

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO - UFMA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, SAÚDE E TECNOLOGIA - CCSST
PROGRAMA DE MESTRADO EM COMUNICAÇÃO - PPGCOM

SARAH DANTAS DO REGO SILVA

TELEJORNALISMO REGIONAL NO MARANHÃO: Rotinas de produção e percepção dos profissionais de comunicação das TV Mirante e TV Difusora

IMPERATRIZ

2021

SARAH DANTAS DO REGO SILVA

TELEJORNALISMO REGIONAL NO MARANHÃO: Rotinas de produção e percepção dos profissionais de comunicação das TV Mirante e TV Difusora

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão, em cumprimento às exigências para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Linha de pesquisa: Comunicação e Processos Sociopolíticos

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Camilla Quesada Tavares

IMPERATRIZ

2021

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Silva, Sarah Dantas do Rego.

Telejornalismo regional no Maranhão : rotinas de produção e percepção dos profissionais de comunicação das TV Mirante e TV Difusora / Sarah Dantas do Rego Silva. - 2021.

145 f.

Orientador(a): Camilla Quesada Tavares.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2021.

1. Radiodifusão. 2. Rotinas produtivas. 3. Telejornalismo regional. 4. TV Difusora. 5. TV Mirante. I. Tavares, Camilla Quesada. II. Título.

SARAH DANTAS DO REGO SILVA

TELEJORNALISMO REGIONAL NO MARANHÃO: Rotinas de produção e percepção dos profissionais de comunicação das TV Mirante e TV Difusora

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão, em cumprimento às exigências para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Linha de pesquisa: Comunicação e Processos Sociopolíticos

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Camilla Quesada Tavares

Data: 21 de maio de 2021

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Camilla Quesada Tavares
Universidade Federal do Maranhão

Prof.^a Dr.^a Marcelli Alves
Universidade Federal do Maranhão

Prof.^a Dr.^a Pâmela Araujo Pinto
Universidade de Aveiro

IMPERATRIZ

2021

A todos aqueles que acreditam e investem
na educação pública, gratuita e de qualidade.

AGRADECIMENTOS

Apesar de estarmos vivendo um dos momentos mais difíceis da vida humana, eu tenho muitos motivos para agradecer. Primeiramente, agradeço pelo dom da vida e deixo aqui meus sinceros sentimentos e respeito por todas as vítimas da COVID-19.

O sonho de ingressar no mestrado iniciou-se desde quando me encantei pelo universo da pesquisa científica, mesmo com todos os percalços que a academia enfrenta. Por isso, eu agradeço a Deus por ter me guiado e providenciado todas as bênçãos recebidas desde a seleção até ao encerramento do curso.

Nesse período, muitas pessoas estiveram ao meu lado e foram suportes para que eu chegasse até aqui, e cada uma merece reconhecimento nesse simples espaço dedicado aos meus agradecimentos. Agradeço imensamente:

À minha família, pela paciência, zelo e por sempre enxergar o melhor em mim, até mesmo quando eu duvidei de que seria capaz. Aos meus pais, Maria e Adeilson, por me proporcionarem e serem peças fundamentais na minha formação e por me ensinarem desde pequena que o melhor caminho a ser seguido é o da educação. Ao meu irmão e à minha tia, Diego e Alda, por estarem comigo nessa caminhada, pelos conselhos e por vibrarem com cada conquista minha. Vocês são parte dessa vitória! Eu amo vocês.

Ao Rennan. Que felicidade ter te encontrado na biblioteca da UFMA quando éramos apenas dois estudantes de graduação. Desde então você vem sendo um dos meus principais apoios acadêmicos, embora sejamos de áreas distintas. Obrigada por nunca soltar a minha mão, mesmo em meio ao caos, e por acreditar no meu potencial e mostrar todos os dias que sou capaz de chegar onde eu quiser. Eu te amo com todo meu amor.

À Camilla, que nunca desistiu de mim. Desde quando você chegou na UFMA, nossos caminhos se encontraram. Obrigada por ter me acolhido como orientanda e, para além disso, como amiga. Você sempre escutou minhas ideias e teve paciência para minhas inúmeras mudanças de projeto de pesquisa; nunca mediu esforços para me ajudar, sempre esteve disponível para me auxiliar; me mostrou os melhores caminhos a serem seguidos na pesquisa de forma tão leve, mas com seriedade, que, muitas vezes, fazia eu enxergar o desenvolvimento deste trabalho como um grande fruto a ser colhido no futuro. Mais que isso, você, por diversas vezes, se tornou uma companheira e amiga. Me ajudou em momentos tão difíceis da minha vida, em que o

psicológico e o físico estiveram estremecidos. Obrigada por sempre me desejar e dar força. Nenhuma palavra é capaz de externar toda minha gratidão a você. Você é luz e um dos meus maiores exemplos profissionais a ser seguido.

À Leila e Michele por terem guiado meu caminho ao ambiente da pesquisa acadêmica na época da minha graduação em Jornalismo; por terem me ensinado e me proporcionado oportunidades que resultaram na minha entrada no mestrado. Obrigada por terem sido tão generosas comigo e por me auxiliarem sempre que precisei. O carinho e o desejo de vocês por ver seus alunos/orientandos voando é sensacional. Obrigada por tudo sempre.

Aos meus amigos que fiz e cultivei no mestrado. Em especial, Antônio e Mab. Que honra ter tido a oportunidade de dividir essa etapa da vida com vocês. Vocês, sem dúvidas, tornaram-se muito mais que colegas de classe: são meus amigos de vida. Antônio, sempre pronto para ajudar, com um sorriso e uma tranquilidade que emana paz. Mab, sempre mostrando o lado bom da vida e com um coração gigante, pronta para acolher e ensinar. Obrigada mesmo, meus amigos, vocês são especiais para mim.

Às minhas amigas da graduação, Kellen, Frida e Luana. Kellen, que não mede esforços nos carinhos, amizade e na cumplicidade. Sempre me colocou para cima e vibrou junto comigo nas pequenas e nas grandes conquistas. Que nossa amizade se mantenha assim e que sigamos juntas nossos sonhos. Kellen divide comigo e Frida o amor pelo telejornalismo. Frida, que faz parte dessa etapa desde quando era apenas um desejo nos nossos corações. Compartilha comigo o anseio em ser pesquisadora e professora. Obrigada por estar aqui. Luana, que chegou com muito amor e paciência para dar. Obrigada pela sua amizade e todo apoio que você me deu durante esse período.

