

Marcelo Pereira da Silva  
(Organizador)



# A Influência da Comunicação

**Marcelo Pereira da Silva**

(Organizador)

# A Influência da Comunicação

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora  
Copyright © Atena Editora  
Copyright do Texto © 2019 Os Autores  
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora  
Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira  
Diagramação: Karine Lima  
Edição de Arte: Lorena Prestes  
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

### **Conselho Editorial**

#### **Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Faria – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie di Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

### Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás  
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

### Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí  
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

<b>Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)</b>	
143	<p>A influência da comunicação [recurso eletrônico] / Organizador Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-684-3 DOI 10.22533/at.ed.843190710</p> <p>1. Comunicação – Pesquisa – Brasil. 2. Jornalismo. I. Silva, Marcelo Pereira da.</p> <p style="text-align: right;">CDD 303.48</p>
<b>Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422</b>	

Atena Editora  
Ponta Grossa – Paraná - Brasil  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
contato@atenaeditora.com.br

## APRESENTAÇÃO

A sociedade contemporânea se caracteriza pelo avanço de investigações e inquietações em busca – e em torno – da epistemologia da Comunicação, por meio de estudos de diversas áreas: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Marketing, Design, Produção Audiovisual, etc.

Sob o enfoque de campos teórico-metodológico-empíricos que evidenciam a complexidade da Comunicação e sua pluralidade investigativa, este livro coloca na ribalta a influência da Comunicação, tanto a de massa quanto a virtual, considerando-a como instituição social dotada de poder na qual/pela qual transitam discursos, emergentes formas de socialidade, de interatividade, diálogo, negociação, conflito e convivência.

Levamos em conta a onipresença generalizada da Comunicação, haja vista que sua necessidade confunde-se com o ar e faz surgirem diversas pesquisas acerca de seus efeitos e influências, tanto em nível de emissão como de recepção e circulação de sentidos.

Assim, esta obra reúne artigos de pesquisadores de diferentes regiões do Brasil, preocupados com o status da Comunicação e suas influências no contexto de uma sociedade midiaticizada na qual as redes/mídias, sejam de massa, sejam virtuais, ocupam um lugar central na consolidação da democracia, da participação, na ressignificação de práticas de ensino e na construção de um saber que traduza a complexidade do tecido social e responda às aporias do contemporâneo.

Abordamos a Influência da Comunicação por meio de 25 artigos divididos em 3 partes: A primeira engloba discussões a respeito da influência do Jornalismo em suas muitas nuances na sociedade contemporânea; a segunda envolve a influência do ensino, políticas públicas, Comunicação de marcas e participação social; a terceira abarca a influência da Comunicação no contexto das redes/mídias sociais da Internet

Este arcabouço de produções científicas problematiza os influxos do Jornalismo, do ensino e da prática das atividades/profissões da Comunicação e das Redes e Mídias Sociais digitais. Caracterizada pela inter/trans/multidisciplinaridade e proliferação de tecnologias disruptivas, a Comunicação, ontologicamente, tem como propósito fomentar a aproximação dos pontos de vista, produzindo respeito e tolerância; contrariamente, observamos certo alargamento do fetiche da visibilidade e o alastramento da incompreensão do mundo e do Outro.

Necessitamos renovar as condições teóricas, epistemológicas e práticas da Comunicação e do crucial laço social, tão frágil nas sociedades expostas aos fortes ventos da globalização, da midiaticização e do consumismo sem bússola.

(Re)conhecer a essencialidade e a influência da Comunicação para a sociedade, as organizações, os Estados-nação e os sujeitos, tornou-se *conditio sine qua non* para a paz no/do mundo e a redução das desigualdades econômicas, culturais e sociais, admitindo seus desafios e dificuldades, mas abraçando as oportunidades e esperanças que da Comunicação emanam.

Marcelo Pereira da Silva

## SUMÁRIO

<b>PARTE 1: A INFLUÊNCIA DO JORNALISMO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA</b>	
<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
A MULHER JORNALISTA NO CINEMA AMERICANO	
Beatriz dos Santos Viana	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907101</b>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>12</b>
RADIOJORNALISMO EM REDE: AS ADAPTAÇÕES DAS RÁDIOS BAND NEWS DIFUSORA E RIO MAR PÓS-MIGRAÇÃO DE AM PARA FM	
Edilene Mafra Mendes de Oliveira	
Gilson Vieira Monteiro	
Manoela Mendes Moura	
Elieana Monteiro de Jesus	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907102</b>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>25</b>
ANÁLISE DA COBERTURA DE PROBLEMAS AMBIENTAIS PELO JORNAL ONLINE “DIÁRIO DE PERNAMBUCO”	
Natascha Almeida Dantas	
Allan Soljenítsin Barreto Rodrigues	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907103</b>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>36</b>
PROXIMIDADE NO TELEJORNALISMO: PERSPECTIVAS DE ABORDAGEM NAS ESCALAS LOCAL E REGIONAL	
José Tarcísio da Silva Oliveira Filho	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907104</b>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>55</b>
A REVISTA WIRED COMO DISPOSITIVO: ANÁLISE INTERPRETATIVA DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO DISCURSO MIDIÁTICO	
Thalis Macedo Moura	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907105</b>	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>68</b>
“RAZÕES PARA ACREDITAR”: UMA ANÁLISE DOS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE DO PORTAL DE BOA NOTÍCIA	
Maria Clara Chagas de Menezes	
Mariana Fontenele Braga de Sena	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907106</b>	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>78</b>
ENTRECRUZAMENTOS DE NARRATIVAS HISTÓRICAS E FICCIONAIS: A DESILUSÃO DE HENFIL EM TANGA (1987)	
Márcia Neme Buzalaf	
<b>DOI 10.22533/at.ed.8431907107</b>	

**CAPÍTULO 8 ..... 87**

DEUS SALVE O REI E O GOVERNO BRASILEIRO: APROXIMAÇÕES ENTRE A FICÇÃO E A REALIDADE

Evelyn Iris Leite Morales Conde  
Fábio Mamoré Conde

**DOI 10.22533/at.ed.8431907108**

**PARTE 2: A INFLUÊNCIA DO ENSINO, POLÍTICAS PÚBLICAS, COMUNICAÇÃO DE MARCAS E PARTICIPAÇÃO**

**CAPÍTULO 9 ..... 99**

COMUNICAÇÃO DE RISCO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL: UMA PERSPECTIVA INCLUSIVA DE COMUNIDADES TRADICIONAIS EM PROCESSOS DE TOMADA DE DECISÃO NO RIO SÃO FRANCISCO

Michele Amorim Becker  
Sonia Aguiar Lopes

**DOI 10.22533/at.ed.8431907109**

**CAPÍTULO 10 ..... 111**

COMUNICAÇÃO DE MARCAS TERRITORIAIS: UM MODELO DE PARTICIPAÇÃO SOCIAL E DE CONSTRUÇÃO DE RELAÇÕES NO E COM O LUGAR

Patrícia Cerqueira Reis

**DOI 10.22533/at.ed.84319071010**

**CAPÍTULO 11 ..... 125**

DIFICULDADES NA APLICAÇÃO DO DESIGN THINKING PARA O DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS PUBLICITÁRIOS: UMA EXPERIÊNCIA EM SALA DE AULA

