assim como a audiência) ao dizer para o repórter, após um vivo, que não conseguiu ouvi-lo direito devido ao barulho no fundo – e que por isso, depois, gostaria que ele repetisse as informações. Outro caso, dessa vez envolvendo a figura do repórter, é quando o jornalista Leonardo Patrus, no dia 12 de junho durante

um vivo em Barbacena, fala sobre a privatização das estradas estaduais e chama sua própria reportagem. Se no vivo ele se posiciona como um jornalista que passa as informações, de certa forma até com distanciamento, já que está parado e não interage com o ambiente, na matéria mostra o problema de perto: vive um pouco da agonia de quem precisa passar pelas estradas.

A forma como os jornalistas interagem entre si também corrobora com essa perspectiva. Tanto Érica Salazar como a apresentadora interina, Cláudia Oliveira, chamavam o repórter Leonardo Patrus pelo apelido, “Léo”. “Léo” ainda brincou com Cláudia sobre a fama de casamenteiro de Santo Antônio ao dizer: “e você tá bem perto né Cláudia”. Já pela fala da repórter Nayara de Paula, a apresentadora temporária foi chamada de “Claudinha”, como a referiu no vivo no dia 15 de junho. Portanto, identifica-se uma dimensão de familiaridade entre os corpos que aparecem todos os dias nos diferentes espaços televisivos do telejornal. Essa intimidade se torna visível pelos apelidos e brincadeiras que fazem parte dos diálogos entre uma notícia e outra e que também está incorporada nas conversas cotidianas. Questiona-se até onde essa relação que envolve o telejornal e os jornalistas também se reflete numa maior integração da audiência com os espaços televisivos.

É interessante, por exemplo, quando no feriado de 13 de junho, a apresentadora substituta destaca que “amanhã a Érica Salazar tá de volta, viu” – como se a audiência tivesse um encontro marcado com a “cara” do *MGTV* da Zona da Mata e Vertentes. Aliás, em duas edições, foi identificado um movimento curioso no encerramento do noticiário – que de certa forma contribui para esse sentido de intimidade entre a apresentadora e o público. Nelas, o telejornal acabou com imagens e sobe som do último vivo da edição, como no caso do jogo da copa feminina de futebol (dia 13 de junho) e na entrevista com os músicos de pagode (dia 12 de junho). Portanto, o próprio repórter poderia ter encerrado o telejornal direto do local do vivo, sem que quebrassem a dimensão espacial estabelecida pelo formato. No entanto, nessas duas edições, o noticiário voltou para o estúdio apenas para a apresentadora se despedir do público e então retornar para as imagens/sons que estavam sendo transmitidas no vivo. Esse “ritual” de voltar para a apresentadora se despedir demonstra um gesto cultural do cotidiano social: afinal, é “falta de educação” sair de casa sem se despedir, principalmente quando se trata de alguém conhecido.

Ainda sobre o espaço cênico, identifica-se que a bancada no *MGTV* continua na maior parte do tempo entre o olhar do espectador e o corpo da apresentadora, assim como foi identificado nos Praça 1 da análise preliminar. Tanto Érica Salazar como Cláudia

Oliveira andaram pouco no estúdio. Foram ocasionais os momentos em que foram enquadradas em plano aberto e de corpo inteiro. No caso de Érica Salazar, foi mais evidente no quadro de entrevista *MGTV Responde* do dia 11 de junho, que apareceu sentada numa cadeira no estúdio ao lado da entrevistada. Cláudia Oliveira se posicionou à frente da bancada de corpo inteiro no encerramento do noticiário de 13 de junho. É interessante notar que o telejornal sempre terminou no enquadramento aberto, com uma visão mais ampla do estúdio. Já as notícias mais sérias, como as notas sobre crimes lidas por Cláudia no dia 15 de junho e as cabeças de matérias policiais, eram feitas nas câmeras com enquadramentos mais fechados (primeiro plano). Portanto, verifica-se que os assuntos mais leves geralmente são enunciados com enquadramentos de câmera mais abertos e os mais sérios, são mais fechados. Na figura a seguir (FIG. 35), o primeiro *frame* foi extraído enquanto Érica lia uma nota seca em plano médio, na edição do dia 14 de junho, sobre um acidente envolvendo um casal. Já o segundo *frame*, com enquadramento em plano aberto, refere-se à fala de Cláudia da cabeça da reportagem sobre dicas de banho para cachorros.

FIGURA 35 – A temática e o enquadramento



Fonte: MGTV, 2019.

Esses exemplos, que se mostraram recorrentes nas edições analisadas, permitem uma articulação com o estudo dos corpos na televisão de Eliseo Verón (2001). Diante dos assuntos sérios, o noticiário retoma parcialmente a concepção do “apresentador ventrículo”, em que o corpo é exibido em menor proporção e as expressões corporais são reduzidas. É como se o telejornal atrelasse tais assuntos à necessidade de uma performance mais contida. Nesses momentos não foram registrados improvisos ou comentários opinativos. Já nos assuntos mais leves, parece ser permitido que o corpo seja visto em maior proporção (mesmo que na maioria das vezes esteja por trás da bancada).

São nos enquadramentos abertos que ocorrem as situações comunicativas mais descontraídas do telejornal.

As entradas ao vivo são alguns desses momentos, como quando Érica Salazar na edição do dia 12 de junho e em plano aberto, virava de lado em relação à audiência para chamar e conversar com o repórter Augusto Medeiros, perdendo o eixo de contato olho no olho - um aspecto que Renata Vargas (2013) também já havia identificado. Neste sentido, também retomamos a constatação de Juliana Gutmann (2012) que considera um papel de co-presença da audiência no telejornal, já que quando os sujeitos de fala do noticiário viram as costas ou ficam de lado, na verdade o espectador não é esquecido da enunciação. Pelo contrário, considera-se que ele está presente, numa co-presença simbólica com outros corpos e lugares que passam a fazer parte dos espaços televisivos. Outro exemplo dessa situação ocorre quando, na edição do MGTV do dia 12 de junho, a repórter Nayara de Paula diz logo no início de um vivo sobre uma exposição de arte: “eu tô aqui do lado de fora porque eu estava esperando a companhia de vocês para nós conferirmos juntos, vamos lá?”. Cabe ainda ressaltar que são nesses diálogos, em que se perde o contato olho no olho, que ocorrem gestos que rompem com a formalidade e que tornam o telejornal mais impessoal e próximo do espectador, como quando Érica colocou a mão na cabeça para simular o ato de “dançar juntinho” e brincou com o repórter Augusto Medeiros, que estava do outro lado do telão de óculos escuros diante de uma roda de pagode.

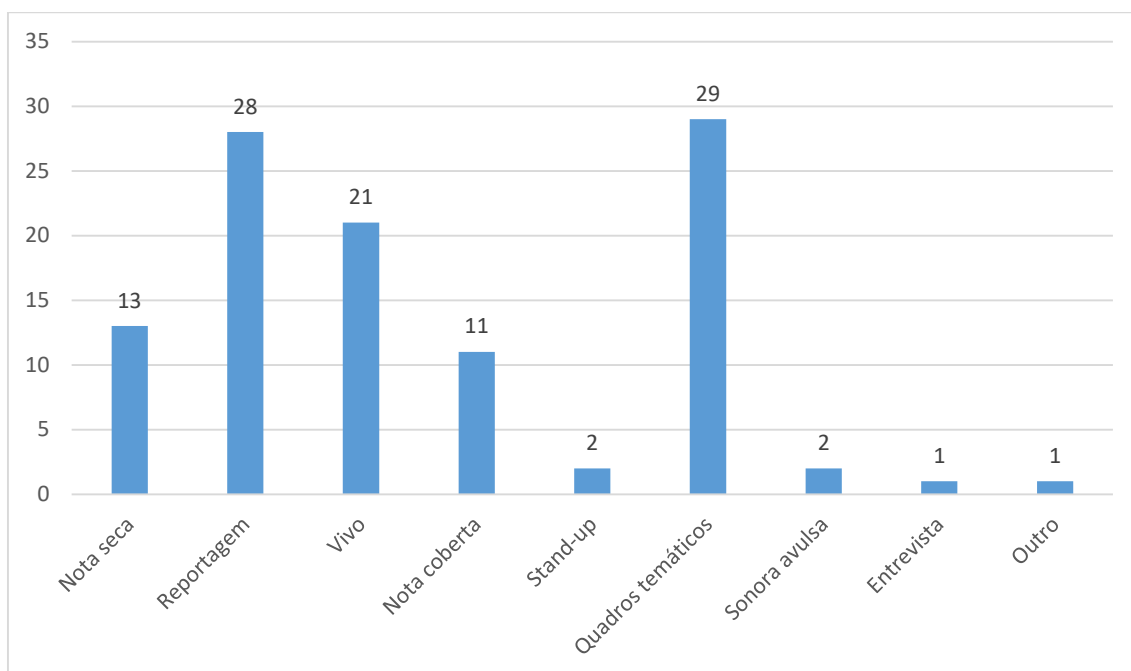
Ocasionalmente, o repórter também perde o chamado contato embrionário (VERÓN, 2001). No entanto, percebe-se que mesmo virando as costas para a audiência, ele faz isso com o intuito de mostrar um novo espaço e, conseqüentemente, para acrescentar novas informações através do novo espaço visual que lhe é aberto. Foi o caso da repórter Nayara de Paula na edição do dia 15 de junho. Durante os sete segundos que ficou de costas para a câmera, novos espaços da exposição de aeronaves eram exibidos ao telespectador – uma descoberta feita progressivamente em conjunto com a repórter.