Ao Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Sociedade (COPS), que foi a peça-chave para meu desenvolvimento acadêmico e profissional. Obrigada a todos que fazem parte deste grupo e, particularmente, aos bolsistas PIBIC que me auxiliaram no processo de decupagem das entrevistas.

Aos profissionais da TV Mirante e TV Difusora por contribuírem diretamente com o desenvolvimento deste estudo, me fornecendo informações e dispostos a conversarem comigo sempre quando foi necessário.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) pelos ensinamentos e contribuição direta para a realização deste trabalho.

À Capes, pela bolsa de estudo concedida para a realização desta pesquisa.

RESUMO

Esta dissertação tem como finalidade compreender o conceito de jornalismo regional a partir das estruturas e percepção dos profissionais de comunicação das redações da TV Mirante, afiliada da Rede Globo, e TV Difusora, afiliada do SBT, do Maranhão. O intuito da pesquisa é destinar o olhar para quem possui função imprescindível na mediação entre recortes da realidade regional e produto jornalístico. Dessa maneira, vê-se a necessidade de analisar de que modo os profissionais que trabalham diariamente na construção dos telejornais das emissoras entendem o jornalismo regional, por meio de suas rotinas de produção. Em vista disso, a pergunta que norteia esta pesquisa é: *Como o jornalismo regional é compreendido pelos profissionais de comunicação e estruturado a partir das emissoras de TV do Maranhão?* A fim de responder o questionamento, esta dissertação tem como objetivos específicos: 1) Mapear a distribuição do sistema de televisão do estado do Maranhão a partir das emissoras TV Mirante e TV Difusora; 2) Verificar quais características que o jornalismo regional possui a partir da visão dos profissionais dos dois veículos; e 3) Identificar aspectos da rotina de produção dos profissionais em ambiente regional. Ao todo foram entrevistados 18 profissionais que operam nas praças das emissoras. Os principais motivos que levaram a investigação das TV Mirante e TV Difusora deram-se por serem ligadas aos dois maiores conglomerados de mídia do Maranhão, e por terem alcance significativo, tanto de cobertura como de estrutura. Além disso, foi realizado um mapeamento da organização operacional e jornalística das duas emissoras, procurando identificar como se distribuem no estado. Na parte empírica deste trabalho foi utilizado o método de pesquisa qualitativa com o auxílio de duas técnicas de pesquisa, análise documental e entrevistas em profundidade, que foram realizadas com os editores-chefes e produtores dos dois veículos de comunicação. Os resultados encontrados pelo mapeamento apontam a forte ligação dos veículos com grupos políticos, enxugamento de redações que interferem na manifestação e no exercício do jornalismo regional, precarização do trabalho jornalístico e centralização da produção de conteúdo na capital do estado. Os principais achados, a partir das entrevistas, indicam que os profissionais até compreendem na teoria como funciona o jornalismo regional e o impacto do seu exercício na vida das pessoas, todavia, a redução de equipes e o baixo investimento financeiro limitam a cobertura regional dos telejornais, sobretudo nas praças do interior, em que a falta de mais equipamentos, profissionais e estrutura fazem com que haja dependência da cabeça de rede, afetando a produção plural de conteúdo regional.

Palavras-chave: Telejornalismo regional. Radiodifusão. TV Mirante. TV Difusora. Rotinas produtivas.

ABSTRACT

This dissertation aims to understand the concept of regional journalism from the structures and perception of the communication professionals of the newsrooms of TV Mirante, affiliated of Rede Globo, and TV Difusora, affiliated of SBT in Maranhão. The purpose of the research is turning our gaze to those who have an essential role in the mediation between clippings from the regional reality and the journalistic product. In this way, we can see the need to analyze how the professionals who work daily in the construction of the broadcasters' newscasts understand the regional journalism, through their production routines. In view of this, the question that guides this research is: *How is the regional journalism understood and structured by the communication professionals from the TV stations in Maranhão?* In order to answer this question, this dissertation has as specific goals: 1) Mapping the distribution of the television system in the state of Maranhão from TV Mirante and TV Difusora broadcasters; 2) Verifying what characteristics the regional journalism has from the perspective of the professionals of the two vehicles; and 3) Identifying aspects of the production routine of the professionals in a regional environment. In all, 18 professionals who operate in the broadcasters' locations were interviewed. The main reasons that led to the investigation of TV Mirante and TV Difusora were due to the fact they were linked to the two largest media conglomerates in Maranhão, and because they had a significant reach, both in terms of coverage and structure. In addition, a mapping of the operational and journalistic organization of the two broadcasters was carried out, seeking to identify how they are distributed in the state. In the empirical part of this paper, the qualitative research method was used with the aid of two research techniques, document analysis and in-depth interviews, which were carried out with the editors-in-chief and producers of the two communication vehicles. The results found by the mapping point to the strong connection of the vehicles with political groups, the reduction of newsrooms that interfere in the manifestation and exercise of the regional journalism, the precariousness of journalistic work and the centralization of content production in the state capital. The main findings, from the interviews, indicate that the professionals even understand in theory how the regional journalism works and the impact of its exercise on people's lives; however, the reduction of teams and the low financial investment limit the regional coverage of the newscasts, especially in the locations in the countryside, where the lack of more equipment, professionals and structure causes dependence of the network head, affecting the plural production of regional content.

Keywords: Regional telejournalism. Radio-Broadcasting. TV Mirante. TV Difusora. Productive routines.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 - Perfil dos profissionais de comunicação entrevistados para a pesquisa.	31
Quadro 2 - Recortes espaciais e suas escalas.....	44
Quadro 3 - Principais emissoras de televisão no estado do Maranhão	65
Quadro 4 - Grade de programação telejornalística da TV Difusora.....	70
Quadro 5 - Grade de programação telejornalística da TV Mirante	75
Mapa 1 - Área de cobertura da TV Difusora no estado do Maranhão	78
Mapa 2 - Área de cobertura da TV Mirante no estado do Maranhão.....	79

