

# Proximidade no telejornalismo local e regional: uma proposta de sistematização

## Proximity in local and regional TV news: a proposal to systematize

Jose Tarcisio Oliveira Filho<sup>1</sup>  
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. Através de revisão de literatura, esse 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. Local. MGTV.

### 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. Local. MGTV.

<sup>1</sup> Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Av. Antônio Carlos, 6627, Pampulha - Belo Horizonte (MG).

## 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 RJ, 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! (SP 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 SP1, 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. Por outro lado, também carregam desafios em seus estudos, como a pluralidade de formas de emprego.

Primeiramente, é preciso demarcar o que entendemos por proximidade. Para isso, recorremos, inicialmente, 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. 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 e relacional 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. Por outro lado, também desestabiliza preceitos que sustentam o jornalismo enquanto campo profissional, como os valores-notícias (Golding & Elliot, 1979).

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>2</sup> (Aguiar, 2016), levantando algumas perspectivas teóricas e problematizações sobre o termo para identificar e propor possíveis caminhos para ver as relações de proximidade

<sup>2</sup> Pesquisadores da área da Geografia da Comunicação, como Sônia Aguiar (2016), 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, 2016).

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.

## Proximidade: perspectivas, problematizações e o jornalismo

A proximidade atravessa diversos âmbitos do jornalismo e das mídias, não apenas a 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, assim como a objetividade, também pode ser abordada como um valor e um procedimento jornalístico que flui pela linguagem, performances, textos audiovisuais, formatos e estratégias comunicativas. Suas dimensões podem emergir de diversas maneiras. Ahava & Pantti (2014, p. 322) descrevem nove delas: 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.

Uma das formas mais conhecidas no jornalismo é a concepção da proximidade enquanto um valor notícia. Autores clássicos e contemporâneos, como Golding & Elliot (1979), Lage (2002) e Silva (2005), afirmam que os acontecimentos mais próximos do espaço e da cultura da audiência – incluindo aspectos psicológicos e comerciais –, tem mais chances de serem “enquadrados” pelo jornalismo. No entanto, tal perspectiva tem suas limitações: se pensarmos na proximidade enquanto uma relação, como sugere Leal (2016), como identificar as fronteiras que perpassam pelo indivíduo, pelo telejornal, pelos jornalistas e pelos acontecimentos? Assim, a proximidade se mostra mais complexa do que um valor notícia – até mesmo porque a conceituação sobre critérios de noticiabilidade difere de acordo com contextos e mídias, algo que nem sempre é evidenciado nos estudos.

O próprio jornalismo, enquanto campo profissional, possui desafios na abordagem da proximidade. Na realidade portuguesa, Carlos Camponez (2002, 2012) reafirma o caráter sociocultural da proximidade e põe em xeque o discurso de proximidade dos telejornais ao confrontá-lo com convenções 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 a ambiguidade) do jornalismo em efetivar essa proposta de proximidade com a sociedade, 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 apertado, 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).

Outra visada possível para se abordar a proximidade é através de estudos que recorrem ao campo da Geografia. Garcia (2002) aborda a perspectiva da “glocalidade” para compreender a 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).

Neste sentido, em resumo, a discussão aponta que 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. Ao conjugar a proximidade com o jornalismo, surgem alguns desafios metodológicos, como sua relação com valores profissionais baseados na imparcialidade e na objetividade (Camponez, 2012). Já os estudiosos da geografia (Aguiar, 2017) tem tentado resolver um problema que envolve os limites físicos que perpassam a atuação das organizações jornalísticas através do conceito de escalas geográficas (local, regional, estadual, nacional, global e suas variações). Por outro lado, tal organização do espaço não dá conta de englobar os aspectos ligados aos sentidos e às construções simbólicas que perpassam pelo jornalismo local e regional e que transcendem a demarcação física.

Esses problemas nos direcionam para a necessidade de observar (e articular) a discussão sobre a proximidade com o telejornalismo local e regional praticado por organizações brasileiras. Portanto, através de

revisão bibliográfica de estudos nacionais do campo da Comunicação que lidam com a empiria, propomos uma sistematização da forma de abordar e visualizar a proximidade. É um exercício que busca orientar o olhar diante de tais programas. A construção dessa sistematização foi realizada partindo da concepção de Leal (2016), discutida anteriormente, em que a proximidade é estabelecida por meio de uma relação. Portanto, adotamos o termo “relações” e não “categorias” de proximidade.