Observa-se também que a enunciação pedagógica (VERON, 2001) faz parte do noticiário, principalmente devido ao caráter de serviço das reportagens e dos quadros temáticos. Na reportagem sobre a produção de *slime*, exibida no dia 15 de junho, a repórter Mônica Carvalho, que é identificada como “repórter de economia”, atua como uma consultora ao dar dicas de como os adolescentes devem se organizar para empreender. Na matéria sobre a variação de vagas no programa de ingresso ao ensino superior, o Prouni, no dia 13 de junho, o repórter incorpora a figura de um professor para

ilustrar no quadro a evolução no número de bolsas nas faculdades. No entanto, reforça-se que as referidas enunciações são diferentes da elaborada por Veron (2001) no contexto político, visto que os repórteres em nenhum momento se colocam, de forma explícita, acima do telespectador – pelo contrário, geralmente utilizam das experiências dos personagens como “matéria prima” para construção da narrativa jornalística. Essa horizontalização entre jornalistas e audiências também se reflete no figurino. Ao longo das seis edições, em nenhum momento as apresentadoras usaram roupas formais, como ternos ou blusas de gola. Os repórteres homens geralmente vestiam camisas sociais, mas, em parte considerável das reportagens e vivos, as mangas estavam dobradas. Foi comum o uso de blusas de malha e de frio, devido à proximidade com o inverno. As repórteres mulheres apareceram de terno em apenas cinco ocasiões (entre reportagens e vivos). É possível afirmar que os figurinos dos jornalistas não são excessivamente formais, trajando frequentemente calça jeans, blusas de malha ou polo e maquiagem leve (não aparente). É também um demarcador que diferencia o estilo dos programas regionais da TV Globo em relação aos seus noticiários de escala nacional, em que o emprego do terno é comum.

Já em relação ao operador relativo aos canais de participação, foi identificado que os quadros temáticos atuaram como canalizadores da inserção do público no telejornal por meio de colaborações – sejam vídeos, perguntas ou serviços. Entre eles, estão os quadros *Dica Do/Da*, *MGTV Responde*, *Tome Nota* e *Diversão e Arte*. O primeiro demonstrou uma participação mais efetiva dos artistas da região por exibir vídeos gravados pelos músicos. Ao mesmo tempo em que o telejornal cumpre uma função social ao promover artistas locais e regionais, também mostra como a televisão tem criado canais para lidar com os processos comunicativos contemporâneos, como o fenômeno da audiência criativa (MARTINO, 2015). A estratégia de Érica Salazar no quadro *MGTV Responde* de ler as experiências da audiência antes de fazer as perguntas para a psicóloga, ou de falar alguma característica identitária, como o fato de ser uma “mãe preocupada com o filho”, também se mostra como possível elo de identificação que compensa o fato de que todas as perguntas lidas no ar foram enviadas por juiz-foranos ou sem explicitação da localização geográfica. Assim, as experiências compartilhadas pela audiência por meio do telejornal parecem ser mais importantes no estabelecimento de uma sensação de inclusão/participação do que a simples menção da cidade de onde a pergunta foi enviada.

Para observar o operador da retórica da transmissão direta, identificamos, num primeiro momento, a quantidade de emprego do vivo em relação aos demais formatos (FIG. 36)

FIGURA 36 – Os formatos noticiosos empregados pelo *MGTV Primeira Edição*

Fonte: elaboração do autor, 2019.

O vivo é o terceiro formato mais utilizado para veiculação da notícia no *MGTV Primeira Edição* da Zona da Mata e Vertentes. Na edição do dia 12 de junho, o vivo foi mais empregado do que a reportagem e os quadros temáticos, com o total de seis entradas. Já no sábado, dia 15 de junho, foi a edição que registrou menos vivos, apenas dois – um dado que pode ser explicado pela redução da equipe aos finais de semana. A informação levantada demonstra que o efeito de presente no telejornal ganha força com o emprego do vivo. No entanto, como discutido no terceiro capítulo, a transmissão direta não se trata apenas das unidades do telejornal que entram ao ar no mesmo tempo da transmissão direta. É preciso observar como a *retórica* da transmissão direta é construída pelo noticiário. No dia 13 de junho, por exemplo, quando o repórter Augusto Medeiros chama o repórter Leonardo Patrus para falar sobre ações de prevenção a incêndios em Barbacena, em nenhum momento diz que se trata de uma gravação, um *stand-up*. A forma como ocorre a edição leva a crer que se trata de um vivo. Somente no final, quando Leonardo faz sua assinatura, fica claro que se tratava de uma gravação.

Essa situação chama a atenção para uma configuração do presente durativo do telejornal que Yvana Fechine (2003) não considerou em seu estudo sobre o efeito da transmissão direta no noticiário. No caso relatado do *MGTV*, identifica-se que há uma configuração do tempo presente quando o repórter Augusto Medeiros entra ao vivo

(enunciado englobado) a partir da chamada da Érica Salazar do estúdio (enunciado englobante do telejornal). No entanto, depois, ocorre a partir do enunciado englobado (o vivo de Augusto) um deslocamento temporal para uma dimensão similar à que Fechine (2003) chama de “Tempo Atual”, quando entra o *stand-up* gravado do Leonardo Patrus. Fechine (2003), ao descrever a concepção do “Tempo Atual”, utiliza como referência a configuração do presente do estúdio (transmissão direta) em relação a uma unidade gravada, como uma reportagem. No caso do *MGTV*, notamos a instauração desse tempo a partir de um vivo. O que nos interessa, *a priori*, é que o telejornal, mesmo diante de enunciados englobados gravados, faz uso de elementos que reforçam uma retórica de transmissão direta. Num segundo momento, nos evidencia que é difícil no âmbito da pesquisa seguir modelos a respeito de diferentes configurações do tempo presente no telejornal – apesar da esquematização de Fechine (2003) ser útil por criar parâmetros que facilitam a identificação das diferentes temporalidades, como as noções de enunciados englobantes e englobados. O caso de um repórter no vivo (enunciado englobado) chamar uma matéria gravada ilustra essa percepção. Essa situação se repete no dia 12 de junho, quando o repórter Leonardo Patrus, num vivo de Barbacena, chama a própria matéria que fez nas rodovias da região de Campo das Vertentes – instaurando, portanto, um novo agenciamento temporal.

Ainda sobre a retórica da transmissão direta, verifica-se que ao longo do telejornal há uma demarcação constante do tempo presente. Tanto nas passagens de bloco, quando se fala o horário e frequentemente aparece o relógio com a hora exata no canto da tela, como no início do telejornal. Mesmo sendo de conhecimento do público que o Praça 1 começa ao meio dia, a apresentadora sempre reforça o horário. Outra situação é quando a apresentadora fala a temperatura atual em Juiz de Fora e nas cidades da área de cobertura.

O levantamento dos formatos utilizados ainda sugere que, diante de uma audiência criativa e um telejornal que ocasionalmente abre seus *scripts* para tais produções, é difícil enquadrar alguns conteúdos em formatos noticiosos pré-estabelecidos, como os classificados por Souza (2015). No dia 12 de junho, por exemplo, o quadro *MGTec* exibiu um vídeo com o depoimento de uma jovem que ganhou um concurso de cartazes para a copa do mundo feminina. Ao mesmo tempo em que o vídeo não se tratava de uma produção amadora, pela qualidade técnica e do enquadramento, também notava que não foi uma produção do telejornal – e sim um conteúdo cedido pela própria fonte. Assim, diante da ausência de uma classificação acadêmica consolidada para o emprego de tal

formato no jornalismo, também surgia a dúvida, no âmbito da pesquisa, de como tal audiovisual poderia contribuir com sentidos que envolvem identificação.

Um último tópico de discussão sobre a análise é a respeito do fluxo televisivo (WILLIAMS, 2016) estabelecido pelo noticiário na grade de programação. Identifica-se que o telejornal na transmissão direta ainda funciona na lógica do fluxo. O fato de que em todas edições a apresentadora faz um resumo das notícias no terceiro ou quarto bloco demonstra uma tentativa de atualizar a audiência que perdeu alguma notícia no tempo cronológico do telejornal. Assim, apesar de falar que as reportagens estão no site do noticiário, a estrutura da transmissão no canal aberto segue a lógica tradicional do fluxo televisivo, independente dos canais disponibilizados na internet. É claro que isso não inviabiliza que a audiência estabeleça novos fluxos em conjunto com as segundas telas e as mídias digitais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se abrimos esse trabalho com a indagação sobre “que local emerge nos telejornalismos locais e regionais”, o percurso tem nos apontado para algumas relações que, mesmo circunscritas ao *corpus* e às aproximações analíticas, nos auxiliam no direcionamento dos olhares sobre o tema. Num primeiro momento, o papel da experiência e do tempo se mostrou chave para refletir sobre o sentimento de ser local. A concepção de lugares no espaço, teorizada nesta tese pelos trabalhos de Yi-Fu Tuan (1983) e Alain Bourdin (2001), tornou-se desafiadora em contato com os estudos sobre os telejornalismos locais e regionais. Também possibilitou a apreciação dos limites de vertentes teóricas que têm se esforçado para tornarem mais visíveis os limites geográficos, como as da Geografia da Comunicação (AGUIAR, 2016). Como falar de escalas locais e regionais no âmbito das audiências que se tornam cada vez mais voláteis e fluídas?