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	23
2.1	Identificando os objetivos e problema da pesquisa	23
2.2	Corpo metodológico do trabalho: o uso das técnicas de coletas de dados por meio da análise documental e entrevistas	24
2.3	O uso da técnica de entrevistas nos estudos de Jornalismo.....	27
2.4	Estruturação do corpus da pesquisa.....	29
3	MÍDIA E JORNALISMO REGIONAL: singularidades e pertinências	34
3.1	Entendendo a mídia regional: conceitos e estruturação do sistema de radiodifusão no país.....	34
3.2	Do local ao global: o sentimento de pertencimento na era da glocalização configurada por aspectos midiáticos	39
3.3	Jornalismo regional e o espaço para construção da identidade, das representações sociais e de autorreferência	46
3.4	Telejornalismo regional: o enxergar, o ser e o estar a e na região	51
3.5	A mídia como elemento substancial de e para o desenvolvimento econômico político regional.....	57
4	SISTEMA DE MÍDIA REGIONAL DO ESTADO DO MARANHÃO: trajetória e características da mídia televisiva.....	63
4.1	Configuração do Sistema de Mídia televisiva no estado do Maranhão: o começo de uma era	63
4.2	TV Difusora: a primeira experiência televisiva no Maranhão	66
4.3	TV Mirante: padrão Rede Globo e líder de audiência no estado.....	71
4.4	Como as duas emissoras regionais colaboram para o sistema de mídia televisiva no Maranhão?	75

5 TELEJORNALISMO REGIONAL E A PERCEPÇÃO DE QUEM PRODUZ A NOTÍCIA: O que dizem os profissionais de comunicação das TV Mirante e TV Difusora.....	84
5.1 Conceito e características do jornalismo regional	85
5.2 Rotinas de produção do jornalismo regional	92
5.3 Participação do público na construção do jornalismo regional e aplicação nas redações	100
5.4 Relação entre as praças das emissoras	105
5.5 Telejornalismo regional no Maranhão: análise das entrevistas com os profissionais da TV Mirante e TV Difusora.....	109
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	120
REFERÊNCIAS.....	126
APÊNDICE A - ROTEIRO DAS ENTREVISTAS	140
APÊNDICE B - TERMO DE AUTORIZAÇÃO E CONSENTIMENTO	142
ANEXO A - ÁREA DE COBERTURA DAS EMISSORAS	144

1 INTRODUÇÃO

No dia 24 de janeiro de 2017 foi transmitido pela última vez o telejornal *Bom Dia Mirante*, com produção e veiculação da TV Mirante de Imperatriz¹. Ele possuía dois blocos: um regional, com o sinal vindo de São Luís² (cabeça de rede³ da emissora) e outro local, feito em Imperatriz. O primeiro bloco era destinado inteiramente para a cabeça de rede, com notícias mais abrangentes sobre o Maranhão como um todo e era retransmitido para todo o estado. A partir do segundo bloco a praça⁴ de Imperatriz assumia com matérias mais voltadas para sua área de cobertura. Depois do desligamento do *Bom Dia Mirante* em Imperatriz, a produção e a retransmissão ficaram centralizadas na TV Mirante de São Luís, apesar de contar com a participação das outras quatro⁵ praças, com envio de material gravado ou entrada em *links*⁶. Com o encerramento da parte local do *Bom Dia Mirante*, a praça de Imperatriz passa a ter somente dois telejornais no dia com produção local: o JMTV 1º e 2º edição.

Além do desligamento do telejornal na praça da TV Mirante de Imperatriz, o *Bom Dia Maranhão* e o *Jornal da Difusora*, ambos da TV Difusora, também tiveram suas produções na praça da TV Difusora Sul, em Imperatriz, interrompidas. Deste modo, a sucursal em Imperatriz passou a ter somente um telejornal no dia, com produção independente da cabeça de rede, o *Na Hora D*. A exemplo do que aconteceu na TV Mirante, após o encerramento dos telejornais produzidos na cidade de Imperatriz, a produção se tornou concentrada em São Luís, com abertura para participação das demais praças⁷ do interior do estado, que integram as duas emissoras.

A TV Mirante é integrante do Sistema Mirante de Comunicação, afiliado à Rede Globo e de propriedade da família do grupo político José Sarney. Atualmente é

¹ Imperatriz é a segunda maior cidade do estado do Maranhão, localizada na região metropolitana do sudoeste maranhense, conhecida como Região Tocantina. Ela fica a 600 km da capital, São Luís.

² São Luís é a capital do estado do Maranhão, localizada na região de planejamento da ilha do Maranhão.

³ Cabeça de rede é o nome dado para a praça líder da emissora. É a responsável por produzir boa parte do conteúdo e distribuir entre suas sucursais.

⁴ Praça ou sucursal é a terminologia utilizada para caracterizar as retransmissoras de conteúdo produzido pelas emissoras afiliadas a veículos nacionais, podendo também ser produtora.

⁵ TV Mirante de Imperatriz, TV Mirante Cocais, TV Mirante de Santa Inês e TV Mirante de Balsas.

⁶ Link é o formato utilizado para entrada ao vivo do repórter nos telejornais.

⁷ TV Difusora Sul de Imperatriz e TV Sinal Verde de Caxias.

considerada a emissora com maior alcance de audiência no estado (ATLAS DE COBERTURA REDE GLOBO, 2020). O veículo possui cinco praças⁸: TV Mirante de São Luís – cabeça de rede –, TV Mirante de Imperatriz, TV Mirante Cocais, TV Mirante de Balsas e TV Mirante de Santa Inês. A TV Difusora faz parte do Sistema Difusora de Comunicação, afiliado do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), e tem a família do ex-senador Edison Lobão como proprietária do veículo. O sistema é considerado o segundo maior grupo de comunicação do estado (FERREIRA, 2018). A emissora possui três praças: TV Difusora de São Luís, TV Difusora Sul de Imperatriz e TV Sinal Verde de Caxias.

Com base nas argumentações teóricas e experimentais de trabalhos já realizados acerca do regionalismo midiático e por meio do cenário jornalístico maranhense, esta dissertação parte do seguinte questionamento: *Como o jornalismo regional é compreendido pelos profissionais de comunicação e estruturado a partir das emissoras de TV do Maranhão?* Para responder esta questão, o objetivo principal do trabalho é compreender o conceito de jornalismo regional a partir da percepção e das rotinas de produção dos profissionais de comunicação das redações da TV Mirante e da TV Difusora, do Maranhão, pois se por um lado temos teorias que nos mostram como a mídia regional atua no espaço de “autorreferência” (VIZEU; CERQUEIRA, 2019, p. 41), de aproximação, de identidades e diversidades, é relevante indagar os jornalistas quais elementos são considerados indispensáveis para a produção da notícia regional.