## Proximidade telejornal – audiência

A discussão conceitual sobre audiência tem mudado ao longo do tempo e do período histórico de abordagem. Na primeira concepção de esfera pública burguesa, Jürgen Habermas (1984) abordava o sujeito como autônomo, já que a imprensa deveria levar para as pessoas as informações (em linguagem metafórica, a luz, em referência ao iluminismo) para tomarem decisões na esfera pública. Na perspectiva da indústria cultural a audiência era tida como uma massa, passiva e manipulada pela indústria da mídia (Martino, 2015). Atualmente, autores contemporâneos, como Henry Jenkins (2015), tem adotado o termo “audiência criativa” para lidar com a interlocução com o ecossistema midiático do século XXI, em que as mídias dialogam uma com as às outras (convergência técnica e cultural) e o público pode produzir conteúdo para ser publicado de forma autônoma ou com a medição do jornalismo (jornalismo participativo/colaborativo). Portanto, a relação telejornal-audiência busca justamente observar como se estabelece a proximidade através da inclusão do espectador nos telejornais.

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 e 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 e 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 e 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!” A expressão “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. Neles, o repórter experientista, se torna (por vezes) personagem da notícia e, 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.

## Proximidade telejornal – território

O termo território é complexo e, para além da limitação física de um espaço, também lida com aspectos culturais e identitários – portanto, sua concepção também

perpassa por sentidos e apropriações físicas e simbólicas (Santos, 1994; Borges, 2013). Milton Santos (1994) aponta que o território pode ir além dos lugares expressos por uma continuidade física/territorial. A sociedade em rede aponta para a consideração do território vertical, formado por pontos distantes um dos outros – ligados por aspectos socioculturais. Com inferências aos estudos de Milton Santos, Borges (2013) considera que o território inclui diversos elementos, como o poder, Estado, economia, política, cultura, representações, redes e a própria comunicação e os sistemas de mediação “Ao ser apropriado, ou seja, ao adquirir um sentido simbólico, o território emerge como campo de tensões e disputas, reveladora de sua dimensão cultural” (Borges, 2013, p. 54). A autora afirma que o território pode atuar, inclusive, como um operador metodológico para o jornalismo a partir do momento que sua dimensão simbólica é constituída também por meio das imagens, discursos e enquadramentos. Assim, a territorialização também tem influência dos processos comunicativos que perpassam pelo imaginário coletivo e que auxiliam a definirem as fronteiras identificadoras (Borges, 2013).

Portanto, o território não é algo dado ou reduzido à mera questão geográfica. Em nossa revisão, observamos que tal aspecto é constantemente discutido 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, 2016; Leal, 2017; Peruzzo, 2005). Assim, o estar inserido numa determinada região também diz respeito aos preceitos e conflitos 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.

Com o intuito de organizar a discussão, utilizamos a concepção de escalas de Aguiar (2016) para classificar o território dos 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). Em nenhum momento defendemos o apagamento dos conflitos simbólicos que fazem parte dos processos de territorialização. Apenas optamos, neste exercício de sistematização, pelo conceito de escalas pela sua capacidade de simplificar e organizar a área de atuação das mídias hegemônicas brasileiras.

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 estadunidense 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. Este recurso mostra um território vinculado apenas com o aspecto geográfico, com certa limitação acerca de outros tipos de territórios, como o citado por Milton Santos (1994) em relação ao território vertical.

## Proximidade telejornal – jornalistas

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. No entanto, nesta relação buscamos também observar uma outra proximidade que envolve o noticiário: as estratégias e os sentidos que tornam o jornalista mais próximo do próprio telejornal. Este recurso pode ser visto 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.

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 Yvana Fachine (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) observa como a performance dos corpos dos apresentadores tem o intuito de formar a imagem de autoridade para apresentação das notícias e criar a 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 da notícia com o espectador, numa referência aos estúdios que geralmente tem a redação como plano de fundo. “Essa sensação de proximidade com o processo de produção da notícia, além de evocar efeito de vigilância, [...], relaciona-se a um sentido de simultaneidade entre apresentação do programa, sua produção (apuração da notícia) e experiência de recepção” (Gutmann, 2012, p. 88). Observamos 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).

Em relação 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 em situações onde 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).

Numa outra via, com direcionamento à prática profissional, 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, in Bonner, 2009, p.46).

Nessa tentativa de construir a confiança com os telespectadores, são muitos 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.