Na pesquisa, optamos por romper a percepção de um telejornalismo local ou regional, no singular, exatamente por compreender que a emergência do local é diversa e plural, tanto em termos das práticas jornalísticas, quanto no contato do indivíduo com o conteúdo oferecido pelos telejornais. Essa premissa contra um olhar homogêneo guiou também as inferências realizadas nos cinco telejornais regionais que fazem parte do corpo analítico – inclusive na escolha por programas de diferentes localizações geográficas e culturais.

O fato dos telejornais analisados serem de afiliadas de uma mesma rede, a da TV Globo, permitiu observar semelhanças, principalmente em relação aos quadros institucionais, à linguagem e à composição do estúdio, como as cores, a bancada e os aparatos tecnológicos. Nota-se, portanto, que o sistema de afiliadas que molda as estações comerciais brasileiras atua na lógica da uniformização – uma característica que por vezes apaga a possibilidade de criação de formatos que valorizem a identidade e a cultura locais. A recorrência de um jornalismo de utilidade/serviço é outro exemplo. O processo analítico demonstrou que é difícil lidar com o serviço enquanto uma categoria temática, já que essa “a informação útil” flui por diferentes editoriais – e isso se repete nos cinco Praça 1 tomados como objetos empíricos. É possível afirmar que o serviço faz parte da identidade linguística e dos processos jornalísticos que envolvem os Praça 1. Talvez isso explique o fato de que mesmo lidando com noticiários distintos, produzidos por três empresas diferentes, TV Integração (Juiz de Fora e Uberlândia/Uberaba), EPTV (Varginha) e InterTV (Montes Claros e Governador Valadares), os programas possuem

linguagens muito semelhantes e uniformes. É como se o cotidiano figurado pelos noticiários, por meio das temáticas, espaço cênico e da dimensão temporal presente, fosse o mesmo.

Por outro lado, é preciso reconhecer que os telejornais atuam de uma forma distinta quando observamos os referentes espaciais – e isso se torna natural por se localizarem em diferentes regiões de Minas Gerais. Cada um se refere (e se insere) às cidades e às regiões diferentes e articula as identidades regional, estadual e nacional nesse âmbito. Essa identidade local/regional está presente no próprio discurso de firmação de cobertura dos noticiários – repetido diariamente ao longo das edições: “Zona da Mata e Vertentes”, “Triângulo de Minas”, “Grande Minas”, “Vale de Minas” e “Sul de Minas”. No entanto, apesar de lidarem com lugares distintos e um discurso regional, observa-se na análise uma estratégia semelhante na forma como se estabelece a relação entre os municípios que compõem tais regiões. Se Hall (2000, 2015), Woodward (2000) e Leal (2016) afirmam que o processo de constituição das identidades (e conseqüentemente as emergências das relações de proximidade) prevê a demarcação entre “nós” e “eles”, é possível identificar que o “nós” nos Praça 1 se refere às cidades-sede: Juiz de Fora, Varginha, Uberlândia/Uberaba, Montes Claros e Governador Valadares. Essa constatação é evidenciada não apenas pela maioria das matérias ser produzida nesses lugares, mas pelas próprias enunciações. Um desses exemplos, recorrentes no processo de análise, é quando na escalada do *MGTV Primeira Edição* da Zona da Mata e Vertentes do dia 10 de junho, logo após exibir imagens panorâmicas da cidade de Muriaé, Érica Salazar diz: “vem comigo para Juiz de Fora. Por *aqui* 22 graus” (grifo nosso). Na edição do dia seguinte (11 de junho), ela afirma, também na escalada, “Imagens ao vivo de São João del-Rei, 17 graus por *lá*, agora” (grifo nosso). Os termos *aqui* e *lá*, constantes na construção enunciativa de todos os noticiários Praça 1 analisados, são exemplos, respectivamente, do “nós” (*aqui* – cidade-sede) e do “eles” (*lá* – demais cidades). Neste sentido, há um comum suposto, construído pelo próprio telejornal e representado pelo “nós”, que de certa forma não contempla a diversidade populacional de cada cidade da região de cobertura.

Essas fronteiras não se tornam visíveis apenas entre a “cidade-sede” e o “interior”, mas também entre a própria capital estadual. Belo Horizonte frequentemente esteve nos Praça 1, principalmente em temáticas como saúde, política e polícia. Assim, nota-se uma similaridade de seu papel hierárquico com as próprias cidades-sede das emissoras. Se estas são os centros políticos econômicos de cada região, e por isso os estúdios e a maior

parte das reportagens e vivos são dali, Belo Horizonte é a “outra capital” ou o “outro polo”, onde são tomadas decisões políticas e econômicas que afetam a vida do mineiro – o que explica a exibição, por exemplo, de três reportagens sobre discussões da Assembleia Legislativa no *MGTV* da Zona da Mata e Vertentes.

Num outro nível, é interessante como os noticiários locais tentam dar a “cor local” aos assuntos que surgem em escala nacional. É o caso de quando o Tribunal Regional de Porto Alegre (Rio Grande do Sul) julgava o recurso do ex-presidente Lula. O *MGI* Triângulo de Minas do dia 25 de janeiro de 2018 exibiu uma reportagem com opiniões locais a favor e contra Lula em Uberlândia. Também mostrou como a população local se organizava para protestar em frente à Justiça Federal na cidade mineira. Outro caso foi a repercussão da matéria sobre fraudes em cotas no *MGTV* da Zona da Mata e Vertentes. Após uma reportagem ser exibida em escala nacional, a equipe de jornalismo local fez outra reportagem – dessa vez com fontes e instituições de Juiz de Fora, no caso a UFJF. Assim, inserem a cidade e a região no espaço nacional ao mesmo tempo em que também demarcam o local como estadual ou nacional. Hess & Waller (2017) chegam a considerar que o jornalismo local tem a capacidade de criar um “senso de lugar”. Esse senso de lugar é cultivado por meio da experiência, da dimensão temporal e pela consequente percepção, por parte das audiências, do lugar onde vivem no mundo. É o reconhecimento do “seu local” e de como este se insere num contexto mais amplo.

Já sobre a abordagem da proximidade, enquanto uma relação que envolve a audiência, o telejornal, os jornalistas, os formatos, a temática e o próprio cotidiano, buscamos contemplar a fluidez que perpassa pelos processos comunicacionais. É também uma tentativa de preencher uma lacuna nos estudos dos jornalismo locais e da proximidade nas pesquisas brasileiras: o mergulho teórico mostrou que muitas pesquisas nacionais lidam com a proximidade como um termo geralmente para contextualizar ou dar qualidade à discussão sobre os jornais locais ou regionais (CAMPONEZ, 2001; PERUZZO, 2005). Quanto à forma de ver, a pesquisa evidenciou que a literatura nacional possui um rico acervo de *análise* de produtos audiovisuais oriundos dos jornalismo locais e regionais. No entanto, há uma deficiência no que se refere à conceituação do jornalismo local e do que se entende por proximidade nessas pesquisas, como as dinâmicas que envolvem as identidades e a diferença – o que explica o caminho teórico desenvolvido por este trabalho em incorporar os estudos sobre identidade às relações de proximidade. Nessa perspectiva, observamos três possíveis hipóteses que auxiliam a compreender esse cenário: a primeira é uma aparente falha no que tange a compreensão

e reflexão acerca dos telejornalismos locais e regionais em sua especificidade sociocultural; uma segunda justificativa consiste na opção das pesquisas que lidam com noticiários locais em não elencarem como um dos objetivos a discussão sobre os telejornalismos locais e regionais, que por si só é ampla e complexa de ser abordada como um objetivo secundário; um terceiro ponto para compreender a condução das pesquisas brasileiras é um possível reconhecimento dos autores da dificuldade em lidar e conceituar os telejornalismos locais e regionais, que se mostram fluídos e distantes de consensos.

As cinco relações de proximidade, *proximidade telejornal – audiência*, *proximidade telejornal – território*, *proximidade telejornal – jornalistas*, *proximidade formato – audiência* e *proximidade temática-audiência*, também se mostraram úteis por romperem com a perspectiva de um valor notícia (GOULDING & ELLIOT, 1979; SILVA, 2005; CONLEY & LAMBLE, 2006; LAGE, 2012). Por outro lado, é feita a ressalva de que tais propostas não são rígidas. O processo analítico demonstrou a dificuldade em classificar ou categorizar a proximidade, reforçando sua característica fluída de uma (ou várias) relação(ões). No cerne dessa volatilidade está o papel da experiência: lidar com a proximidade enquanto uma relação entre diferentes atores, como os jornalistas, o telejornal, as mídias e as audiências, convoca a importância de considerar como as experiências dos sujeitos envolvidos nessa dinâmica interferem nos sentidos de proximidade, de exclusão, de diferença ou mesmo de uniformização. Um exemplo do papel de exclusão foi visto na segunda análise, envolvendo o *MGTV Primeira Edição* da Zona da Mata e Vertentes, quando foi constatada a exibição de cinco matérias sobre celebrações católicas e nenhuma de outra religião.