Amarinildo Osório de Souza  
Camilla Rosas Gomes  
Jhonatas Lima de Souza  
Melissa Lima Cabral

**DOI 10.22533/at.ed.84319071011**

**CAPÍTULO 12 ..... 141**

EDUCOMUNICAÇÃO, DISCIPLINA OPTATIVA NOS CURSOS DE LICENCIATURA DO IFCE – CAMPUS ACARÁU

Amaurícia Lopes Rocha Brandão

**DOI 10.22533/at.ed.84319071012**

**CAPÍTULO 13 ..... 153**

ELEMENTOS PARA A CONSTRUÇÃO DE POLÍTICAS DE ACESSO ABERTO PARA UNIVERSIDADES BRASILEIRAS

Ivanilma de Oliveira Gama  
Lidiane dos Santos Carvalho

**DOI 10.22533/at.ed.84319071013**

**CAPÍTULO 14 ..... 160**

MODERNIDADE LÍQUIDA: A ESTABILIDADE DOS SERVIDORES PÚBLICOS BRASILEIROS FRENTE ÀS INCERTEZAS DA PÓS-MODERNIDADE

Gustavo Freitas Pena Vieira  
Rose Mara Vidal de Souza

**DOI 10.22533/at.ed.84319071014**

**CAPÍTULO 15 ..... 173**

O MERCADO DA BIBLIODIVERSIDADE: UMA BREVE ANÁLISE DA DINÂMICA DE CAPITALS DAS EDITORAS PATUÁ E LOTE 42

Samara Mirian Coutinho

**DOI 10.22533/at.ed.84319071015**

**CAPÍTULO 16 ..... 185**

PODCAST ANTROPOFÁGICO: UMA PROPOSTA METODOLÓGICA PARA PRODUÇÕES SONORAS EM COMUNICAÇÃO

Luan Correia Cunha Santos  
Lisiane Machado Aguiar

**DOI 10.22533/at.ed.84319071016**

**CAPÍTULO 17 ..... 197**

O CINEMA E O DUPLO: ANÁLISE MIMÉTICA DO FILME MARINA

Bárbara dos Santos Oliveira  
Crislene Susane Fernandes Moreira  
Alexandre Bruno Gouveia Costa

**DOI 10.22533/at.ed.84319071017**

**CAPÍTULO 18 ..... 208**

OS FATORES PROJETUAIS DE CRIAÇÃO DA CAPA DO DISCO *CLUBE DA ESQUINA* (1972)

Valéria Nanci de Macêdo Santana

**DOI 10.22533/at.ed.84319071018**

**PARTE 3: A INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO E DAS REDES SOCIAIS DA INTERNET**

**CAPÍTULO 19 ..... 217**

CIRCULAÇÃO DE SENTIDOS NA CENOGRAFIA “FUI ENGANADO PELA EMPRESA!” – O DISCURSO DO CONSUMIDOR NO SITE DE REDE SOCIAL RECLAME AQUI

Marcelo Pereira da Silva

**DOI 10.22533/at.ed.84319071019**

**CAPÍTULO 20 ..... 230**

AS POTENCIALIDADES DA REDE SOCIAL NA ALAVANCAGEM DE EVENTOS ACADÊMICOS

Valéria Macedo  
Daniele Dantas  
Rodrigo Duarte Guedes  
Marcos do Couto Bezerra Cavalcanti

**DOI 10.22533/at.ed.84319071020**



<b>CAPÍTULO 21</b> .....	<b>243</b>
A COBERTURA JORNALÍSTICA DA IMPRENSA EM ÉPOCA DE NOVAS TECNOLOGIAS E ATIVISMO NAS REDES SOCIAIS	
Aline da Silva Novaes Vitória de Figueiredo Brandão Souza	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071021</b>	
<b>CAPÍTULO 22</b> .....	<b>252</b>
EVOcando CARTÕES POSTAIS NO INSTAGRAM: ESTUDO AUTOMATIZADO DE IMAGENS	
Tarcízio Silva Mariana Zanotti	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071022</b>	
<b>CAPÍTULO 23</b> .....	<b>266</b>
COMO OS BRASILEIROS PERCEBEM O INSTANTÂNEO ATRAVÉS DA EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA DA FOTOGRAFIA DIGITAL	
Beatriz Vieira e Silva	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071023</b>	
<b>CAPÍTULO 24</b> .....	<b>277</b>
REDES SOCIAIS NA INTERNET E A ECONOMIA ÉTNICA: BREVE ESTUDO SOBRE O AFROEMPREENDEDORISMO NO BRASIL	
Taís Oliveira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071024</b>	
<b>CAPÍTULO 25</b> .....	<b>290</b>
PERSPECTIVAS FOLKCOMUNICACIONAIS: UM OLHAR SOBRE LAMBADÃO E INTERATIVIDADE	
Aline Wendpap Nunes de Siqueira Joilson Francisco da Conceição	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071025</b>	
<b>CAPÍTULO 26</b> .....	<b>302</b>
SEMIÓTICA E MEMÉTICA NOS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO	
Eduardo Correa de Godoy Maria Clotilde Perez	
<b>DOI 10.22533/at.ed.84319071026</b>	
<b>SOBRE O ORGANIZADOR</b> .....	<b>314</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO</b> .....	<b>315</b>

## PROXIMIDADE NO TELEJORNALISMO: PERSPECTIVAS DE ABORDAGEM NAS ESCALAS LOCAL E REGIONAL

### **José Tarcísio da Silva Oliveira Filho**

Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, e-mail: jtarcisiofilho@gmail.com

**RESUMO:** Pesquisas que lidam com o telejornalismo local e regional recorrem à proximidade como forma de compreender e justificar o serviço de comunicação prestado pelos veículos, geralmente com vistas às estratégias praticadas para se tornarem mais próximos do território onde estão inseridos. Este trabalho faz um levantamento sobre os estudos que envolvem a proximidade na mídia televisiva regional e local propondo formas de enxergá-la através do telejornal, da audiência, do território e dos formatos empregados pelos noticiários. Uma análise em 165 vídeos de quatro programas informativos exibidos na hora do almoço, conhecidos como “Praça 1”, de afiliadas da Rede Globo do interior de Minas Gerais demonstrou que a criação de quadros específicos e de canais de colaboração tem se tornado frequentes como estratégias de proximidade, mas não é possível afirmar que tais recursos tem contribuído para o aumento da qualidade da informação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Telejornalismo. Proximidade. MGTV.