Como objetivos específicos da pesquisa temos: 1) Mapear a distribuição do sistema de televisão do estado do Maranhão a partir das emissoras TV Mirante e TV Difusora; 2) Verificar quais características que o jornalismo regional possui a partir da visão dos profissionais dos dois veículos; e 3) Identificar aspectos da rotina de produção dos profissionais em ambiente regional. A escolha pelos dois veículos de comunicação sucedeu-se por estarem aliados aos dois principais grupos de mídia de referência nacional e por terem destaque também no estado do Maranhão. A TV Difusora, integrante do Sistema Difusora de Comunicação, afiliada do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), foi a primeira emissora televisiva no estado (FIGUEIREDO, 2016; BUZAR, 2013); e a TV Mirante, integrante do Grupo Mirante,

⁸ Vale frisar que a emissora reconhece, oficialmente, apenas quatro praças, mas consideramos cinco, pois irmos a campo descobrimos que na cidade de Santa Inês existe redação, jornalistas e produção, embora a praça esteja integrada a TV Mirante Cocais.

afiliado da Rede Globo, hoje alcança o maior número de cidades do Maranhão com sinal retransmissor (ATLAS DE COBERTURA REDE GLOBO, 2020).

Para responder ao questionamento e atingir os objetivos desse estudo, a pesquisa parte de uma abordagem qualitativa e como procedimento metodológico utilizamos a técnica de coleta de dados por meio de análise documental (MOREIRA, 2005) e de entrevistas em profundidade (DUARTE, 2005). No primeiro momento, realizamos um mapeamento sobre a estrutura das duas emissoras no estado, apropriando-nos de documentos e questionamentos respondidos pelos próprios profissionais dos veículos. O segundo momento destinamos para as entrevistas realizadas com os profissionais das redações das TV Mirante e TV Difusora.

Ao todo, foram entrevistados 18 profissionais que atuam na produção telejornalística dos veículos em todo o estado. Conversamos com os editores-chefes e produtores das emissoras e além disso utilizamos dados obtidos por meio de entrevistas realizadas pelo grupo de pesquisa Comunicação Política e Sociedade (COPS), do qual a autora faz parte e que tem como coordenadora a orientadora deste trabalho. A partir disso, foi possível responder as principais questões levantadas no decorrer desta dissertação.

O Maranhão é o segundo maior estado da região Nordeste e fica em oitavo lugar na posição nacional. Com 217 municípios, a área territorial da unidade federativa é de 329.642,170 km² (IBGE, 2018), com uma população estimada de 7.075.181 habitantes (IBGE, 2019). Ele faz divisa com os estados do Piauí, Tocantins e Pará. Em termos jornalísticos, a cidade de Imperatriz vem perdendo independência de produção e espaços pluralistas para manifestações da identidade local e regional, haja vista a diversidade cultural, social e econômica existentes no estado do Maranhão. Além do desligamento dos três telejornais, os dois portais de notícias, imirante.com e ma10, ligados aos dois grupos, Mirante e Difusora, respectivamente, também foram descontinuados nas praças de Imperatriz, produzidos agora somente por São Luís.

Atualmente a cidade conta com somente um jornal impresso; quatro emissoras de rádio; oito emissoras de televisão; e no ambiente online e digital a cidade dispõe de 24 plataformas, em que todos são considerados blogs de notícia (ATLAS DA NOTÍCIA, 2020). Apesar de parecer um sistema de mídia rico e plural, a maioria dos veículos não expressa, de forma satisfatória, o teor jornalístico. Grande parte dos blogs atuam como autopromoção da imagem de quem os dirige (SOUSA; MATOS,

2018). Já dentro do cenário estadual, o Maranhão conta com 26 jornais impressos, 39 portais de notícia, 114 emissoras de televisão, 74 veículos radiofônicos e 186 plataformas digitais, que vão desde blogs a sites e portais de notícias (ATLAS DA NOTÍCIA, 2020).

Ressaltamos que nem todos os suportes de comunicação apresentados são somente jornalísticos. Muitos, inclusive, transitam entre entretenimento e informação, como é o caso de muitos veículos. Apesar de o levantamento de dados do Atlas da Notícia (2020) apresentar uma quantidade considerável de emissoras de televisão no estado, a grande maioria são TVs das prefeituras municipais do estado e TVs educativas, por exemplo.

De toda forma, o desligamento dos três telejornais e dos portais de notícias, em Imperatriz, é uma das características que a literatura reflete a respeito das forças internas e constrangimentos que a mídia, em especial a regional, enfrenta. Primeiramente, temos um progresso a respeito do acesso à informação pelos meios de comunicação no Brasil. A partir da chegada da televisão paga e da internet no país, a regionalização da mídia do sistema de radiodifusão começou a entrar em pauta nas discussões acadêmicas e, principalmente, no âmbito empresarial dos veículos de comunicação, como uma forma de reestruturação do mercado da indústria de mídia, com investimentos em emissoras regionais por todo o território brasileiro. A Rede Globo foi pioneira nesse tipo de estrutura (BAZI, 2001; MATTOS, 2010; 2012; SIMÕES, 2011).

O surgimento da mídia televisiva no Maranhão e seu desencadeamento pelo estado foram marcados por questões econômicas e políticas que interferiram diretamente no que temos de telejornalismo regional. Após a chegada do Sistema Difusora de Comunicação, em meados de 1963, sendo o primeiro veículo televisivo do Maranhão, e do Grupo Mirante, que hoje é considerado o de maior alcance e audiência para a população maranhense (ATLAS DE COBERTURA REDE GLOBO, 2020), a unidade federativa começou a ter seus primeiros passos para o que entendemos por expansão e descentralização da mídia televisiva brasileira, que concentrava, e de certo modo, mesmo que forma sutil, concentra até os dias de hoje, sua programação e sinais nos considerados “centro” de mídia (PINTO, 2017), instalados nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília.

Depois que a TV Difusora e a TV Mirante se instalaram na capital do estado, São Luís, e trouxeram para uma parcela da população maranhense acesso à informação por meio do audiovisual, as emissoras perceberam a necessidade de avançar seu sinal e sua programação, a partir da criação de rede de afiliadas. A primeira sucursal do Grupo Mirante se instalou na segunda maior cidade do estado, Imperatriz, em 1987, quando a então chamada TV Imperatriz pertencia à Prefeitura Municipal de Imperatriz. A emissora conseguiu a concessão da TV e opera até hoje no município e região. Além dessa, a TV Mirante possui mais três praças retransmissoras no estado, concessionadas em Caxias, Balsas e Santa Inês. No caso da TV Difusora, somente em 1997 a emissora passa a transmitir seu sinal para todo o estado e somente em 2006 o grupo integrou ao seu sistema a TV Difusora Sul, em Imperatriz. A Rede Difusora possui mais uma sucursal integrada ao grupo, a TV Sinal Verde, concessionada na cidade de Caxias.