A dimensão da experiência também nos faz avançar numa última proposta no âmbito desta tese: o da existência de um lugar televisivo. Desde o terceiro capítulo, *Televisão e Espaços Televisivos*, a pesquisa tem se desenvolvido a partir da consideração dos espaços televisivos, em que os corpos, as performances, a retórica da transmissão direta, o espaço cênico e o cotidiano tematizado pela TV (e vice e versa) seriam alguns de seus componentes (ECO, 1984; FECHINE, 2003; LEAL, 2006; HILL, 2007; RINCÓN, 2011; GUTMANN, 2012; WILLIAMS, 2016). É neste âmbito que a televisão dialoga com os espaços sociais e que as relações de proximidade se estabelecem – numa clara referência aos aspectos simbólicos que permeiam a cultura e a sociedade, para além dos meros limites geográficos. O lugar televisivo seria reflexo de uma realidade possível, habitável pelo telespectador a partir de um contexto sociocultural em que faz parte e que também é apropriado pela televisão em seus espaços televisivos. Chamamos a atenção

para o uso da palavra/conceito *lugar* nesta proposta final e reflexiva sobre a mídia audiovisual. A epistemologia desse termo é a mesma concebida por Tuan (1983): se num primeiro momento discutimos a perspectiva de espaço e lugar vinculados à experiência do sujeito na formação de um sentimento de local, isto é, o espaço torna-se lugar quando passa a ser familiar – sendo o importante para o reconhecimento e orientação no espaço, agora propomos pensar na existência de uma pluralidade de espaços televisivos, onde o lugar seria constituído através da relação (de proximidade) com o telespectador. Portanto, verifica-se a característica singular e pessoal desse lugar, resultado, também, do consumo cada vez mais individualizado das mídias (ECO, 1984; MARTINO, 2015).

Numa linguagem metafórica, é como se os espaços televisivos possibilitassem a criação de um sentimento de ser local na própria realidade televisiva, sendo o delineamento do lugar (também televisivo) firmado simbolicamente ao longo do tempo e da experiência com o usuário. Alguns autores clássicos, como Umberto Eco (1984) no caso da neotevê, já elaboraram hipótese semelhante – no entanto, com olhos para a criação de um espaço televisivo e na constituição de uma realidade própria. O que esta pesquisa se propõe a avançar é na forma da integração do espectador aos telejornais locais e regionais, incluindo, portanto, as relações de proximidade e consequente concepção de um lugar televisivo. Um lugar que está estreitamente ligado à apropriação das pessoas aos espaços televisivos e à relação íntima entre televisão e cotidiano.

A concepção de espaços e lugar televisivos permite, com maior clareza, compreender o porquê dos telejornais locais e regionais não serem reféns de uma cobertura geográfica diária que envolva todas as cidades da área de cobertura – algo impraticável no modelo de organização das emissoras regionais brasileiras. Juntas, as cinco emissoras consideradas neste trabalho são responsáveis por reportar os acontecimentos de 598 cidades mineiras. Somente a InterTV Vales de Minas e a EPTV Sul de Minas possuem 160 cidades, cada uma, em suas áreas de cobertura. Os aspectos simbólicos dos espaços televisivos, que de certa forma envolvem fatores identitários e culturais, atuam como determinantes na possibilidade de emergência de um ser local, já que eles também funcionam nessa lógica: por meio de estratégias que envolvem a linguagem, a performance e as temáticas, como o serviço, figuram um cotidiano televisivo – um “lugar” para o espectador. Por outro lado, como já enfatizamos, tais espaços e lugar também estão inseridos na sociedade. Isso explica o fato de mesmo começando pontualmente ao meio dia, os (as) apresentadores (as) fazem questão de falar o horário no início do noticiário. É como uma demarcação, no dia a dia, que é o momento do telejornal

no cotidiano. E por mais que seja de conhecimento popular o horário de início, é preciso, enquanto estratégia dos jornalismo locais, demarcar o espaço televisivo que se instaura a partir daquele instante.

Reforçamos que a proposta desse “lugar”, de um espaço para a experiência dos telespectadores, é baseada na ideia de um “comum” – nacional, estadual, cotidiano – que, por um lado é homogeneizador, visto que apaga as diferenças e especificidades de cada cidade e região e, numa outra instância, é assentado na repetição de temáticas e fórmulas narrativas. O papel “moral” do telejornal, conforme foi identificado no encerramento de diferentes reportagens, em que geralmente são expressos valores culturais compartilhados, se mostra imprescindível na sustentação desse “comum” suposto, proposto e projetado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AB - Agência Brasil. Estatísticas do Registro Civil, 2015. Disponível em: <agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2015-05/brasil-tem-mais-de-20-milhoes-de-maes-solteiras-aponta-pesquisa>. Acesso em 16 jun 2019.
- ABRANTES, Marta. Geografia da indústria audiovisual no Brasil. IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Porto Alegre, 2004. In.: **Anais...** Porto Alegre: Intercom, 2004.
- ABREU, Márcia. A Imprensa Régia do Rio de Janeiro: novas perspectivas. Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial, 2004, Rio de Janeiro. In.: **Anais...** Rio de Janeiro: LIHED, 2004, p. 1-23.
- ABRIL, Gonzalo. **Cultura visual: de la semiótica a la política**. Madrid: Plaza y Valdés, 2012.
- AESP. “Alô, Alô, Repórter Esso, Alô”. In: **Jornal da Aesp**, n. 70, novembro, 1987.
- AGUIAR, Itamar. **TV Brasil: algo novo no ar**. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2012.
- AGUIAR, Sonia. Estudos de jornalismo local-regional ao redor do mundo: lacunas e desafios. In: 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2017, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Editora SBPJor, 2017.
- AGUIAR, Sônia. **Territórios do Jornalismo: geografias da mídia local e regional no Brasil**. Vozes/ Editora PUCRio, Petrópolis/ Rio de Janeiro, 2016.
- AHVA, Laura; PANTTI, Mervi. Proximity as a journalistic keyword in the digital era, **Digital Journalism**, n.3, v.2, 2014, p. 322-333.
- ALBUQUERQUE, Antônio. Um outro quarto poder: jornalismo e responsabilidade política no Brasil. **Contracampo (UFF)**, Rio de Janeiro, v. 4, 2000, p. 23-57.
- ALLEN, Walter. **Sonho americano e o homem moderno**. Rio de Janeiro: Lidador, 1972.
- ALZAMORA, Geane; BARROS, Vitória; MALTA, Jéssica. A narrativa transmídia de iReport for CNN acerca dos protestos brasileiros em 2013. **Brazilian Journalism Research**, v.11, n.2, 2015, p. 204-221.
- AMARAL, Vitor. A proximidade de uma imprensa regional à ideia de cidadania ativa. In: CORREIA, João Carlos. **Jornalismo de proximidade: limites, desafios e oportunidades**. Covilhã: LabCom Books, 2012, p. 1-16.
- ANATEL. TV por assinatura apresenta queda de 5% no ano de 2017. Disponível em: <www.anatel.gov.br/institucional/ultimas-noticiass/1884-tv-por-assinatura-apresenta-queda-de-5-no-ano-de-2017>. Acesso em 21 ago. 2018.
- ANDERSON, Christopher. Journalist networks and the diffusion of local news: the brief, happy news life of “Francisville Four”. **Political Communication**, v. 27, n.3, 2010, p. 289-309.
- ANDERSON, Christopher; COLEMAN, Stephen; THUMIN, Nancy. How News Travels: a comparative study of Local Media Ecosystems in Leeds (UK) and Philadelphia (US). In: NIELSEN, Rasmus (org.). **Local Journalism: the decline of newspapers and the rise of digital media**. New York, London: I.B. Tauris, 2015.

ANELO, Cláudia. WhatsApp e a escolha dos formatos nas interações do telejornal MS Record 1ª Edição. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2016.

ANGELUCI, A. C. B.; LOPES, R. D.; ZUFFO, M. K. . Estudo comparativo entre TV digital aberta e TV conectada no Brasil. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife-PE. In.: **Anais...** Recife: UNICAP - Universidade Católica de Pernambuco, 2011.

ANJ - Associação Nacional de Jornais. Maiores Jornais do Brasil. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/>>. Acesso em 24 ago. 2018.

ARAÚJO, Luciana. VIZEU, Alfredo. Telejornalismo: A Fragilidade Das Instituições e o Lugar De Referência. In: XXXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2017.

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica**. São Paulo: Ática, 1990.

BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

BARBERO, Jesús; REY, Germán; RINCÓN, Omar. Televisión pública, cultural, de calidad. **Revista Gaceta**, v.47, 2000, p. 50-61.