### PROXIMITY IN TV NEWS: PERSPECTIVES IN LOCAL AND REGIONAL SCALES

**ABSTRACT:** Research that deals with local and regional television journalism refers to the proximity as a way of understanding and justifying the communication service provided by vehicles, usually with a view to the strategies practiced to become closer to the space where they are inserted. This work surveys the studies that involve proximity in the regional and local television media, proposing ways of seeing it through the newscast, the audience, the territory and the formats used by the news programs. An analysis of 165 videos from four lunchtime news programs known as “Praça 1” of Rede Globo affiliates in the interior of Minas Gerais state showed that the creation of specific format and collaboration channels have become frequent as proximity strategies, but it is not possible to say that such resources have contributed to the increase of information quality.

**KEYWORDS:** TV Journalism. Proximity. MGTV.

### 1 | INTRODUÇÃO

No primeiro dia de 2018 começava simultaneamente, de norte a sul do Brasil, os chamados “Praça 1” da Rede Globo – telejornais regionais produzidos por afiliadas ou pela própria TV Globo, com início ao meio dia.

No Rio de Janeiro, a apresentadora (interina) do RJTV, Silvana Ramiro, dizia ao fim da escalada: “então vamos juntos nesse primeiro RJTV de 2018”. Logo após, já ao vivo, emendava: “Boa tarde pra você, um ótimo 2018, que bom estar começando com você, nesse primeiro dia de 2018!”. No estado vizinho, em Minas Gerais, na cidade de Uberaba, Livia Zanolini iniciava o MGTV com os seguintes dizeres: “Olá, muito boa tarde pra você que nos acompanha. Primeiro de janeiro de 2018. Um novo ano chegou e é muito bom ter você com a gente viu?! Eu vou logo te convidando a conferir o que tem na primeira edição de hoje”. Em São Paulo, não foi muito diferente. Enquanto eram exibidas imagens panorâmicas da capital paulista, o apresentador César Tralli dizia no estúdio:

Isso que é começo de ano novo, eim?! 2018 chega em plena segundona e a gente tem que engatar uma segunda pra tentar pegar no tranco, né?! Boa segunda pra você, muita paz no seu coração, muita saúde pra enfrentar os desafios da vida! Estamos aqui sempre juntos pra te servir o cardápio de notícias mais completo de São Paulo. [...] Olá, boa tarde! É uma alegria estar aqui com vocês! Chegou 2018 minha gente! (SPTV 1ª Ed., 1 de janeiro de 2018).

Apesar de parecer redundante, a fórmula para começar o novo ano é velha, empregada há anos e diariamente por telejornais locais e regionais: através de recursos que demonstram proximidade entre o telejornal e o seu público. Alguns mais evidentes, como a tentativa de demonstrar que os telespectadores são como passageiros dentro do ônibus “telejornal”. Talvez seja essa a forma mais compreensível de entender o corriqueiro uso de expressões como “vamos juntos” e “é uma alegria estar aqui com vocês”. Há ainda os recursos ligados aos aspectos simbólicos e culturais da sociedade onde os noticiários estão inseridos, como é o caso do SPTV, descrito acima, quando se coloca ênfase na dificuldade de começar o ano numa segunda-feira – dia da semana que acaba o período de descanso do final de semana e que dá início aos dias úteis, de trabalho.

Nota-se, assim, que aspectos ligados à proximidade, sejam eles simbólicos, linguísticos ou meramente a serviço dos interesses estratégicos de uma empresa de comunicação, fazem parte do dia a dia dos telejornais – e, de uma forma mais abrangente, dos programas de televisão. Nas narrativas ficcionais televisivas o caráter aberto é uma via de garantir que o enredo seja aceito pelos telespectadores, explicando, assim, mudanças repentinas no rumo da trama (BACCEGA, 2012; LOPES, 2003). Nas séries televisivas, a aproximação surge até mesmo na forma de como determinados ideais são ou não aceitos pela sociedade. Um exemplo recente é o distanciamento (e conseqüente repulsa) da audiência em torno das atitudes do ator Kevin Spacey, protagonista da série sobre a política norte-americana *House of Cards*, após acusações de abuso sexual que foram reveladas em 2017. A revelação tornou insustentável a manutenção do ator na trama, mesmo em sua última temporada pela Netflix. Na área do entretenimento, o carisma dos apresentadores, entre outros atributos, é um fator

preponderante para o sucesso dos programas. No Brasil, muitos deles estampam logo no título o nome do apresentador, como “Programa Silvio Santos”, “Caldeirão do Huck”, “Xuxa Meneghel”, “Encontro com Fátima”, “Programa da Sabrina”, dentre outros.

Os exemplos demonstram como o termo proximidade é ao mesmo tempo “parte” dos programas televisivos, mas, por outro lado, carrega desafios em seus estudos, como a pluralidade de formas de emprego e de como emerge suas formas de visualização. Primeiramente, é preciso demarcar o que entendemos por proximidade. Para isso, recorreremos à perspectiva de Bruno Leal (2016), elaborada numa pesquisa voltada para questões ligadas à violência de gênero. Para o pesquisador, a questão da proximidade está menos voltada para a visão simples de espaço, como a delimitação geográfica. Além de incluir questões territoriais e identitárias, a proximidade 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 um lado pouco visto quando se aborda a proximidade: o outro. Assim, é preciso 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 ao autoconhecimento de quem vê, de quem é visto e do espaço social onde a comunicação se estabelece.

Para se aprofundar nessa discussão, acreditamos que o exercício de delimitação “para onde” enxergar a proximidade seja necessário para compreender o termo de forma mais concisa. Portanto, neste trabalho abordamos a construção da proximidade na televisão na especificidade dos programas jornalísticos de escalas local e regional<sup>1</sup> (AGUIAR, 2017), levantando algumas perspectivas teóricas e problematizações sobre o termo para identificar e propor possíveis caminhos para ver a proximidade nesses telejornais. Por fim, nos dedicamos, através de um olhar empírico em quatro telejornais “Praça 1” de Minas Gerais, a observar como a proximidade emerge no conteúdo informativo.

## 2 | PROXIMIDADE: PERSPECTIVAS E PROBLEMATIZAÇÕES

Não há como lidar com telejornais locais e regionais sem considerar o termo “proximidade”, até mesmo por ser considerado um “valor-notícia” do jornalismo. Sem muitas problematizações, Goding-Elliott (1979) diz que “as notícias são culturalmente próximas se se referem a eventos que pertencem à esfera normal de experiência

---

1 Alguns pesquisadores da área da Geografia da Comunicação, como Sônia Aguiar (2017), chamam atenção para o emprego correto da palavra escala na área da Comunicação. Em síntese, escala geográfica, que utilizamos nesse trabalho, ao contrário da escala cartográfica, diz respeito ao espaço real, incluindo variáveis culturais e sociais. Assim, quando falamos jornalismo de escala local, nos referimos à localidade específica em que ele está inserido em suas reais dimensões geográficas e socioculturais (AGUIAR, 2017).

dos jornalistas e do seu público” (GOLDING; ELLIOTT, 1979, p. 119). Mesmo mais evidente em eventos específicos, como é o caso os exemplos anteriormente citados sobre edições veiculadas no primeiro dia do ano, tal preceito faz parte da linha editorial desses programas que se posicionam como “próximos da comunidade”.