Após essa estruturação de emissoras afiliadas e suas sucursais, além de retransmissão de sinal, a produção de conteúdo local e regional foi vista como uma forma de retomada de audiência, que estava migrando para os sinais de TV a cabo e internet em algumas regiões do país (SIMÕES, 2011; MATTOS, 2012). Mais do que estratégia de mercado, a mídia regional tem potencial para fomentar aspectos econômicos, políticos, culturais, históricos e sociais de uma localidade. O termo região, no ambiente midiático, não se restringe a escalas geográficas. A atuação da mídia regional ultrapassa territórios e atua como espaço social simbólico colaborando para um senso de lugar.

As discussões na área da Comunicação acerca do conceito e as práticas sobre mídia regional perpassam diversas perspectivas. Todavia, é de comum acordo que uma das suas funções se caracteriza por oferecer ao público de uma determinada localidade maiores espaços para a representação e confiabilidade. Mas, será que essas práticas ocorrem de fato? O que temos de regional na mídia regional? Diversos estudos que se dedicam a compreender como um veículo regional atua percebem entraves que afetam o seu desenvolvimento, tanto em nível local como nacional (PEREIRA; CALEFFI, 2019; DANTAS, 2018).

Haja vista que a mídia regional de característica comercial opera em primeira instância como empresa mercadológica, suas práticas sociais, por vezes, se tornam limitadas. Ter um veículo de comunicação em uma região garante cobertura e

contemplação regional de todos os elementos daquela comunidade? Acreditamos que não, como visto na pesquisa de Pereira e Caleffi (2019) sobre a atuação do Grupo Rede Paranaense de Comunicação, o que reverbera vigorosamente nesta pesquisa.

O jornalismo regional surge com o intuito de oferecer ideia de proximidade, referência e identificação do público com o jornal. Além disso, abre espaços para maior engajamento, interatividade e representações dos acontecimentos que rodeiam o local. Essa assertiva, que em grande parte está presente nas discussões e estudos acadêmicos a respeito da regionalização da mídia, vem sendo reforçada de forma idealizada em relação ao que esperamos que de fato aconteça no âmbito jornalístico. Todavia, a tendência do regionalismo entrelaça fatores que, muitas vezes, estão acima do simples fato de oferecer ao público o que ele deseja ver.

Forças econômicas e políticas são algumas das questões que definem de que modo um veículo de comunicação irá operar em determinada região. Pinto (2017) nos alerta que essa não é uma característica exclusiva da mídia regional e que é algo presente também na mídia considerada nacional. Além disso, alguns autores defendem que mídia regional e local sempre existiram, já que o jornal, o rádio e a televisão atingiam somente uma determinada área geográfica (PERUZZO, 2005; BAZI, 2007).

O caso da suspensão da produção dos três telejornais na cidade de Imperatriz representa um cenário marcado por crises e instabilidades no âmbito midiático. Essa crise, que teve respaldo econômico, social e tecnológico (HAUSER, 2017), afetou diretamente o jornalismo, e forçou uma demissão em massa de profissionais e desligamentos de jornais nas mais variadas plataformas e suportes de notícias, em caráter mundial (SILES; BOCZKOWSKI, 2012) e em cenário nacional (TAVARES, 2018).

A partir do momento em que há uma interrupção de telejornais locais, o jornalismo regional se torna prejudicado. Tendo em vista que a televisão é o principal meio de obtenção de notícias para a população brasileira (TIC DOMICÍLIOS, 2019; BRASIL, 2016), como também é o lugar em que ocorrem trocas simbólicas que atingem uma audiência mais ampla, confiando o direito do cidadão ao acesso à informação e servindo de espaço público para as discussões em comunidade (VIZEU; CORREIA, 2008; VIZEU; CERQUEIRA, 2019; TEMER, 2018), esses espaços de

referência, engajamento e pertencimento local vão se tornando mais limitados e distantes (PEREIRA; CALEFFI, 2019).

Esse tensionamento nos faz procurar analisar de que forma operam os veículos televisivos regionais no estado do Maranhão. De modo geral, ainda temos poucas pesquisas que se dispõem a entender as nuances da mídia regional pelo país. Os estudos da área da Comunicação ainda estão concentrados em regiões que caracterizam a mídia daquela localidade como “nacionais”. Apesar do avanço e da criação de mais programas de pós-graduação por outras regiões do país, além do Sul e Sudeste, ainda há resistência no meio acadêmico a respeito de pesquisas sobre mídia regional, caracterizando-a, muitas vezes, como inferior (ASSIS, 2013; SCHOENHERR; GADINI, 2016; PINTO, 2017).

Ao mapear⁹ as teses e dissertações produzidas nos Programas de Pós-Graduação do Brasil, cadastradas no banco de teses e dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), entre os anos de 2014 e 2018, encontramos apenas 45 trabalhos que de algum modo se relacionavam à mídia regional. Considerando o fato de que esta dissertação delimita seu estudo para o telejornalismo no estado do Maranhão, procuramos saber quantas teses e dissertações abordaram, no período de cinco anos, a mídia televisiva regional no país e no Maranhão. Ao todo, encontramos 28 pesquisas, porém, somente três se tratavam do referido estado. Uma das pesquisas analisava a trajetória da televisão na unidade federativa, tendo como objeto de estudo a TV Difusora, a pioneira no Maranhão (FIGUEIREDO, 2016). Outro, procurava analisar como os trabalhadores rurais eram representados nos telejornais (MOURA, 2015). O último realizou um mapeamento das televisões por assinatura que operam nos estados do Nordeste, que inclui o Maranhão (SANTOS, 2017).

Como podemos observar, os três trabalhos encontrados sobre telejornalismo regional no Maranhão fogem da proposta de pesquisar, necessariamente, a produção jornalística de conteúdo regional. Por isso, destacamos a necessidade de contribuir com pesquisas sobre telejornalismo regional no Maranhão, a fim de preencher essa lacuna identificada com este mapeamento que, mesmo tendo um período curto de coleta de dados, nos oferece pistas e instiga interesse em colaborar com esse estudo

⁹ O mapeamento foi realizado para disciplina de Metodologia da Pesquisa em Comunicação no PPGCOM - UFMA, Imperatriz, em 2019.

para o primeiro Programa de Pós-Graduação em Comunicação (Mestrado Acadêmico) da Universidade Federal do Maranhão do campus de Imperatriz.