BARBOSA, Marialva. **História da comunicação no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia**. Salvador, BA. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal da Bahia, 2002, 294 f.

BARKIN, Steve. Local television news. **Critical Studies in Mass Communication**, v.4:1, 1987, p. 79-82.

BECKER, Beatriz. Convergência x Diversidade: repensando a qualidade das notícias na TV. **Brazilian Journalism Research** (Online), n.8, 2013, p. 44-63.

BECKER, Beatriz. Todos juntos e misturados, mas cada um no seu quadrado: um estudo do RJTV 1ª edição e do Parceiro do RJ. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 24, 2012, p. 77-88.

BEGHINI, Ricardo. A pré-história da TV no Brasil. IX Encontro Nacional de História da Mídia, Ouro Preto, 2013. In.: **Anais...** Ouro Preto, ALCAR, 2013.

BEIRÃO, Nereide. Entrevista realizada em 18 de março de 2015 em Brasília. Entrevistador: José Tarcísio Oliveira Filho.

BERTOCCHI, Daniela. **Dos dados aos formatos: a construção de narrativas no jornalismo digital**. Curitiba: Editora Appris, 2017.

BOLAÑO, César. A Economia Política da Televisão Brasileira. **Revista Brasileira de Cien. da Com.**, S. Paulo, v. 22, n.2, 1999, p. 15-32.

BOLAÑO, César. Considerações sobre a Economia Política do rádio no Brasil. **Eptic - Revista de Economia Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación**, v. 14, n.2, 2012.

BONNER, William. **Jornal Nacional: modo de fazer**. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2009.

BELÉM, Vitor; CIRNE, Livia. Do SPTV ao SP1: Impressões sobre as mudanças na apresentação do telejornal local. In.: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, Curitiba, 2017. **Anais...** Curitiba: Intercom, 2017.

BORJA, Janira. O grito da cidade: Balanço Geral, qualidade e modos de endereçamento. In.: GOMES, Itania (org.). **Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011, p.223-242.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2005. 191 p.

BOURDIN, Alain. **A Questão Local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BOWD, K. Keeping it local: News themes on regional newspaper front pages. **Australian Journalism Review**, n. 39, v.1, 2017, 63-76.

BRASIL. Código Brasileiro de Comunicação de 1962. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4117.htm>. Acesso em 14 ago. 2018.

BRASILa. Lei 11.652, de 7 de abril de 2008: institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/11652.htm>. Acesso em: 08 set. 2018.

BRASILb. Lei 0612/1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências. Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9612.htm. Acesso em 03 dez. 2018.

BRIGHTON, Paul; FOY, Dennis. **News Values**. London: Sage, 2007.

BRITTOS, Valério Cruz. A televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade da oferta. **Comunicação & Sociedade**, n. 31, 1999. p. 9-34.

BUCHANAN, Carrie. Sense of place in the daily newspaper. **The journal of media Geography, Spring**, 2009, p. 62-82.

CALABRE, Lia. Rotativas no ar: o radiojornalismo. **ECO-PÓS**, v.8, n.2. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005, p. 30-45.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de proximidade**. Coimbra: Minerva, 2002.

CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo regional: proximidade e distanciamos. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: CORREIA, João Carlos. **Jornalismo de proximidade: limites, desafios e oportunidades**. Covilhã: LabCom Books, 2012 p. 35-54.

CANNITO, Newton Guimarães. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2010.

CAREY, James. Mass Communication Research and Cultural Studies: an American view. In: CURRAN, James.; GUREVITCH, Michael; WOLLACOT, Janet. (Orgs.). **Mass Communication and Society**. London: Edward Arnold Open University Press, 1977. p. 409-426.

CARRATO, Ângela. **Uma história da TV Pública brasileira**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2013. 286 p.

CARVALHO, Carmen. Segmentação do jornal, a história do suplemento como estratégia de mercado. V Congresso Nacional de História da Mídia, São Paulo, 2007. In.: **Anais...** Facasper, São Paulo, 2007.

CASEY, Bernadette; CASEY, Neil; CALVERT, Ben; FRENCH, Liam; LEWIS, Justin. **Television Studies: The Key Concepts**. 2a Ed. London/New York: Routledge.

CASTELLS, Manuel. **The power of identity**. Chichester: Blackwell Publishing, 2010.

CASTRO, Cosette. TV digital e EAD: uma parceria perfeita para a inclusão social. **Conexão** - Comunicação e Cultura, v. 7, n. 13. UCS: Caxias do Sul, 2008.

CONSELHO CURADOR DA EBC. REVISTA DO CONSELHO CURADOR DA EBC. 1ª Edição. Disponível em: <http://issuu.com/03978/docs/revista_conselho_curador_v2>. Acesso em: 28 ago. 2018.

CASTRO, Iná. O Espaço político local como condição de construção (mas também de negação) da democracia. In: SILVA, José; LIMA, Luiz; ELIAS, Denise (orgs). **Panorama da geografia brasileira**. São Paulo: Annablume, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CONLEY, D.; LAMBLE, D. **The Daily Miracle: An introduction to journalism**. Oxford: Oxford University Press, 2006.

COSTERA MEIJER, Irene. Democratizing Journalism? Realizing the citizen's agenda for local news media. **Journalism Studies**, v. 11, n. 3, 2010, p. 327-42.

COUTINHO, Iluska (Org.). **A informação na TV Pública**. Florianópolis: Insular. 2013.

COUTINHO, Iluska; MATA, Jonathan. A atuação do repórter na cobertura televisiva de tragédias: o olhar do jornalista como testemunha do fato que enuncia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, n. 24, 2013, p. 379-398.

COUTINHO, Iuska; FERNANDES, Lívia. 2007. Telejornalismo local e identidade: o Jornal da Alterosa e a construção de um lugar de referência. In: XII Congresso de Comunicação na região sudeste, Juiz de Fora, 2007. **Anais...** São Paulo: Intercom. 1:1-12.

DARDE, Vicente. LEME, Fernando. As estratégias de fidelização do (tel)espectador: uma análise das mudanças no telejornal SPTV. In: XXXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2017.

DORNELLES, Beatriz. Características do jornalismo impresso local e suas interfaces com jornais locais. **Contracampo**, v.14, 2006, p.163-178.

DORNELLES, Beatriz. Características do jornalismo impresso local e suas interfaces com jornais comunitário. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 9, n. 16:(1), 2008.

DORNELLES, Beatriz. O local em destaque: jornais de bairro x cadernos de bairro. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v.9, n.1. Florianópolis: UFSC, 2012, p.244-258.

DORNELLES, Beatriz. O jornalismo hiperlocal, praticado por jornais de bairro, em contraposição aos cadernos de bairro, editados pela grande imprensa. 4º Encontro do Núcleo Gaúcho de História da Mídia, São Borja, 2012. In.: **Anais...** São Borja: Alcar, 2012.

DTV - TV Digital Brasileira. Disponível em: <<http://www.dtv.org.br/index.php/cobertura>>. Acesso em 03 set. 2018.

ECO, Umberto. Tevê: a transparência perdida. In: ECO, Umberto. **Viagem na irrealdade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p. 182-204.

EMERIM, Cárilda. A produção da entrevista na tevê. **Animus** (Santa Maria), v. 13, 2008, p. 11-25.

EPTV Sul de Minas. EPTV Primeira Edição. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/jornal-da-eptv-1a-edicao-sul-de-minas/p/5710/>>. Acesso em: 18 jan. 2019.

FECHINE, Yvana. O estatuto semiótico do tempo nas transmissões diretas do telejornalismo. In: Vera França; Maria Helena Weber; Raquel Paiva; Liv Sovik. (Orgs.). **Livro do XI Compós: Estudos de Comunicação ensaios de complexidade**. Porto Alegre: Sulina, 2003, p. 442-464.

FECHINE, Yvana. Tendências, usos e efeitos da transmissão direta no telejornal. In: E. DUARTE, M. L. CASTRO (orgs.). **Televisão: entre a academia e o mercado**. Porto Alegre: Sulina, 2006, p. 1-9.

FECHINE, Yvana. **Televisão e Presença – uma abordagem semiótica da transmissão direta**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

FECHINE, Yvana. TV social: contribuição para a delimitação do conceito. **Contracampo**, v.36, n.1, 2017, p. 81-90.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

FIALHO, Carlos; MIRANDA, Tatiana. Primeira página: jornais populares e identidade. **Confluências**, v. 11, n. 2, 2010, p. 153-165.

FIRMSTONE, Julie; COLEMAN, Stephen. Rethinking Local Communicative Spaces: implications of local digital media and citizen journalism for the role of Local Journalism in engaging citizens. In: NIELSEN, Rasmus. **Local Journalism: the decline of newspapers and the rise of digital media**. New York, London: I.B. Tauris, 2015.

FONTCUBERTA, Mar. Temário. In: FONTCUBERTA, Mar; BORRAT, Héctor. **Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción**. Buenos Aires: La Crujía ediciones, 2006.

FRAGOSO, Suely. Reflexões sobre a convergência midiática. **Líbero**, São Paulo, v. 8, 2006, p. 17-21.

FRANKLIN, Bob (org). **Local Journalism and Local Media: Making local news**. Abingdon: Routledge, 2006.