Pesquisadores portugueses têm debatido o tema oferecendo bons tensionamentos para o chamado “jornalismo de proximidade” – expressão que se refere ao conteúdo produzido por emissoras locais e regionais de Portugal. Carlos Camponez (2002, 2012) reafirma o caráter sociocultural da proximidade e põe em xeque o discurso de proximidade dos telejornais ao confrontá-lo com questões normativas do jornalismo. Em seu primeiro livro sobre o tema, publicado em 2002 e intitulado “Jornalismo de Proximidade”, afirmava que o jornalismo regional era definido a partir de um projeto editorial realizado numa comunidade que se reconhecia através de fatores culturais e identitários comuns. No entanto, em discussões recentes, impõe a dificuldade (e ambiguidade) do jornalismo em efetivar essa proposta de proximidade com a comunidade, já que historicamente os valores morais e normativos do jornalismo são baseados no distanciamento e no ideal de objetividade:

Estes valores instituíram-se como uma referência profissional nos órgãos de comunicação de massas, em detrimento de outras práticas – nomeadamente no jornalismo regional – geralmente consideradas mais amadoras, quando não mesmo secundarizadas em termos políticos e socioprofissionais. Assim, poder-se-á dizer que os valores do jornalismo regional estão, grosso modo, mais em linha com os princípios normativos, éticos e deontológicos do jornalismo mainstream do que propriamente de um jornalismo de proximidade, cujos contornos normativos estão ainda por definir (CAMPONEZ, 2012, p.37).

Essa relação pode ser vista nos “Praça 1” quando são colocados diante das políticas editoriais que norteiam os veículos (televisivos, impressos, radiofônicos e virtuais) do Grupo Globo. Se ao longo dos telejornais é comum ouvir expressões que demonstram proximidade, como “é muito bom ter você com a gente mais uma vez” (MGTV Uberlândia, 05 jan. 2018), nos Princípios Editoriais das Organizações Globo (2011), a isenção ocupa um dos três atributos da informação de qualidade, destacando que “o Grupo Globo é apartidário, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos” (GLOBO, 2011). Nota-se a presença da dicotomia entre proximidade e distanciamento, alvo do que faz Camponez (2012) chamar atenção para a necessidade da criação de uma ética da proximidade no jornalismo.

O autor afirma que a base dessa proposta está na reflexão acerca de preceitos relacionados à construção da proximidade entre os noticiários e o público, como “as implicações da proximidade e do distanciamento no que se refere ao dever de garantir ao público uma informação objetiva e verídica; as possibilidades e limites do envolvimento dos cidadãos no jornal e dos jornalistas na vida pública” (CAMPONEZ, 2012, p. 45). Verifica-se que Camponez traz uma abordagem voltada para a influência do jornalismo e das suas formas de proximidade na vida pública, questionando,

inclusive, “as possibilidades e os limites de intervenção dos media em causas públicas da sua região” (2012, p.45). Cicilia Peruzzo (2005), já no contexto brasileiro, atribui essa participação maior da mídia nos assuntos de uma comunidade à comunicação comunitária – um tipo de mídia local alternativa. Os cidadãos, “através de organizações da sociedade civil sem fins lucrativos, instituem processos de comunicação com vistas à mobilização social e à ampliação da cidadania” (PERUZZO, 2005, p.76).

Assim, o conceito de proximidade é visto como multifacetado, sendo que, no caso da mídia local e regional tradicional, “ele se refere aos laços originados pela familiaridade e pela singularidade de uma determinada região, que têm muito a ver com a questão do locus territorial<sup>2</sup>” (Ibidem, p.76). É preciso ressaltar que essa visão não cria uma dicotomia global/local. Alguns pesquisadores, entre eles Garcia (2002), abordam a perspectiva da “glocalidade” para compreender essa relação entre o global e o local/regional. Se, por um lado, a informação local e regional tem maior facilidade em se converter 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 chegam, 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). Na mesma linha de pensamento, Sônia Aguiar (2017), através de um levantamento feito em bibliografias estrangeiras, diz que “as tecnologias digitais oferecem oportunidades de ‘regionalizar’ o conteúdo jornalístico em suas diversas escalas geográficas, seguindo a lógica do que os pesquisadores portugueses, franceses e brasileiros chamam de ‘jornalismo de proximidade’” (AGUIAR, 2017, p. 15). Novamente, constata-se como a proximidade precisa de um espaço mais distante, ou um outro, como descreve Bruno Leal (2017), para que se fundamente e, conforme reiteram as organizações jornalísticas, justifique sua prática noticiosa e editorial.

Cabe ainda considerar os efeitos e desafios da proximidade característica da mídia local e regional nas práticas jornalísticas. Peruzzo (2005) elenca os laços políticos, o estreitamento das relações com as agências de comunicação, via *press-releases*, e a pouca estrutura dos veículos para a cobertura dos acontecimentos como ameaças à informação de qualidade<sup>3</sup>. Cabe ressaltar que tais desafios não são exclusivos do jornalismo desenvolvido por iniciativas privadas, mas também daquele

---

2 Locus territorial é explicado através da perspectiva de Jean-Marie Launay (apud Peruzzo, 2005, p.76). O autor diz que é na localização territorial e na territorialização dos seus conteúdos que a imprensa local encontra sua essência como mídia informativa local.

3 A discussão sobre a qualidade na TV é ampla e complexa. Abordamos a qualidade no jornalismo televisivo como sendo a informação alinhada com o interesse público, com efetiva participação da audiência, inclusive na veiculação do que é enviado pelo telespectador, comprometida com a geração da autonomia cidadã e pautada pela pluralidade de opiniões, fontes e abordagens (BECKER, 2013; OLIVEIRA FILHO, COUTINHO, 2017).

oriundo de meios alternativos, como descreve Beatriz Dornelles (2006) para a mídia comunitária. Isso acontece através da “venda de espaço publicitário, em substituição a um patrocínio ou doações da comunidade, uma direção centralizadora e o uso do meio visando benefícios pessoais, eleitoreiros, partidários, religiosos etc.” (2006, p.173). No entanto, apesar dos desafios elencados, o fato de ser um meio de comunicação próximo à comunidade é algo que auxilia a superar tais problemas. O fator comunitário “ajuda a construir uma prática social em que se desenvolvem aptidões associativas e solidárias [...] mediante uma interação baseada na proximidade, não necessariamente só de lugar, mas de interesses e identidades” (2006, p. 173).

Como se percebe nessa breve revisão sobre o jornalismo local e regional, a proximidade 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 que pretendemos abordar com maior profundidade a partir desse momento. Através de levantamento em pesquisas voltadas para eventos específicos, buscamos classificar a proximidade nos programas jornalísticos de TV (locais e regionais) em quatro categorias, que preferimos denominar como formas de enxergar ou ver a proximidade na tela da TV.