A partir do levantamento realizado e dos resultados encontrados em outros estudos, esta pesquisa parte do pressuposto de que os profissionais podem até compreender, no sentido utópico da palavra, o que é jornalismo regional, mas que as forças internas e externas atreladas às emissoras enquanto empresas comerciais, como a relação direta de grupos políticos e econômicos, interferem consideravelmente no trabalho mais independente desses profissionais (P1). O segundo pressuposto relaciona-se ao fator mercadológico dos dois veículos. Como vimos, nas duas praças da cidade de Imperatriz o rompimento da produção dos telejornais caracteriza-se por corte de gastos que manter um telejornal demanda. Em vista disso, partimos da ideia de que um dos fatores que interferem na produção mais afluente e contemplativa da notícia regional no estado está intrinsecamente ligado a corte de gastos, como de equipes que se desloquem até determinados lugares que estão fora das cidades-sede em que estão localizadas geograficamente as praças das emissoras (P2).

Com o intuito de relacionar as discussões teóricas a respeito da mídia regional, assim como investigar os pressupostos levantados, esta dissertação está estruturada em seis capítulos. O primeiro capítulo refere-se à **Introdução**. No segundo capítulo, intitulado **Procedimentos metodológicos**, apresentamos o corpo metodológico desta pesquisa que se divide em duas partes: primeiramente, para atingir um dos objetivos específicos, utilizamos da técnica de análise documental, que nos ajudou a realizar o mapeamento do sistema de mídia das duas emissoras no estado. No segundo momento nos apropriamos da técnica de entrevistas, com o intuito de responder à pergunta que delinea essa pesquisa, assim como os demais objetivos.

No terceiro capítulo, **MÍDIA E JORNALISMO REGIONAL: singularidades e pertinências**, trazemos uma discussão sobre mídia regional e sua atuação no meio social, com seus principais conceitos, características e sua relevância para as pessoas e para os estudos acadêmicos. Trabalhamos questões relacionadas a território, aspectos geográficos, proximidade, identidade e referência. Também abordamos de forma mais específica o telejornalismo regional, tendo em vista a dimensão do alcance televisivo na população brasileira, e a função sociocultural que exerce na sociedade. Além disso, debatemos os aspectos relacionados ao

desenvolvimento regional por meio da mídia, assim como sua forte ligação com a economia política.

Já no quarto capítulo, **SISTEMA DE MÍDIA REGIONAL DO ESTADO DO MARANHÃO: trajetória e características da mídia televisiva**, realizamos um mapeamento da cobertura geográfica televisiva do estado do Maranhão a partir das duas emissoras, com o objetivo de identificar como se configura o sistema de mídia no estado, atendendo o primeiro objetivo específico desta dissertação, procurando relacionar as principais similaridades entre os dois veículos aqui estudados. Posteriormente, no capítulo 5, intitulado **TELEJORNALISMO REGIONAL E A PERCEPÇÃO DE QUEM PRODUZ A NOTÍCIA: O que dizem os profissionais de comunicação das TV Mirante e TV Difusora**, são apresentados os resultados obtidos a partir das entrevistas realizadas com os editores-chefes e produtores das duas emissoras. O capítulo está dividido em cinco seções, por quatro eixos temáticos. Por fim, no capítulo 6, nas **Considerações Finais**, apresentamos as principais considerações acerca do estudo.

O intuito principal da realização deste trabalho está em destinar o olhar para quem produz diariamente a notícia regional no estado do Maranhão, para compreendermos o que de fato acontece, para além da literatura especializada, na produção desse material que chega até a população como representação da realidade.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Antes de partirmos para a discussão teórica, propomos a apresentação da metodologia. Desse modo, neste segundo capítulo apresentaremos os objetivos e problema de pesquisa do trabalho; discorreremos sobre o método e técnicas de pesquisa utilizadas para coleta de dados, assim como apresentamos como foram realizadas as entrevistas com os responsáveis pela produção da notícia dos dois veículos de comunicação estudados.

2.1 Identificando os objetivos e problema da pesquisa

Nesta pesquisa, pretendemos voltar as discussões e análise sobre mídia e jornalismo regional para quem é responsável por produzir esse conteúdo nas duas emissoras de televisão escolhidas para o corpus. Sendo assim, este trabalho possui a seguinte questão-problema: *Como o jornalismo regional é compreendido pelos profissionais de comunicação e estruturado a partir das emissoras de TV do Maranhão?* Baseando-se nesse questionamento, apresentamos alguns objetivos a serem cumpridos:

a) Objetivo geral:

Compreender o conceito de jornalismo regional a partir da percepção e das rotinas de produção dos profissionais de comunicação das redações da TV Mirante e TV Difusora, do Maranhão.

b) Objetivos específicos:

- 1) Mapear a distribuição do sistema de televisão do estado do Maranhão a partir das emissoras TV Mirante e TV Difusora;
- 2) Verificar quais características que o jornalismo regional possui a partir da visão dos profissionais dos dois veículos;
- 3) Identificar aspectos da rotina de produção dos profissionais em ambiente regional.

Com esses objetivos traçados, partimos de alguns pressupostos. O primeiro é que os profissionais podem até compreender e conceituar, no sentido idealizador do termo, o jornalismo regional e entender o impacto do seu exercício na vida das pessoas, mas na prática as forças internas e externas atreladas às emissoras enquanto empresas comerciais, como a relação direta de grupos políticos e econômicos, interferem no trabalho mais independente desses profissionais (P1).

O segundo pressuposto relaciona-se ao fator mercadológico dos dois veículos. Acreditamos que um dos fatores que interferem na produção mais aflorada e contemplativa do jornalismo regional no estado está intrinsecamente ligado ao corte de gastos e de pessoal, como equipes enxutas que precisam se deslocar até determinados lugares que estão fora das cidades-sede em que estão localizadas geograficamente as praças das emissoras (P2).

Para atender aos objetivos e comprovar os pressupostos levantados, a pesquisa tem como escopo metodológico o método de análise qualitativo, e trabalha com duas técnicas de pesquisa: a análise documental, que atende o primeiro objetivo específico do trabalho; e a entrevista, a qual compreende os demais objetivos e o problema de pesquisa. No próximo tópico trataremos de modo pontual sobre cada uma e os caminhos da pesquisa.