FRAZÃO, Samira; BRASIL, Antônio. A participação do telespectador na produção da notícia em telejornal. **Brazilian Journalism Research**, v.9. 2013, p. 112-129.

GALTUNG, Johan; RUGE, Marie. The structure of foreign news. **Journal of International Peace Research**, 1965.

GANS, Herbert. **Deciding what's news**. New York: Vintage Books, 1979

GANS, Herbert. **Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time**. Evanston: Northwestern University Press, 2004.

GARCIA, Xosé Lopes. Repensar o jornalismo de proximidade para fixar os media locais na sociedade glocal. **Comunicação e Sociedade**, v. 4, 2002, p. 199-206.

GAZETA. **Rede de Valores 2016-2017**. Vitória: Rede Gazeta, 2016.

GLOBO. Memória Globo: Jornal Nacional. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional.htm>>. Acesso em: 14 nov. 2018.

GLOBOa. Memória Globo: MGTV. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/mgtv/mais-destaque-para-o-interior-mineiro.htm>>. Acesso em 28 ago 2018.

GLOBOb. Jornal das Sete. Disponível em: <www.memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-das-sete.htm>. Acesso em 29 ago. 2018.

GLOBOc. RJTV. Disponível em: <www.memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/rjtv.htm><www.memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/rjtv/rjtv-primeiros-anos.htm>. Acesso em 29 ago. 2018.

GLOBOd. 2011. Princípios editoriais das Organizações Globo. Disponível em <<http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.pdf>>. Acesso em: 8 jul. 2018.

GLOBOe. TV Integração Juiz de Fora. Disponível em: <<https://negocios8.redeglobo.com.br/Paginas/Exibidoras.aspx?e=91>>. Acesso em 16 jun 2019.

GOLDING, Peter.; ELLIOT, Philip. **Making the news**. London: Longman, 1979.

GOLDING, Peter; ELLIOT, Philip. News Values and News Production. In: MARRIS, Paul; THORNHAM, Susan (orgs). **News Values and News Production**. New York: New York University Press, 2000, p. 632-644.

GOMES, Adriano. **O radiojornalismo em tempos de internet**. Natal: EDUFRN, 2017. 75 p.

GOMES, Itania. Quem o Jornal do SBT pensa que somos? Modo de endereçamento no telejornalismo show. **Revista FAMECOS**, n. 25, 2004, p. 85-98.

GOMES, Itania. Telejornalismo de Qualidade. Pressupostos teórico-metodológicos para análise. **E-Compós**, Brasília, v.6, 2006, p. 1-22.

GOMES, Itania. Metodologia de Análise de Telejornalismo. In: GOMES, Itania (Org.). **Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo**. - Salvador : EDUFBA, 2011, p. 17-48.

GRIPSURD, Jostein. Television broadcasting, flow: key metaphors in TV theory. In. GERAGHTY, C.; LUSTED, D. (orgs). **The television studies book**. Londres: Arnold. 1998, pp. 17-32

GRUPILLO, Aline. Hoje tem mundo cão? Tem sim, senhor! O sensacionalismo como estratégia comercial no telejornal SBT Rio. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2016.

GUTMANN, Juliana. **Formas do telejornal: um estudo das articulações entre valores jornalísticos e linguagem televisiva**. Salvador, BA. Tese de Doutorado. Universidade Federal da Bahia, 2012, 270 f.

GUTSCHE, Robert; HESS, Kristy. **Geographies of journalism: The Imaginative Power of Place in Making Digital News**. Abingdon: Routledge, 2019.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública. Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais.** Petrópolis: Vozes, 2000, p. 103-133.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 12ª ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

HARCUP, Tony; O'NEILL, Deirdre. **What Is News? Galtung and Ruge revisited.** *Journalism Studies*, v.2, 2001, p. 261-280

HESS, Kristy. **Breakin Boundaries.** *Digital Journalism*, 2013, p. 48-63.

HESS, Kristy. Making connections: mediated social capital and the small-town press. **Journalism Studies**, vol. 16, n.4, 2015, p. 482-496.

HESS, Kristy; WALLER, Lisa. **Local journalism in a digital world.** London, Palgrave, 2017. 234 p.

HILL, Annette. **Restyling Factual TV.** London/New York: Routledge, 2007.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. **Dialética do Esclarecimento.** Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/c62c9d551093e4b8e9d9810a6d3bafff.pdf>. Acesso em 01 set. 2018.

IHITZ, Gretchen. CUNHA, Ricardo. TV Sul Programas: Fragmentos Sobre a História da Televisão no Rio Grande do Sul. In: XXXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2017.

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Chefia de família, 2015. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/retrato/indicadores_chefia_familia.html> . Acesso em 17 jun 2019.

ITATIAIA. Rádio Três Marias é a mais nova emissora da Rede Itasat. Belo Horizonte, 2016. Disponível em: <www.itatiaia.com.br/noticia/radio-tres-marias-e-a-mais-nova-emissora-da-rede-itasat>. Acesso em 17 ago. 2018.

IVC - Instituto Verificador de Comunicação. Estudo de Regionalização e Tecnologias nos Websites e Jornais auditados pelo IVC. Disponível em: <https://sag.ivicbrasil.org.br/conteudos/pesquisas_estudos/White_Paper_V2.pdf>. Acesso em 16 ago. 2018.

JANOWITZ, Morris. **The community press in a urban setting: the social elements of urbanism.** Chicago: University of Chicago Press, 1967.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 3ª ed. São Paulo: Aleph, 2015.

JORNAL DO BRASIL. Boni modifica os telejornais. Disponível em: <<http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/mostraregistro.asp?CodRegistro=8617&PageNo=1>>. Acesso em 17 ago. 2018.

JOST, François. Pode-se falar de televisão cultural? (conferência). **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 23, 2010, p. 5-19.

JUNIOR, Walter. Mídia social conectada: produção colaborativa de informação de relevância social em ambiente tecnológico digital. **Líbero**, v.12, n.24, 2009, p.95-106.

- KISCHINHEVSKY, Marcelo. Notas para uma economia política do radiojornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 6, 2010, p. 70-82.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 9, 2012, p. 136-149.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. 4ª ed. Florianópolis: Insular, 2012
- LAUTERER, Jock. **Community journalism: relentlessly local**. University of North Carolina Press, Chapel Hill, 2006.
- LEAL, Bruno. Do corpo como texto: na mídia, na rua. **Revista Fronteiras (UNISINOS)**, v. 8, 2006, p. 144-151.
- LEAL, Bruno. Telejornalismo e autenticação do real. **E-Compós**, v. 11, 2008, p. 1-13.
- LEAL, Bruno. Crimes de proximidade e modos de aproximação: fronteiras narrativas. In: M. MARTINS, M. CORREIA, E. ANTUNES, P. VAZ (orgs.). **Figurações da morte nos mídia e na cultura: entre o estranho e o familiar**. Braga: Centro de Estudos Comunicação e Sociedade, 2016, p. 19-32.
- LEAL, Bruno. LOURES, Pedro. As favelas nas intrigas do telejornal: o caso do Parceiros do MGTV. **Fronteiras**, v. 20, p. 52-66, 2018.
- LEAL, Bruno; VALLE, Flávio. O telejornalismo entre a paleo e a neotevê. *Contemporanea*, v. 6, n.1, 2008, p. 1-13.
- LOPES, Ivonete. **TVs Educativas catarinenses: relações entre política, mercado e sociedade civil**. Niterói, RJ. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal Fluminense, 2010, 187 p.
- LOPES, Maria Immacolata. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 26, 2003.
- MARCHELLI, Paulo. As minorias alfabetizadas no final do período colonial e sua transição para o império: um estudo sobre a história social e educação no Brasil. **Educação Unisinos**, v. 10, n.3, São Leopoldo: Unisinos, 2006.
- MAROCCO, Beatriz. Os acontecimentos em curso, o jornalismo e os saberes subjugados. In: VOGEL, Daisi. MEDITCH, Eduardo. SILVA, Gislene. (orgs). **Jornalismo e acontecimento: tramas conceituais**. V.4. Florianópolis: Insular, 2013.
- MARTINO, Luís Mauro. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis: Vozes, 2015.
- MATA, Jhonatan. Políticas do afeto e performances do gosto: sobre o conceito de “amador” no audiovisual. **Vozes & Diálogo**, v.15, n.2, 2016, p.56-73.
- MATTOS, Sérgio. **Um perfil da TV brasileira**. Salvador: A Tarde, 1990.
- MCLUHAN, Marshall. **Understanding Media: the extensions of man**. Cambridge: The MIT Press, 1994.
- MCTIC. Meta é concluir a migração de rádios AM para FM até 2020, diz ministro. Disponível em: <www.mctic.gov.br/mctic/opencms/salaImprensa/noticias/arquivos/2017/09/Meta_e_concluirea_migracao_de_radios_AM_para_FM_ate_2020_dizministro.html>. Acesso em 01 set. 2018.

MCTICa. Sinal analógico será desligado em mais quatro capitais nesta terça-feira (14). Disponível em: <https://www.mctic.gov.br/mctic/opencms/salaImprensa/noticias/arquivos/2018/08/Sinal_analogico_sera_desligado_em_mais_quatro_capitais_nesta_tercafeira_14.html>. Acesso em 01 set. 2018.