#### **a) 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 está presente em 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 RJTV (TV Globo/Rio de Janeiro), a audiência deixou de ser um mero “telespectador” para se tornar um potencial “produtor de conteúdo”. E 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” também é uma via para contornar os problemas oriundos da estrutura limitada (PERUZZO, 2005) da mídia local 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 veicular 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”. “A iniciativa divide opiniões: para uns, é considerada uma inovação no modo de produzir informação; já para outros, seria a precarização da mídia, no que diz respeito ao uso desses materiais e à sua qualidade” (FRAZÃO, BRASIL, 2013, p.114). No entanto, é inquestionável que a participação

mais efetiva da audiência no telejornal é um elo que cria mais 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, como slogans. O ESTV 1ª edição, telejornal local da TV Gazeta Sul, afiliada da Rede Globo no Espírito Santo, frequentemente enfatiza após a escalada: “o seu telejornal da hora do almoço”. Em outros casos os apresentadores recorrem a afetividades. Na edição do dia 5 de janeiro de 2018 do MGTV de Uberaba, no triângulo mineiro, a apresentadora diz: “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.

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, ainda que pelo consumo de jornalismo audiovisual fora da televisão (COUTINHO, MATA, 2013, p.397).

Apesar do foco em materiais exclusivos, a constatação dos autores demonstra uma prática cada vez mais comum no telejornalismo local: 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.

### **b) Proximidade telejornal – território**

A questão geográfica é constantemente discutida por autores que lidam com programas de TV locais e regionais. Primeiramente, tratam de mostrar que a ideia da proximidade como sendo apenas a questão da localização territorial é ultrapassada (AGUIAR, 2017; LEAL, 2017; PERUZZO, 2005). Assim, o estar inserido numa determinada região também diz respeito aos preceitos identitários e culturais do espaço para onde se fala. A partir dessa premissa conceitual, parte-se para outras questões, como a definição do que é local, regional, nacional e global. Utilizamos a concepção de Aguiar (2017) para classificar geograficamente os programas que tomamos nesse



estudo: noticiários inseridos em escalas regional e local, isto é, aqueles que noticiam acontecimentos sobre o lugar onde estão sediados (locais) e também sobre os municípios próximos (regionais).

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, como os Praça 1, 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”.

Apesar da ambiguidade entre o discurso empresarial e a prática efetiva do serviço jornalístico, é preciso também olhar as estratégias 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 geográfica. É o telejornal mostrando 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, onde não há qualquer interação com os indivíduos e o espaço relativo ao acontecimento social (QUERÉ, 2005).

Outro aspecto é a proximidade geográfica em seu vínculo com as raízes culturais e as tradições de uma comunidade, numa versão além do simples e genérico limite territorial. Barkin (1987), quando descreve as características da informação local, cita a perspectiva da “Comunidade como objeto de ligações pessoais próximas”. O autor norte-americano diz que através de 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). Essa afirmação está ligada 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 a própria comunidade, como séries televisivas sobre bairros específicos ou mesmo cidades que fazem parte da área de cobertura da emissora regional.

Numa dimensão macro, os slogans também podem carregar aspectos que envolvem o pertencimento da emissora a determinada região. A TV Alterosa de Minas Gerais utiliza 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!”. Hoje, também atuando em outros estados da região sul do Brasil, aposta num slogan mais abrangente, mas ainda com efeito de pertencimento: “A TV nos liga”. 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.

### **c) 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 pode ser vista como uma tentativa de humanizar os profissionais que levam (e trazem) as notícias da comunidade – com o intuito final de promover a identificação ou mesmo aproximação entre o telejornal e a audiência.

Apesar de ser um exemplo nacional, recorremos à fala de Bonner (2009) em sua “receita” para fazer o Jornal Nacional. A escolha dos “cabeças de redes”, como são chamados os repórteres responsáveis pela cobertura regional, é feita tendo em vista a familiaridade desses profissionais com os espectadores. Numa transcrição de uma fala do então diretor de Jornalismo e Esporte da TV Globo, Carlos Henrique Schroder, é dito que “aqueles profissionais que levam a notícia têm que ser... familiares. Têm de ser conhecidos e reconhecidos pelo telespectador [...] Você leva algum tempo para convidar alguém a ir para sua casa. É preciso que este alguém conquiste, antes, sua confiança” (SCHRODER, apud BONNER, 2009, p.46).

Nessa tentativa de construir a confiança com os telespectadores, são inúmeros os exemplos de jornalistas que se tornam mais íntimos do próprio telejornal onde atuam e, conseqüentemente, do público. Esses profissionais ocupam, por vezes, espaços que normalmente seriam dedicados a uma fonte anônima ou ao telespectador. Foi o caso do ESTV de Vitória, quando o apresentador do ESTV Primeira Edição, Philippe Lemos, foi acompanhado por um link de vivo enquanto pedalava pelas ruas da capital capixaba no Dia Mundial Sem Carro 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 andar sobre duas rodas numa cidade que carece de infraestrutura e ciclovias. A estratégia, assim, não tem tanto valor informativo, mas buscava estreitar os laços entre o noticiário e o jornalista – visto como a “cara” do ESTV primeira edição de Vitória. Outros exemplos desse tipo de aproximação entre jornalistas e telejornais, geralmente baseada numa relação que envolve carisma, podem ser vistos em programas de escala nacional como o antigo casal William Bonner e Fátima Bernardes no Jornal Nacional e a ex-dupla de bancada Sandra Annenberg e Evaristo Costa, no Jornal Hoje.

### **d) Proximidade formato – audiência**

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

entre outros.

Os quadros específicos geralmente convocam 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 RJTV, inspirou outros Praça 1 com reinvenções semelhantes<sup>4</sup>. No quadro, jovens da própria comunidade tornam-se repórteres e mostram problemas e realidades do espaço onde vivem. Beatriz Becker (2012) faz uma crítica ao “Parceiros”, demonstrando que segue padrão do jornalismo da emissora, mantém a visão estereotipada dos moradores e mantém a identidade difusa na televisão. 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 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).

Assim, “esse quadro torna a busca da aproximação com a audiência ainda mais expressiva, abrindo espaço para a produção de matérias de telespectadores” (2012, p.82). 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 RJTV. No entanto, como reforçou Becker (2012), o formato era um espaço da comunidade no telejornal, além de potencial gerador de formas de identificação.

Outros Praça 1 também apostam em formatos diferenciados para se aproximar da audiência. No nordeste, o NETV Primeira Edição (TV Globo com sede em Recife/Pernambuco) veicula desde 2009 o Calendário do NETV. Nele, o repórter vai até um bairro para mostrar o problema, 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”, marcado pela figura do calendário onde é anotada a data para resolver o problema. Quando o prazo vence, a equipe do NETV 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 é a Urna do ESTV, onde moradores de uma localidade são convocados por um período de tempo a depositarem na urna uma sugestão de matéria. A sugestão mais votada torna-se uma reportagem, com direito a vivo e apuração prévia do resultado, numa clara referencia a um processo eleitoral.