## Proximidade formato – audiência

Um viés cada vez mais discutido para visualizar a proximidade e, conseqüentemente, a participação da audiência, é através do formato. Seguindo a definição de Souza (2015), lidamos com o telejornalismo como um gênero televisivo<sup>3</sup> 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. Segundo

<sup>3</sup> 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.

Itania Gomes (2004), o formato atua ainda como um operador para analisar a forma como o telejornal constrói um estilo que permite a identificação com o espectador - o modo de endereçamento, um conceito importado de estudos estrangeiros.

Com olhos nos telejornais regionais brasileiros, um formato frequentemente investigado são os quadros institucionais que 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 ser mais produzido no RJ1, 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 então 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 referência a um processo eleitoral.

Outro quadro que tem se popularizado é o “VC no MGTV” – com a atenção de que 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 pela solução, 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 geralmente se referem a alguma matéria exibida no telejornal.

Apesar desses 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 utiliza 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

<sup>4</sup>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.



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. 06).

Cabe ressaltar que as relações propostas para olhar a proximidade nos telejornais locais e regionais não são um esgotamento de possibilidades. 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.

## A proximidade nos Praça 1 de Minas Gerais: um olhar na empiria

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 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. Matérias de esporte 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.

Sobre as relações *telejornal-audiência e formato-audiência*, a presença de quadros institucionais se torna frequente nos quatro telejornais e permite observar estratégias e sentidos que envolvem a proximidade que perpassa pelo telejornal, formatos e a audiência. 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 o conseqüente 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

<sup>5</sup>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 eram postados numa mesma página no portal G1 e traziam notícias de uma mesma região (havia constantes trocas de matérias entre os dois jornalísticos), consideramos neste artigo, para efeitos metodológicos, como sendo apenas um telejornal (MGTV Triângulo Mineiro).

<sup>6</sup>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.

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 policiais 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 *telejornal-audiência* através da participação com envio de materiais visuais e audiovisuais.

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.

Sobre os quadros institucionais descritos, nota-se que além de demarcarem os lugares físicos onde são gravados, as veiculações no telejornal local/regional contribuem para produzir um sentido de inclusão e de proximidade pelo formato. A participação das pessoas ao longo do noticiário faz emergir o sentido de construção coletiva das pautas e das notícias que são exibidas – numa clara referência ao papel do telespectador enquanto um produtor de conteúdo, conforme descreve Jenkins (2015). É o caso do “VC no MGTV”, do “Calendário do MGTV” e das perguntas enviadas pelo público no “MGTV Responde”.

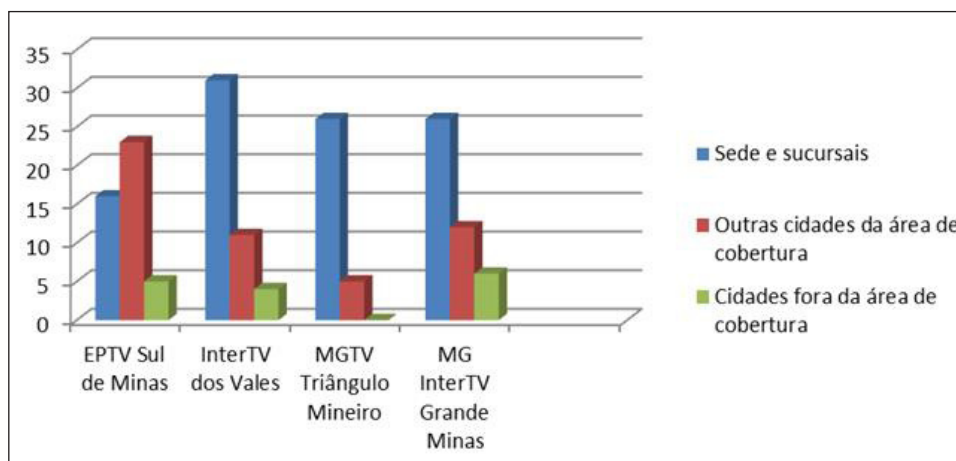
Já a relação telejornal-território aparece de forma frequente, perpassando, inclusive, por outras relações de proximidade, com a oriunda do formato. Nos vivos, por exemplo, é comum a demarcação do lugar geográfico de onde se transmite o acontecimento/notícia. A apresentadora do EPTV Sul de Minas sempre enunciava o município de onde a equipe falava. 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 *território*, já que a apresentadora contextualiza a avenida (uma das que possui o maior



**Figura 3.** Frames do Quadro “VC no MGTV” veiculados pelo MG InterTV dos Vales de Minas e pelo MG InterTV Grande Minas, respectivamente.