MÉDOLA, Ana Sílvia; SILVA, Elissa. Segunda tela e a reconfiguração das práticas comunicacionais no processo de fruição de televisão. **FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 22, n. 1, 2015, p. 145-164.

MENCHER, M. **News: reporting and writing**. New York: McGraw Hill, 2010.

MG InterTV Grande Minas. MG Primeira Edição. Disponível em <<https://globoplay.globo.com/mg-inter-tv-1a-edicao-grande-minas/p/7164/>>. Acesso em 22 jan. 2019.

MG InterTV Vales de Minas Gerais. MG Primeira Edição. Disponível em <<http://g1.globo.com/mg/vales-mg/mgintertv-1edicao/videos/>>. Acesso em: 22 jan. 2019.

MG Triângulo Mineiro. MG Primeira Edição. Disponível em: <<http://g1.globo.com/minas-gerais/triangulo-mineiro/mgtv-1edicao/videos/>>. Acesso em: 22 jan. 2019.

MGTV Zona da Mata e Campo das Vertentes. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/7690436/programa/>>. Acesso em 23 jun. 2019.

MORAES, Dênis; RAMONET, Ignacio; SETTANO, Pascual. **Mídia, Poder e Contrapoder: da concentração monopólica à democratização da comunicação**. Rio de Janeiro: Boitempo Editorial, 2013.

MUSSE, Christina. A hora é notícia: reflexões sobre o telejornalismo mineiro na década de 60. VII Encontro Nacional de História da Mídia, Fortaleza, 2009. In.: **Anais...** Fortaleza: ALCAR, 2009.

MUSSE, Christina; THOMÉ, Cláudia. 2015. Um milhão de amigos no 'RJTV': o telespectador como produtor de conteúdo pelos aplicativos WhatsApp e Viber. **Sessões do Imaginário** (Online), 2015, n. 20, p. 01-09.

NIELSEN, Rasmus. **Local Journalism: the decline of newspapers and the rise of digital media**. New York, London: I.B. Tauris, 2015.

OLEGÁRIO, Leandro. Quem tem voz no Jornal da TVE 2ª Edição: uma análise da rotina de produção na emissora pública do Rio Grande do Sul. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2015.

OLIVEIRA FILHO, José Tarcísio. **Qualidade no telejornalismo: parâmetros para avaliação em emissoras públicas e comerciais**. Dissertação (mestrado acadêmico). Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2016, 227f.

OLIVEIRA FILHO, José Tarcísio. Proximidade em programas televisivos: perspectivas no telejornalismo local e regional. In: XXVII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), 2018, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: Compós, 2018.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

ORTRIWANO, Gisela. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. **Revista USP**, São Paulo, n.56, p. 66-85, dezembro/fevereiro 2002-2003.

PACHECO, Verônica. Porque a Rádio AM é tão importante. Disponível em: <<https://www.abert.org.br/web/index.php/impreartigos/item/23182-porque-a-radio-am-e-tao-importante>>. Acesso em 27 ago. 2018.

PAIVA, Raquel. Jornalismo comunitário: uma reinterpretação da mídia (pela construção de um jornalismo pragmático e não dogmático). **Revista FAMECOS**, n.30, 2006.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. 2ª edição. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. 2ª edição. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

PALACIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PEREIRA, Ariane. PIETA, Amanda. O argentino e o paraguaio nos telejornais brasileiros da RPCTV Cataratas: ressignificando as identidades de fronteira. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2016.

PEREIRA, Milton. Televisão e jornalismo: a história do telejornalismo no Norte do Paraná. **UNOPAR Científica**, Londrina, v.6, n. 1, p. 47-51, 2005.

PERES, A. C. Narrar o outro: notas sobre a centralidade do testemunho para as narrativas jornalísticas. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 31, 2016, p. 92-104

PERUZZO, Cicilia. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, 2005, p.67-84.

PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA 2016. Disponível em: <www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>. Acesso em 03/07/2018.

POSTMAN, Neil. The information age: A Blessing or a Curse?. **The Harvard International Journal of Press and Politics**, n.9, v.3, 2004, p. 3-10.

PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Belo Horizonte, MG. Tese de doutorado. Universidade Federal de Minas Gerais, 2008, 395 p.

QUERÉ, Louis. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajectos – Revista de Comunicação, Cultura e Educação**. Lisboa, n.6, 2005.

QUERÉ, L. Entre fait et sens, la dualité de l'événement. **Réseaux**, n. 139, v.5, 2006, p. 183-218.

RADIOTUBE. Disponível em: <<https://www.radiotube.org.br/>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

- RAMOS, Everardo. Origens da imprensa ilustrada brasileira (1820-1850): imagens esquecidas, imagens desprezadas. **Revista Escritos**, ano 3, n. 3., Rio de Janeiro: Fundação Casa Rui Barbosa, 2009.
- RAMOS, Roberto. Aqui, agora: poder e mito. **Famecos**, n.9, 1998, p. 111-117.
- READER, William., HATCHER, John. **Foundations of Community Journalism**. Sage, Thousand Oaks: CA, 2012.
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- RINCÓN, Omar. Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, cidadanizar, experimentar. **Comunicar**, v.128, N. 36, 2011, p. 43-50.
- ROCHA, Liana. SOARES, Sérgio. ARAÚJO, Valmir. Abrangências locais no jornalismo online do Tocantins. **Comunicação & Inovação**, v. 15, n. 29, 2014.
- SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das Mídias**. São Paulo: Razão Social, 1992.
- SANTANA, Mayara. TEMER, Ana Carolina. Na Edição de Hoje – A Educação nos Telejornais Goianos: uma análise do JA 1ª Edição e do Jornal do Meio Dia. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2015.
- SAVENHAGO, Igor. **Jornalismo regional: estratégias de sobrevivência em meio às transformações da imprensa**. Jundiaí: Paco Editorial, 2012.
- SCHNEIDER, Jens. Discursos simbólicos e símbolos discursivos: considerações sobre a etnografia da identidade nacional. **Revista Mana**, v.10, n.1. Rio de Janeiro, 2004.
- SCHUDSON, Michael. **Descobrimos a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Tradução de Denise Duarte. Petrópolis: Vozes, 2010.
- SCOLARI, Carlos (org.). **Ecología de los medios: entornos evoluciones e interpretaciones**. Barcelona: Gedisa Editorial, 2015.
- SETUR - Secretaria de Turismo do Espírito Santo. Pesquisa de demanda turística Verão 2017. Disponível em: <https://observatoriodoturismo.es.gov.br/Media/observatorio/Pesquisas/Temporada%20de%20Verao/Pesquisa_de_Demanda_Turistica_da_Temporada_de_Verao_2017.pdf>. Acesso em 16 jun 2019.
- SHOEMAKER, P.; LEE, J.; GANG, K.; COHEN, A. Proximity and scope as new values. In: DEVEREAUX, E. (org.). **Media Studies: Key issues and debates**. London: Sage, 2007, p. 231-248.
- SIGILIANO, Daiana; BORGES, Gabriela. The X-Files: uma análise das estratégias de social TV do perfil @thexfiles. **Comunicação, mídia e consumo** (online), v. 14, 2017, p. 68-89.
- SILVA, Edna. Nas imagens da memória: a influência do cinejornalismo e da rádio na primeira fase do telejornalismo brasileiro. In.: Anuário Internacional de Comunicação Lusófona. Disponível em: <<http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/anuario/article/view/809/728>>. Acesso em 24 ago. 2018.
- SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. V.2, n. 1, 2005, p. 95-107.

- SILVA, Tomaz. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 73-102.
- SISONKE, Msimang. **Always another country: a memoir of exile and home**. Melbourne: Text Publishing, 2018.
- SODRÉ, Muniz. **A narração do fato. Notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Comunicação regional e local na Europa Ocidental: situação geral e os casos português e galego**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-comunicacao-regional-na-europa-occidental.pdf>>. Acesso em: 07 mai. 2018.
- SOUZA, Carlos Aronchi. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. 2 ed. (versão eletrônica). São Paulo: Summus, 2015.
- TAIT, Richard. What future for regional television news. In: FRANKLIN, Bob (org). **Local Journalism and Local Media: Making local news**. Abingdon: Routledge, 2006.
- TEIXEIRA, Luciano. O internauta como jornalista cidadão na TV: um olhar crítico sobre a o uso de redes sociais dentro do novo formato do telejornal SP1 da Rede Globo. In: XXXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2017.
- TELLAROLI, Tais. Atualização de notícias em dois portais locais de informação de Campo Grande, MS. **Rastros (Joinville)**, v.7, 2006.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, v.1, 2004.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, Volume II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008.
- TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. São Paulo: DIFEL, 1983.
- UOL. Supremo libera a volta do programa internet para todos. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/07/supremo-libera-a-volta-do-programa-internet-para-todos.shtml>>. Acesso em 27/08/2018.
- UOLa. Após 34 anos, Globo muda nome de telejornais e adota tarja com manchetes. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/apos-34-anos-globo-muda-nome-de-telejornais-e-adota-tarjas-com-manchetes-14991>>. Acesso em: 03 set. 2018.
- UOLb. SPTV completa 30 anos com audiência em queda. Folha de S. Paulo, 2013. Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/1211790-sptv-completa-30-anos-com-audiencia-em-queda.shtml>>. Acesso em 26 de fev. 2019.
- VARGAS, Renata. **A queda da bancada e as mudanças na cena de apresentação dos telejornais: em busca da identidade e aproximação com o telespectador - uma análise do MGTV Primeira Edição**. Juiz de Fora, MG. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Juiz de Fora, 2013, 233 f.
- VARGASa, Renata. A queda da bancada: quando o noticiário põe abaixo a barreira entre o telejornal e o espectador. **CES Revista**, v.27, n.1, 2013, p.131-148.
- VERÓN, Eliseo. **El cuerpo de las imágenes**. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2001.