Outro quadro que tem se popularizado é o “VC no MGTV” – com a atenção de que

4 O MGTV de Uberaba e de Uberlândia (MG) criou o quadro Repórter Mirim, onde crianças fazem reportagens sobre tecnologia. O ESTV de Cachoeiro de Itapemirim (ES) chegou a criar um quadro semelhante ao “Parceiros do RJ” com a participação também de pessoas adultas, mas saiu do ar em 2012.

outros Praça 1 também tem sua versão regional. Nos MGTVs 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 exibidos pela participação dos cidadãos através da leitura da posição do órgão responsável, geralmente algum setor da prefeitura. No caso do MGTV de Belo Horizonte, ainda são lidas opiniões dos telespectadores que foram postadas no Twitter com *hashtag* #vcnomgtv. Os comentários aparecem num grande telão e comumente se referem a alguma matéria exibida no telejornal.

Apesar de esses recursos serem mais utilizados na última 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 está no lugar do acontecimento ou dando a informação mais atual. 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, Yvana Fechine também chama a atenção de que este espaço do 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).

Cabe ressaltar que as formas de olhar a proximidade que descrevemos para telejornais locais e regionais não é um esgotamento de possibilidades, mas sim, um ponto de partida e a tentativa de estabelecer um marco para pesquisas que lidem com programas informativos de TV em sua relação com questões ligadas à proximidade. Novas elaborações poderão ser visualizadas inclusive para atender às necessidades metodológicas e a interlocução com outras mídias, como aplicativos de smartphones, recursos da TV Digital (mesmo que ainda incipientes no Brasil) e a própria internet.

### **3 | A PROXIMIDADE NOS PRAÇA 1 DE MINAS GERAIS: UM OLHAR NA EMPÍRIA**

Considerando as perspectivas desenvolvidas, buscamos voltar os olhares para quatro telejornais regionais Praça 1 de Minas Gerais no intuito de verificar como lidam com a proximidade em suas edições diárias. São eles: MGTV Triângulo Mineiro<sup>5</sup> (Uberlândia/Uberaba), MG InterTV Vales de Minas Gerais (Governador Valadares), MG InterTV Grande Minas (Montes Claros) e EPTV Sul de Minas (Varginha). Em termos

---

5 Na região do Triângulo Mineiro existem dois telejornais Praça 1: o MGTV de Uberlândia e o MGTV de Uberaba – ambos produzidos pela mesma emissora, a TV Integração. Como os vídeos dos dois noticiários são postados numa mesma página no portal G1 e trazem notícias de uma mesma região (há constante trocas de matérias entre os dois jornalísticos), consideramos neste artigo, para efeitos metodológicos, como sendo apenas um telejornal (MGTV Triângulo Mineiro).

metodológicos, esse levantamento, realizado entre os dias 22 e 27 de janeiro de 2018, e de caráter exploratório, envolveu dois movimentos complementares. Num primeiro momento, foram coletados nos sites das emissoras sediados no portal G1 todos os 165 vídeos<sup>6</sup> das 6 (seis) edições dos telejornais, correspondendo a uma semana de exibição, já que os Praça 1 não vão ao ar aos domingos. Não foram consideradas matérias institucionais, como a campanha “Que Brasil você quer para o futuro?” e quadros de agenda de cinema e da previsão do tempo. Consideramos que tais VTs são genéricos em termos de localização, não permitindo um olhar claro para ver a proximidade estabelecida. Matérias de esporte também foram desconsideradas já que a forma como são apresentadas varia conforme o telejornal: enquanto alguns exibem como parte integrante do noticiário, em outros há o programa Globo Esporte local separado do Praça 1.

Numa segunda etapa, mapeou-se os aspectos ligados às estratégias para se estabelecer uma relação de proximidade, conforme as quatro perspectivas que foram desenvolvidas ao longo da pesquisa. A escolha dos telejornais de diferentes regiões geográficas de Minas foi proposital. Considerando que estão em localidades distintas, partimos da premissa de que, em tese, deveriam oferecer particularidades identitárias/culturais do espaço onde estão inseridos.

Em relação ao formato, todos os telejornais fazem o uso do vivo. No entanto, salvo algumas exceções, como MGTV Triângulo Mineiro de 24/01, 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 – excluindo assim a dimensão regional dos mesmos. 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, durante o MG 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 cobertura efetiva dos acontecimentos da região. Na figura abaixo (FIG. 1) buscamos comparar, entre a amostragem de 165 vídeos, três

---

6 . A opção em olhar para cada VT ao invés do telejornal completo é justificada pelo fato dos telejornais não serem postados na íntegra na internet, com exceção do MGTV Triângulo de Minas que, ainda assim, exige ser assinante do Portal G1 para ter acesso à esse formato de visualização.

grupos de matérias: 1) as produzidas nas cidades-sede das emissoras (incluindo as sucursais<sup>7</sup>); 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.

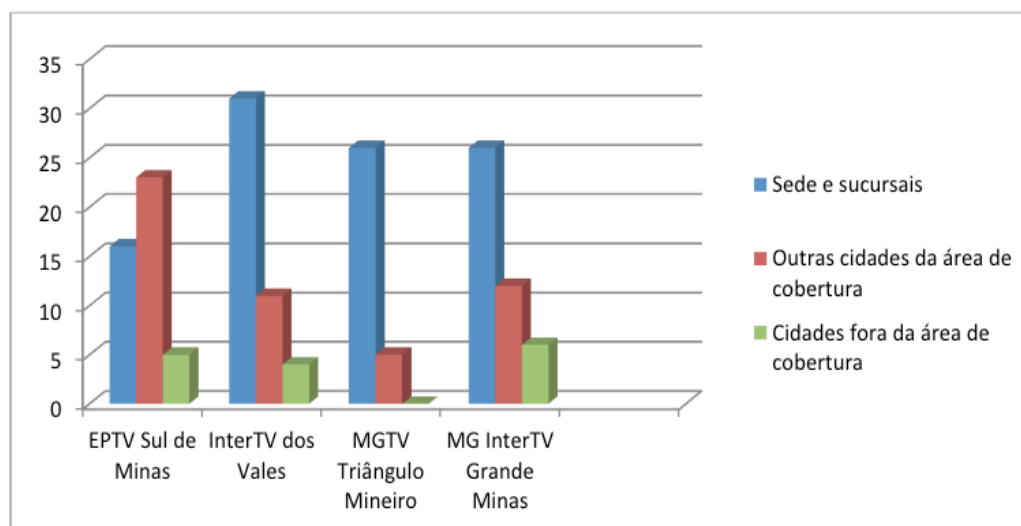


FIGURA 1 - O regional nos “Praça 1”: mapeamento da produção noticiosa

Fonte: do autor, 2018.

O que se percebe é que, com exceção do EPTV Sul de Minas, em todos os outros “Praça 1” há uma concentração excessiva de notícias das cidades-sede das emissoras. Assim, questiona-se o caráter regional das mesmas, já que se apresentam bastante localizadas.