**Figure 3.** Frames of the “VC in MGTV” format, showed by MG InterTV of the Vales de Minas and MG InterTV Grande Minas, respectively.

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



**Figura 1.** O regional nos “Praça 1”: mapeamento da produção noticiosa.

**Figure 1.** The regional in the “Praça 1”: mapping the news production.

Fonte: do autor, 2018.

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 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.

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 se tomarmos apenas a localização geográfica como fator de aproximação. Por outro lado, surge uma pergunta instigadora: quais outros elementos, para além da geografia, podem atuar para que tais matérias sejam próximas da audiência que está distante fisicamente do acontecimento ou do local de onde o vivo é feito?

Uma pista para tal questionamento está na constatação de 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. Observa-se que o fato das imagens, das pessoas e dos casos abordados serem todos da capital, não exclui de certa forma o caráter regional – já que o tema faz parte de uma agenda noticiosa que diz respeito a um território político: o estado 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.

Outro fato curioso é que algumas matérias apresentaram-se indefinidas no espaço, impossibilitando saber se suas escalas eram locais, regionais ou nacionais. 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

<sup>7</sup> 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.

**Figure 2.** “Prato Fácil” on 01/27/2018: even recorded in the State of São Paulo, it is shown at EPTV Sul de Minas.

Fonte: EPTV Sul de Minas, 2018.

que administram. Portanto, instiga-nos quais outros elementos de identificação fazem parte da notícia, de forma a superar a ausência da localização geográfica. Uma sugestão pode ser a própria temática, ligada a qualidade de vida e hábitos saudáveis.

Sobre a relação *telejornal-jornalistas* observa-se que o momento de maior proximidade foi na chamada dos vivos, quando os apresentadores cumprimentavam os repórteres e faziam alguma pergunta. No entanto, não houve registro de testemunhos em reportagens ou de uma interação maior entre os jornalistas. Isso pode ser explicado pelo fato de que na época da análise, três dos quatro jornais eram apresentados por apenas uma pessoa – o que acaba limitando performances mais descontraídas no estúdio.

## 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. No entanto, poucas vezes fazem uma imersão mais profunda, de forma a abordar os aspectos simbólicos e as fronteiras (o outro) que perpassam pela proximidade – algo que até sua condição enquanto valor-notícia se mostra limitada. As quatro relações propostas nesse trabalho para visualizar

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, se tomarmos apenas o conceito de escalas como referência (Aguiar, 2016), dos quatro noticiários analisados apenas um consegue fazer uma cobertura regional de fato. Os outros três se apresentam mais locais do que regionais. 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.

Por outro lado, este cenário evidenciado no contato com a empiria, demonstra a necessidade de ampliar o horizonte ao lidar com a proximidade. Se a geografia sozinha não dá conta de tornar os telejornais próximos da audiência, quais são outros recursos utilizados? A temática, a cultura, os costumes, os hábitos e a própria dimensão temporal podem ser alguns desses elementos, que articulados ao formato, ao território e a interação dos jornalistas, podem dar sabor às novas formas de identificação para além da delimitação física. É um assunto para ser aprofundado em trabalhos e em pesquisas futuras.



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 pela simples possibilidade de participação – que contribui para o sentido que denominamos de construção coletiva do telejornal. Um aspecto que flui pelas diferentes relações de proximidades elaboradas.