VIDALES, N., RUBIO, L. & TORRICO, D. Regional news in Spain: national radio and television and their contribution to the image of Spains autonomous communities. **Revista Latina de Comunicación Social**, vol. 72, 2017, p. 649-666.

VILAS BÔAS, Valéria. **Contar não é o mesmo que viver: jornalismo e subjetividade na atuação do repórter na televisão brasileira contemporânea**. Salvador, BA. Tese de Doutorado. Universidade Federal da Bahia, 2018, 370 f.

VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; MOTA, Célia (orgs.). **Telejornalismo: a nova praça pública**. Florianópolis: Editora Insular, 2006.

WILLIAMS, Reymond. **Televisão: tecnologia e forma cultural** [Livro Digital]. Trad. Márcio Serelle; Mário F. I. Viggiano. 1ª ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 2016.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes: 2003.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 7-72.

ZELIZER, Barbie. Where is the Author in American TV News: On the Construction and Presentation of Proximity, Authorship, and Journalistic Authority. **Semiotica**, n.80, v.2, 1990, p. 37–48.

ZUCOLOTO, Valci. As transformações da notícia de rádio na fase pós-televisão. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 1, n. 1. Florianópolis: UFSC, 2004, p. 34-45.

GLOSSÁRIO

Área de cobertura: área geográfica, compreendida por regiões e/ou cidades, onde são realizadas as atividades jornalísticas de uma emissora.

Arte: recurso gráfico que se propõe a promover maior didatismo à notícia, como mapas, infográficos, painel e reconstituições. Alguns quadros temáticos e institucionais são integralmente produzidos em arte gráfica, como o *Tome Nota*, do *MGTV* da Zona da Mata e Campo das Vertentes.

Audiotape: inserção do áudio do repórter sobre uma arte, geralmente um mapa que mostra a localização. É inserido no telejornal quando não há tempo de editar o material bruto ou quando a equipe de reportagem está no local do acontecimento.

BG: corresponde à abreviação de *background*. Representa a captura externa e inclusão do som ambiente numa reportagem.

Cabeça: corresponde a chamada lida pelo apresentador antes de uma matéria ou vivo. Introduz o telespectador acerca do assunto que será abordado. Também é conhecida por “cabeça da reportagem” ou “cabeça do vivo”.

Créditos: se insere em diversos momentos do telejornal por meio de caracteres, como na identificação dos jornalistas, cinegrafistas, produtores, fontes e local da reportagem ou do vivo. No final do telejornal é listado os nomes dos membros da equipe que atuam nos bastidores e na frente das câmeras.

Cidade-sede: refere ao município onde o estúdio principal das emissora está instalado. Geralmente corresponde à cidade-polo da região de cobertura.

Edição: consiste na articulação de imagens, sons e gráficos por meio de um *software* (edição não-linear) ou de equipamentos analógicos (edição linear). Também se refere ao ato de modificar/manipular uma imagem/som.

Entrevista: pode ser um formato dentro do telejornal, como o caso do quadro *MGTV Responde*, ou quando inserida na reportagem é chamada de sonora. Há estudos que investigam a entrevista enquanto formato cultural.

Escalada: parte inicial do telejornal em que são apresentados, de forma prévia e rápida, os assuntos da edição. É conduzido pelo apresentador e pode conter *teasers* e sonoras.

Espelho: compreende a organização do telejornal num sistema, indicando a ordem das matérias, os formatos, as cabeças, as notas e os blocos.

Nota coberta: é um formato informativo composto por imagens e locução do repórter ou apresentador em off.

Nota pé: texto lido pelo apresentador logo após a exibição de uma reportagem. É comum atualizar alguma informação exibida na reportagem, conceder o serviço ou falar a versão das pessoas que não deram entrevistas na matéria.

Nota seca: é um formato informativo básico, em que o apresentador do telejornal lê determinada informação olhando para a câmera.

Off: é a locução do repórter na reportagem. Também pode ser a locução do apresentador no caso de uma nota coberta ou arte. No jornalismo, a expressão “em off” também pode significar a informação concedida em anonimato (*off the record*).

Outro lado: representa a versão das pessoas/instituições que foram citadas numa notícia ou que são responsáveis por solucionar algum problema social/estrutural.

Panorâmica: corresponde a uma imagem ampla e em enquadramento aberto, geralmente é capturada de um ponto alto. Pode ou não ter movimento.

Passagem: parte em que o repórter aparece na reportagem falando (e olhando) para a câmera. Pode ser participativa quando interage com o ambiente.

Passagem de bloco: antecede o intervalo. Geralmente são ditas as prévias dos assuntos que serão abordados no bloco seguinte. É acompanhado de trilha sonora e da vinheta do telejornal.

Plano aberto/geral: é o enquadramento de câmera que mostra uma imagem mais geral, como os corpos e o estúdio inteiros.

Plano americano: é um enquadramento de câmera que delimita o corpo do jornalista e dos entrevistados dos joelhos para cima.

Plano fechado: é o enquadramento de câmera que foca no rosto e no ombro para cima.

Plano médio: é mais limitado do que o plano americano e mais amplo que o plano fechado. Normalmente enquadra o corpo do jornalista da cintura para cima.

Plano sequência: consiste numa sucessão espaço-temporal guiada pela figura constante do repórter em que pese menos a edição. Pode ser realizado inteiramente numa só tomada.

Praça 1: telejornais regionais exibidos na hora da almoço produzidos pela TV Globo ou suas afiliadas.

Quadro temático: são quadros, geralmente institucionais, que lidam com algum assunto específico. Podem ser temporários ou permanentes. A previsão do tempo é um exemplo.

Reportagem: é um formato informativo composto, em sua forma mais comum, por sonoras, passagem do repórter e off. Há formatos diferenciados em que o repórter não aparece e que há maior valorização das sonoras. Também pode ter inserção de artes, fotos e vídeos amadores.

Script: é o cronograma detalhado do noticiário. Também conhecido como espelho.

Sobe som: é um recurso de edição que valoriza o som captado no ambiente ou uma trilha sonora. É comum que seja intercalado com os *offs* do repórter e as sonoras.

Sonora: é a entrevista no contexto da reportagem. Geralmente é editada e costuma ser precedida/sucedida pelo off e/ou passagem do repórter.

Sonora avulsa: quando uma sonora é exibida no telejornal de forma isolada, fora de uma reportagem. Geralmente é contextualizada com uma cabeça lida pelo apresentador.

Stand-up: formato informativo que consiste na figura do repórter e, na maioria dos casos, de um (ou mais) entrevistado (s). É semelhante ao vivo, mas gravado. É comum terminar com a assinatura do repórter que inclui seu nome, local de gravação e noticiário para qual reporta.

Suite: prática de incluir numa reportagem algum acontecimento jornalístico exibido numa edição passada do telejornal. Também é reconhecida como arquivo.

Teaser: prévia de algum assunto gravada pelo repórter no local onde a reportagem foi produzida. É inserido na escalada ou na passagem de bloco. Pode ser feito ao vivo.

Telejornal: é considerado por alguns autores como um subgênero (GOMES, 2006) em que são articulados os formatos noticiosos, como reportagens, entrevistas, vivo e *stand-up*. Geralmente ocorre na transmissão direta e faz uso do tempo presente.

Traveling: é o movimento harmonioso da câmera em relação a algum referente. Não se confunde com o *zoom*, em que não há necessariamente um movimento do equipamento no espaço.

Vinheta: inserção gráfica que demarca o início ou fim do bloco de um telejornal. Geralmente representa a identidade visual do noticiário e acompanha trilha sonora.

Vivo: formato informativo em que se estabelece o tempo simultâneo entre os espaços do estúdio e do exterior. Pode ser realizado por tecnologia microondas ou via internet, como o mochilink.

VT: abreviação de *videotape*. Apesar de não ser mais empregado para gravação e edição não-linear, o termo ainda é popularmente empregado na classe profissional para se referir ao material audiovisual que foi gravado e editado (e por vezes, exibido).

Zoom in: é a aproximação da imagem. Pode ser realizada na forma óptica pelo jogo de lentes da câmera, em que se preserva a qualidade, ou pela tecnologia digital – neste caso tanto pelo sistema da câmera quanto na edição não-linear.

Zoom out: se refere ao distanciamento da imagem. Também pode ser realizada no momento da captura da imagem como nos *software* de edição.