Outra questão é que quase todos os telejornais exibem matérias “importadas” de outras afiliadas ou da própria TV Globo cujo tema possui relação com a região. Um exemplo foi visto no dia 25/01, quando o MG InterTV Grande Minas veiculou uma reportagem da TV Globo Minas (Belo Horizonte) que mostrava um balanço sobre os casos de febre amarela no estado. No entanto, podemos ainda questionar se o fato das imagens, das pessoas e dos casos abordadores serem todos da capital, não exclui de certa forma o caráter regional – mesmo que o tema também contemple o interior de 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. 2), apresentado por Fernando Kassab e gravado em São José do Rio Pardo (SP), foi exibido três vezes ao longo da semana analisada.

7 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); MGTV Triângulo de Minas: Uberaba e Uberlândia (sedes); MGTV Grande Minas: Montes Claros (sede).



FIGURA 2 – Quadro “Prato Fácil” de 27/01/2018, que mesmo gravado no Estado de São Paulo, é exibido no EPTV Sul de Minas.

Fonte: EPTV Sul de Minas, 2018.

Diante disso, questionamos 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 mais regional.

Acontecimentos de abrangência nacional também foram explorados em sua localidade, como no dia 24/01 no MGTV 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, Rio Grande do Sul. Ainda nesta forma de ver a proximidade, cabe um olhar sobre as personalidades e lideranças regionais, como elenca Barkin (1987). No dia 22/01, o MG InterTV Vales de Minas dedicou quatro minutos e nove segundos para falar da morte de um empresário conhecido na região. Já no dia 27/01, exibiu o quadro “Toca aí”, dedicado a apresentar ao público músicos regionais.

Em relação a outros quadros específicos, numa relação possível entre o formato e seu potencial de geração de proximidade, o MGTV Triângulo Mineiro possui o “MGTV Responde”. Um especialista é convidado para ir ao estúdio e responde perguntas enviadas pelos telespectadores. No caso do quadro exibido no dia 23/01, uma advogada de Uberaba respondeu questões sobre pensão alimentícia. Na primeira dúvida, a apresentadora Livia 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? (MGTV Triângulo Mineiro 1ª Ed., 24 jan. de 2018).

No entanto, cabe ressaltar 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, e consequente distanciamento, 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 mostrou-se mais regional. Das dez perguntas lidas pelo apresentador na edição do dia 24/01, três eram da cidade sede e do município que sedia a 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 um quadro chamado de “Blitz do MG InterTV”. Nele, repórteres percorrem bairros para mostrar problemas, geralmente de infraestrutura. No dia 24/01 o assunto era sobre um buraco num bairro de Governador Valadares. A proximidade da jornalista com a população foi grande: a repórter, através de gestos e contatos corporais, 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, como faziam os programas policiaiscos na década 90. 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 MGTV” (FIG. 3), também presente no MG InterTV Grande Minas, exibido de segunda à sexta-feira e típico exemplo da proximidade entre o telejornal e a audiência através da participação com envio de materiais visuais e audiovisuais.



FIGURA 3 – Frames do Quadro “VC no MGTV” veiculados pelo MG InterTV dos Vales de Minas e pelo MG InterTV Grande Minas, respectivamente. Nota-se a semelhança do formato entre os noticiários.

Fonte: MG InterTV dos Vales de Minas e MG InterTV Grande Minas, 2018.

Apesar da maior parte das participações exibidas no “VC no MGTV” serem de



moradores das cidades sede da emissora, nota-se que é relevante a exibição de problemas de outros municípios. No dia 22 de janeiro, foram exibidas três contribuições desse grupo. 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 NETV” que no MG InterTV Grande Minas passou a se chamar “Calendário do MG”, exibido no dia 26/01 sobre a falta de pavimentação numa rua de Montes Claros. Em relação ao formato original, na versão “mineira”, o repórter não carregava o calendário físico. Apenas na vinheta aparece a imagem do calendário.

Algo particular que se percebe no MG InterTV Grande Minas é o excesso de entrevistas de estúdios. Nas seis edições analisadas, foram 10. 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 devido a possibilidade de colocar no estúdio pessoas com opiniões distintas, o que nem sempre acontece, já que os convidados, por 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. O “excesso” de entrevistas de estúdio contrasta com um distanciamento do próprio noticiário com a população: não há interação com a comunidade, já que o MG InterTV Grande Minas não oferece alguma forma de participação, seja por telefone ou internet. As perguntas, assim, são da própria apresentadora e/ou equipe editorial.

Outro fato curioso é que algumas matérias apresentaram-se indefinidas no espaço, impossibilitando saber se sua escala é local, regional ou nacional. Como a exibida no dia 25/01 no MG InterTV Grande Minas, intitulada no G1 como “Consumo de alimentos saudáveis aumenta no Brasil”. Não há qualquer menção de onde foi gravada, apesar de ter empresários e chefs de cozinha que dão exemplos bem pessoais sobre o negócio que administram. A passagem do repórter aparenta ter sido “cortada”, excluindo assim a possibilidade de identificação do espaço através do crédito. A falta de “localização” da matéria pôde ser comprovada dois dias depois, quando foi exibida em outro telejornal, o MG InterTV Vales de Minas, a mesma reportagem, sem qualquer modificação para aproximá-la do público para quem se fala.

#### 4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em termos teóricos, nota-se que muitas pesquisas brasileiras lidam com a proximidade como um termo, geralmente para contextualizar ou dar qualidade à discussão sobre o jornalismo local e regional. Alguns acadêmicos estrangeiros, como os portugueses, se referem à proximidade como um conceito, inclusive propondo questões éticas para sua abordagem em pesquisas acadêmicas e na aplicação empírica. Quanto à forma de ver, o levantamento evidenciou que a literatura nacional possui um

rico acervo de análise de produtos audiovisuais oriundos do jornalismo local e regional. As quatro formas propostas nesse trabalho para olhar a proximidade: a) proximidade telejornal – audiência; b) proximidade telejornal – território; c) proximidade telejornal - jornalistas e; d) proximidade formato – audiência, são algumas das possibilidades visualizadas no corpus teórico e empírico dessa pesquisa. Outras propostas poderão surgir à medida que novos trabalhos forem desenvolvidos.

Quanto à análise realizada nos telejornais regionais de Minas Gerais algumas considerações podem ser elencadas. Primeiramente a conclusão de que dos quatro noticiários analisados – que propõem uma área de cobertura regional – apenas um consegue fazer uma cobertura regional de fato. Os outros três se apresentam mais locais do que regionais, se considerarmos os conceitos da geografia da comunicação (AGUIAR, 2017), principalmente pela questão da maioria das matérias ser proveniente das cidades-sede das emissoras. Esse resultado também pode ter conexão pelo que Cicilia Peruzzo (2005) identificou já no início dos anos 2000: a precarização das condições de trabalho e da infraestrutura na mídia regional. Um exemplo complementar é que a apresentadora do MG InterTV Grande Minas, Ana Carolina Ferreira, também fazia reportagens, numa clara relação de acúmulo de cargos na redação.

Neste trabalho não focamos na qualidade das notícias, mas como já enunciava Becker (2012; 2013), a maior participação da audiência e a “inovação de gêneros e formatos” no telejornal local RJTV não resultaram numa melhoria da qualidade do jornalismo produzido. Quanto à proximidade, percebe-se que há muitos recursos para tentar aproximar a população do telejornal e fazê-la sentir como “integrante da equipe”. No entanto, ainda é prematuro concluir até onde a proximidade pode contribuir para a melhoria da informação que chega aos telespectadores.