## Referências

- AGUIAR, S. 2016. *Territórios do Jornalismo: geografias da mídia local e regional no Brasil*. Vozes/ Editora PUCRio, Petrópolis/ Rio de Janeiro 246 p.
- AGUIAR, S. 2017. Estudos de jornalismo local-regional ao redor do mundo: lacunas e desafios. In: 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, São Paulo, 2017. *Anais...* São Paulo: SBPJor.
- AHVA, L.; PANTTI, M. 2014. Proximity as a journalistic keyword in the digital era, *Digital Journalism*, 2(3):322-333.
- BARKIN, S. 1987. Local television news. *Critical Studies in Mass Communication*, 1(4): 79-82.
- BECKER, B. 2012. 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)*, 24:77-88.
- BECKER, B. 2013. Convergência x Diversidade: repensando a qualidade das notícias na TV. *Brazilian Journalism Research (Online)*, 8:44-63.
- BONNER, W. 2009. *Jornal Nacional: modo de fazer*. Editora Globo, Rio de Janeiro 248 p.
- BORGES, R. M. (2013). O território geográfico como categoria metodológica dos estudos em Comunicação Social e Jornalismo. *Contemporânea* 1(21): 48-61
- CAMPONEZ, C. 2002. *Jornalismo de proximidade*. Minerva, Coimbra 296 p.
- CAMPONEZ, C. 2012. Jornalismo regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: J. C. CORREIA (org.), *Ágora - Jornalismo de proximidade: limites, desafios e oportunidades*. Covilhã, Livros LabCom, p. 35-49.
- COUTINHO, I., FERNANDES, L. 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.
- COUTINHO, I., MATA, J. 2013. A atuação do repórter na cobertura televisiva de tragédias: o olhar do jornalista como testemunha do fato que denuncia. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 1(24):379-398.
- 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. 2018.
- FECHINE, Y. 2006. 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, p. 1-9
- FRAZÃO, S., BRASIL, A. 2013. A participação do telespectador na produção da notícia em telejornal. *Brazilian Journalism Research*, 9: 112-129
- GARCIA, X. L. 2002. Repensar o jornalismo de proximidade para fixar os media locais na sociedade glocal. *Comunicação e Sociedade*, 4(1): 199-206.
- GLOBO. 2011. Princípios editoriais das Organizações Globo. Disponível em <<http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.pdf>>. Acesso em: 8 jul. 2018.
- GOLDING, P., ELLIOTT, P. 1979. *Making the News*. London, Longman, 260 p.
- GOMES, Itania. 2004. Quem o Jornal do SBT pensa que somos? Modo de endereçamento no telejornalismo show. *Revista FAMECOS*, 25: 85-98.
- GUTMANN, J. 2012. *Formas do telejornal: um estudo das articulações entre valores jornalísticos e linguagem televisiva*. Salvador, BA. Tese de doutorado. Universidade Federal da Bahia, 270 p.
- HABERMAS, J. 1984. *Mudança estrutural da esfera pública. Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- JENKINS, H. 2015. *Cultura da convergência*, São Paulo: Aleph. 368 p.
- LAGE, Nilson. 2012. *Ideologia e técnica da notícia*. 4ª ed. Florianópolis: Insular.
- LEAL, B. 2016. 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, p. 19-32.
- MARTINO, L. M. 2015. *Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes*. Petrópolis: Vozes.
- MG InterTV Grande Minas. *MGTV Primeira Edição*. Disponível em <<https://globoplay.globo.com/mg-inter-tv-1a-edicao-grande-minas/p/7164/>>. Acesso em 22 jul. 2018.
- MG InterTV Vales de Minas Gerais. *MGTV Primeira Edição*. Disponível em <<http://g1.globo.com/mg/vales-mg/mgintertv-1edicao/videos/>>. Acesso em: 22 jan. 2018.
- MGTV Triângulo Mineiro. *MGTV Primeira Edição*. Disponível

- em: <<http://g1.globo.com/minas-gerais/triangulo-mineiro/mgtv-1edicao/videos/>>. Acesso em: 22 jul. 2018.
- MUSSE, C., THOMÉ, C. 2015. Um milhão de amigos no 'RJTV': o telespectador como produtor de conteúdo pelos aplicativos WhatsApp e Viber. *Sessões do Imaginário (Online)*, 20:01-09.
- OLIVEIRA FILHO, J. T., COUTINHO, I. 2017. Qualidade no Telejornalismo Público: Uma Proposta de Método de Avaliação para Jornalistas e Cidadãos. *Estudos de Jornalismo e Mídia*, 14:63-75.
- PERES, A. 2016. Narrar o outro: notas sobre a centralidade do testemunho para as narrativas jornalísticas. *Galaxia*. 31: 92-104.
- PERUZZO, C. M.. 2005. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. *Comunicação & Sociedade*. 43(26):67-84.
- QUERÉ, L. 2005. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. *Trajectos – Revista de Comunicação, Cultura e Educação*. 6:59-75.
- SANTOS, M. 1994. *Território, Globalização e Fragmentação*. São Paulo: Hucitec.
- SILVA, G. 2005. Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 2(1): 95-107.
- SOUZA, J. C. 2015. *Gêneros e formatos na televisão brasileira*. 2 ed., São Paulo, Summus 179 p.
- ZELIZER, B. 1990. Where is the Author in American TV News: On the Construction and Presentation of Proximity, Authorship, and Journalistic Authority. *Semiotica*, 2(80): 37-48.