2.2 Corpo metodológico do trabalho: o uso das técnicas de coletas de dados por meio da análise documental e entrevistas

Uma das principais discussões no ambiente da pós-graduação gira em torno da importância da escolha e do detalhamento do corpo metodológico da pesquisa. Professores e pesquisadores da área (BRAGA, 2011; MARTINO, 2018) se dedicam a ensinar e apresentar aos alunos formas de como se pensar na metodologia de um trabalho científico, assim como de construir um trabalho calcado nas discussões teóricas e metodológicas. É pertinente pensar a comunicação como uma ciência que trará considerações e reflexões de parcelas da realidade. Martino (2018, p. 31) pondera que “a comunicação é uma ciência desde que por ‘ciência’ você entenda um conjunto sistemático e rigoroso, ao mesmo tempo aberto e dinâmico, de conhecimentos a respeito de um tema”.

Desse modo, é de extrema relevância detalhar os passos da pesquisa para compreendermos como chegamos a determinadas respostas. Sendo assim, apresentaremos neste tópico quais caminhos percorremos para responder os questionamentos dessa dissertação. A pesquisa tem como método uma abordagem qualitativa, a qual permite compreender as características dos dados. Martino (2018, p. 99, grifo do autor) demonstra que “pesquisas qualitativas estão preocupadas com os *significados* presentes nas ações humanas”, o que reflete no desenvolvimento deste trabalho, que procura compreender como as práticas, ou seja, as ações nas rotinas de produção da notícia telejornalística regional são entendidas pelos jornalistas.

Para chegar a essas reflexões nos apoiamos em duas técnicas de pesquisa. No primeiro momento trabalhamos com o uso da análise documental com o intuito de responder o primeiro objetivo específico do trabalho, que é mapear a distribuição do sistema de televisão do estado do Maranhão a partir das emissoras TV Mirante e TV Difusora. A análise documental é compreendida tanto como método quanto como técnica de pesquisa. Caracteriza-se como método quando se torna base precursora para um estudo e como técnica, quando é utilizada em comunhão com outras (MOREIRA, 2005), como é o caso desse trabalho, que se utiliza também de entrevistas.

A análise documental serve para reunir documentos, que não se resumem somente a papéis físicos e oficiais, mas também a fotografias, sons, filmes, músicas, entre outros elementos que irão auxiliar no processo de estudo, investigação, reflexão e de contextualização de um determinado objeto. A técnica é “uma forma de investigação” (MOREIRA, 2005, p. 276) fundamentada em analisar documentos a partir de semelhanças e diferenças. Moreira (2005, p. 276) verifica que a análise documental tem a finalidade de “descrever e representar os documentos de maneira unificada e sistemática para facilitar a sua recuperação” – algo que reflete diretamente na primeira parte empírica desta pesquisa.

Desse modo, o mapeamento foi baseado em fontes documentais e entrevistas com profissionais das duas emissoras de comunicação. Para compreender como são operacionalizados e estruturados os dois veículos, nos baseamos no mapeamento participativo que, de acordo com Silva e Verbicaro (2016, p. 11), refere-se à “ferramenta para representar como a comunidade percebe o seu território e as

características significativas dentro do mesmo”. O objetivo principal do mapeamento aqui proposto é refletir e ilustrar, por meio dos mapas e quadros, como as esferas midiáticas delineiam o espaço territorial do estado do Maranhão.

Para o mapeamento da estruturação dos dois conglomerados de mídia no estado foi preciso entrar em contato por meio do WhatsApp com os profissionais das duas emissoras, porém, para conseguir os dados necessários tivemos que nos deslocar fisicamente até a cabeça de rede dos dois veículos, na capital do Maranhão, São Luís. Ainda assim encontramos dificuldade em sistematizar essas informações, tendo em vista que não existe nenhum trabalho que reúna todos esses dados e, na maioria das vezes, os próprios veículos de comunicação não possuíam, de modo detalhado e metódico, os elementos que constituem a organização estrutural da parte televisiva das emissoras. Em vista disso, além de contatar funcionários das cabeças de rede foi preciso entrar em contato também com os profissionais que trabalham nas praças das duas TVs.

Após realizar os contatos e reunir todos os dados, por meio de documentos cedidos pelas emissoras ou encontrados em sites de pesquisa e trabalho acadêmico, sistematizamos no trabalho questões relacionadas a: parte histórica das emissoras (sobre a TV Difusora há como referência o trabalho de Figueiredo (2016) que resgata esses elementos em sua tese, já sobre a TV Mirante foi preciso averiguar com a própria emissora); parte administrativa, com o intuito de verificar laços políticos com os conglomerados de mídia do estado, informação resgatada no site da Receita Federal¹⁰; área de cobertura; programação de conteúdo televisivo; participação e interação com as praças e a quantidade de profissionais que trabalham nas redações dos dois veículos de comunicação. Todas essas e outras informações foram concedidas, em forma de documento, ou em conversa com os profissionais, pelas duas emissoras.

As informações a respeito do mapeamento são apresentadas no capítulo 4 desta dissertação. Trata-se de um capítulo teórico-analítico, no qual trazemos as discussões sobre a importância de compreender como se configuram os sistemas de mídia, trazendo assim os resultados obtidos a partir da compilação das informações conseguidas. Os dados são apresentados em forma de texto e em forma gráfica, para

¹⁰ Disponível em http://servicos.receita.fazenda.gov.br/Servicos/cnpjreva/cnpjreva_solicitacao.asp. Acesso em: 25 jul. 2020.

melhor visualização da estrutura dos dois veículos de comunicação no estado. Além de entender, de modo estruturado, como se configura o sistema de mídia regional no estado, o mapeamento servirá como embasamento analítico para futuras pesquisas da área.

No tópico a seguir apresentamos a técnica de entrevistas, que dará conta dos demais objetivos e pergunta de pesquisa deste trabalho. Discutimos sua relevância para os estudos da área da Comunicação, em especial, no Jornalismo, e mostraremos os próximos passos a serem feitos para a realização das entrevistas e coleta de dados.

2.3 O uso da técnica de entrevistas nos estudos de Jornalismo

A principal técnica utilizada para obtenção de dados para esta pesquisa se respalda no uso de entrevistas. Essa é uma das técnicas mais utilizadas no âmbito das pesquisas na área da Comunicação, como também nas Ciências Sociais de modo geral (MARCONI; LAKATOS, 2002; MARTINO, 2018), e, por isso, muitas vezes é considerada como “simples” quando na verdade possui complexidades que precisam ser consideradas antes de executá-la. Para este trabalho focaremos no uso da técnica de entrevistas para estudos de Jornalismo.