Uma constatação que sustenta tal reflexão é que mesmo os quatro noticiários analisados se localizando em quatro regiões geográficas distintas de Minas Gerais (norte-sul-leste-oeste), as estratégias de aproximação, como os quadros exibidos, as formas de fazer o vivo e as falas dos apresentadores eram semelhantes. O excesso de matérias ditas “de serviço” é um caso recorrente. A questão cultural e identitária de cada região não pareceu definidora, ou sequer influenciadora, das estratégias de aproximação. Talvez o fato de seguirem uma mesma política editorial, os Princípios Editoriais das Organizações Globo, explique o engessamento dos telejornais em relação ao espaço em que estão inseridos.

Por fim, é preciso considerar que apesar dos desafios estruturais e dos problemas encontrados, os telejornais regionais e locais têm como aliados ferramentas tecnológicas que até pouco tempo não estavam disponíveis. Estas podem contribuir para uma maior aproximação com a audiência e com uma cobertura mais efetiva da região. Um exemplo foi visto no EPTV Sul de Minas em que numa edição chegou a exibir vivos de três cidades diferentes através da conexão com a internet. O quadro “VC no MGTV” é outro caso dinâmico de contribuição. No entanto é preciso deixar claro que o fato da audiência produzir conteúdo (BECKER, 2013; MUSSE, THOMÉ,

2015) não é motivo para o jornalismo local e regional se acomodar. É necessário pensar em formas de tornar tais conteúdos interessantes e próximos daqueles que (não) estão inseridos diretamente nos acontecimentos sociais retratados.

## REFERÊNCIAS

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.

\_\_\_\_\_. O conceito de escala geográfica nos estudos de mídia regional. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2015.

BACCEGA, Maria Aparecida. Resignificação e atualização das categorias de análise da “ficção impressa” como um dos caminhos de estudo da narrativa teleficcional. **Comunicación: Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura**, v. 01, 2012, p.01-19.

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

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, p. 77-88, dez. 2012.

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

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

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

\_\_\_\_\_. Jornalismo regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: CORREIA, João Carlos (Org.). **Ágora - Jornalismo de proximidade: limites, desafios e oportunidades**. Covilhã: Livros LabCom, 2012.

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

\_\_\_\_\_; MATA, Jhonatan. A atuação do repórter na cobertura televisiva de tragédias: o olhar do jornalista como testemunha do fato que enuncia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 10, 2013, p. 379-398.

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

*EPTV Sul de Minas*. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/jornal-da-eptv-1a-edicao-sul-de-minas/p/5710/>>. Acesso em: 18 jan. 2018.

FECHINE, Yvana. Tendências, usos e efeitos da transmissão direta no telejornal. In: DUARTE, Elizabeth; CASTRO, Maria Lília (Orgs.). **Televisão: entre a academia e o mercado**. Porto Alegre, Sulina, 2006.

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

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

GLOBO. **Princípios editoriais das Organizações Globo**. Disponível em <<http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.pdf>>. Acesso em: 8 jan. 2018.

GOLDING, Peter; ELLIOTT, Philip. **Making the News**. Longman, London, 1979.

LEAL, Bruno. Crimes de proximidade e modos de aproximação: fronteiras narrativas. In: MARTINS, Moises; CORREIA, Maria; ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo. (Orgs.). **Figurações da morte nos média e na cultura: entre o estranho e o familiar**. 1ed. Braga: Centro de Estudos Comunicação e Sociedade, 2016, v. 1, p. 19-32.

LOPES, Maria Immacolata. Telenovela Brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, v.26, 2003, p.16-34.

MG InterTV Grande Minas. Disponível em <<https://globoplay.globo.com/mg-inter-tv-1a-edicao-grande-minas/p/7164/>>. Acesso em 22 jan. 2018.

MG InterTV Vales de Minas Gerais. Disponível em <<http://g1.globo.com/mg/vales-mg/mgintertv-1edicao/videos/>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

MGTV Triângulo Mineiro. Disponível em: <<http://g1.globo.com/minas-gerais/triangulo-mineiro/mgtv-1edicao/videos/>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

MUSSE, Christina.; THOMÉ, Cláudia. Um milhão de amigos no 'RJTV': o telespectador como produtor de conteúdo pelos aplicativos WhatsApp e Viber. **Sessões do Imaginário (Online)**, v. 20, 2015, p.01-09.

OLIVEIRA FILHO, José Tarcísio; COUTINHO, Iluska. Qualidade no Telejornalismo Público: Uma Proposta de Método de Avaliação para Jornalistas e Cidadãos. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, v. 14, 2017, p.63-75.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, 2005, p.67-84.

QUERÉ, Louis. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajectos – Revista de Comunicação, Cultura e Educação**. Lisboa, n.6, 2005.

SOUZA, José Carlos Aronchi. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2015.

## **SOBRE O ORGANIZADOR**

**Marcelo Pereira da Silva** - Pós-doutor em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, desenvolvendo o projeto intitulado: “Ecologia da Comunicação Organizacional – consumidores, instituições e públicos de afinidade nas redes sociais virtuais: interatividade, decepção, convivência e conflitualidade” (2018).

Doutor em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo na linha de pesquisa Comunicação Institucional e Mercadológica, defendendo a tese: “A comunicação corporativa e o discurso do consumidor contemporâneo nos sites sociais de reclamação: decepção e coabitação na rede – desafios e oportunidades” (2016).

Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, apresentando a dissertação: “Sentidos de Brasil na imprensa argentina – A teia noticiosa do periódico *Clarín* (2009).

Bacharel em Relações Públicas pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (2003).

Atualmente, é docente permanente do Mestrado Interdisciplinar “Cultura e Sociedade”, do Mestrado Profissional de Comunicação e do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão, Campus São Luís.

É diretor da Assessoria de Comunicação da Universidade Federal do Maranhão, coordenando os Núcleos de Relações Públicas e Cerimonial, Rádio e TV, Web Jornalismo e Produção Visual e Publicidade desde agosto de 2018.

Coordena o Grupo de Pesquisa ECCOM – Ecologia da Comunicação Organizacional na Universidade Federal do Maranhão.

E-mail: marcelosilva\_rp@hotmail.com

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Aprendizagem 125, 127, 131, 133, 139, 140

Artes 28, 73, 74, 75, 145, 187, 270, 300, 302, 314

### E

Ensino 15, 92, 95, 96, 97, 125, 127, 131, 132, 133, 136, 139, 140, 141, 142, 148, 149, 151, 153, 163, 166, 235

### I

Interdisciplinaridade 84, 231, 241

### M

Matemática 303

Metodologia 13, 14, 19, 25, 31, 34, 56, 59, 100, 112, 127, 132, 139, 141, 153, 159, 166, 197, 198, 220, 230, 232, 281, 303

### R

Resolução de problemas 127, 278

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-684-3