Ao fazer o estado da arte das teses e dissertações defendidas entre os anos de 2014 e 2018 cadastradas no repositório da Capes que de algum modo se destinavam a estudar mídia e telejornalismo regional, percebemos que das 42¹¹ pesquisas 16 utilizavam a técnica da entrevista. Um número relativamente considerável, pois na reunião dos dados essa era a segunda técnica mais utilizada pelos pesquisadores. Porém, há de se considerar que encontramos poucos trabalhos sobre mídia regional. De todo modo, compreendemos que o que irá definir os métodos e técnicas de pesquisas a serem utilizadas nos trabalhos científicos são os objetivos e problema de pesquisa traçados, e não o pesquisador.

¹¹ Foram encontrados, ao todo, 45 trabalhos sobre mídia e telejornalismo regional. Contudo, no tratamento e análise dos dados foram descartados três trabalhos que não estavam disponibilizados na íntegra na plataforma Sucupira, e que não traziam a identificação dos métodos e técnicas utilizados, tendo somente seus resumos disponíveis.

Como o objetivo principal desta dissertação é compreender o conceito de jornalismo regional a partir da percepção e das rotinas de produção dos jornalistas das redações da TV Mirante e TV Difusora, do Maranhão, nos apropriaremos do uso de entrevistas, as quais permitem investigar um problema e compreendê-lo para auxiliar no entendimento de determinadas práticas. Pereira e Neves (2013, p. 37) consideram “a entrevista como uma interação simbólica, uma situação em que se negociam pontos de vista, sentimentos e motivações, interpretações sobre o mundo, estatutos e identidades sociais”. As entrevistas podem ser classificadas tanto como qualitativas quanto quantitativas (DUARTE, 2005; MARTINO, 2018; MARCONI; LAKATOS, 2002). Para este trabalho, empregaremos entrevistas com abordagem qualitativa.

Existem três tipos de entrevistas: abertas, semiabertas e fechadas. Utilizaremos as semiabertas em profundidade, que têm como finalidade explorar informações de modo mais detalhado e minucioso oferecendo uma certa liberdade ao entrevistado, mas sem perder o foco da investigação (MARTINO, 2018). Conforme Duarte (2005, p. 62) relata, “é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer”.

Pereira e Neves (2013) nos oferecem uma espécie de guia com dicas para evitar determinadas situações que possam vir a comprometer a análise e coleta de dados, tais como: procurar, na medida do possível, estender ao máximo o tempo de entrevista a fim de captar um considerável nível de informações, assim como estabelecer uma relação de confiança com os entrevistados. Além disso, os autores alertam que o lugar e as condições nas quais serão feitas as entrevistas devem ser levadas em considerações.

Esses elementos foram ponderados para a realização das entrevistas desta pesquisa. Em virtude da pandemia da COVID-19¹², a maioria das entrevistas foi realizada de forma online, através da plataforma do Google Meet e por chamada de vídeo do aplicativo de mensagens WhatsApp. Sendo assim, no próximo tópico iremos

¹² A doença da COVID-19 teve seu primeiro caso no mês de dezembro de 2019 na cidade de Wuhan, na China. Logo após, no dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde classificou o novo corona vírus como pandemia, tornando-se problema de saúde pública mundial.

apresentar de forma mais detalhada como foram realizadas, quais os profissionais escolhidos para o corpus e o motivo que norteou a seleção dos entrevistados.

2.4 Estruturação do corpus da pesquisa

A fim de responder a questão-problema e alcançar os objetivos da dissertação, escolhemos como objeto de pesquisa os profissionais de comunicação responsáveis pela produção telejornalística das TV Mirante e TV Difusora, sediadas no estado do Maranhão. O motivo de escolhermos as duas emissoras se dá por serem consideradas as de maior alcance midiático no estado e por serem integrantes dos dois maiores conglomerados de mídia do país, Rede Globo e SBT, respectivamente. Como a pergunta de pesquisa e o objetivo principal estão focados em compreender como os profissionais de comunicação que atuam na redação das duas emissoras de televisão entendem o conceito e a prática do jornalismo regional no estado, neste primeiro momento destinaremos as entrevistas aos editores-chefes e produtores de telejornais regionais dos dois veículos de comunicação.

Além de compreender a percepção dos profissionais frente ao conceito de jornalismo regional, procuramos também verificar e identificar as características e possíveis implicações durante a construção da notícia telejornalística. Sendo assim, a escolha por entrevistas com os produtores está ancorada na sua função dentro de um telejornal, que é levantar informações e produzir pautas que serão executadas pelos repórteres. Segundo Barbeiro e Lima (2002), o produtor é responsável pela coordenação e organização do telejornal. Já o editor-chefe é aquele que, de certo modo, aprova o que será ou não produzido, escolhendo quais reportagens serão realizadas, em reunião de pauta. Antes da execução tudo passa pelo editor-chefe. Ele é “responsável direto pelo telejornal” (BARBEIRO; LIMA, 2002, p. 55).

Por essas razões selecionamos profissionais que possuem essas duas funções dentro das redações. Entretanto, as duas emissoras escolhidas para a análise possuem peculiaridades que interferiram no processo de escolha. Após o levantamento de profissionais que atuam na produção da notícia da TV Mirante e TV Difusora, percebemos a tendência de acúmulo de funções dentro das redações. Por exemplo, há repórteres e apresentadores que ao mesmo tempo exercem a tarefa de produtor, ou até mesmo editores-chefes que executam também o papel de produtor

ou repórter. Foram particularidades que levamos em consideração antes de partirmos para campo e que fizeram ampliar nosso corpus de pesquisa.

Nosso principal foco é realizar entrevistas com profissionais de locais que possuem redações das duas emissoras, com produção local. Durante o mapeamento, constatamos que a TV Mirante tem somente redação em Imperatriz e São Luís; as três praças, Caxias, Santa Inês e Balsas são dependentes da cabeça de rede. No entanto, ao irmos para a execução das entrevistas com profissionais que trabalham na emissora, identificamos que as praças de Caxias, Balsas e Santa Inês, apesar de não possuírem uma redação estruturada como as demais, têm profissionais que atuam como editores-chefes e produtores das pautas sobre as cidades que fazem parte da área de cobertura, sendo, portanto, inseridos na pesquisa. Já no caso da TV Difusora, as três praças possuem redação, as quais foram incluídas diretamente no planejamento das entrevistas.

Devido às modificações nas relações e interações sociais atualmente, ocasionadas pela pandemia da COVID-19, a maioria das entrevistas foi realizada entre os meses de outubro e dezembro de 2020 de forma remota por ligação de vídeo através da ferramenta Meet disponibilizada pelo Google e pelo WhatsApp. Por esse motivo, encontramos percalços na execução das entrevistas. Além da dificuldade em entrevistar profissionais que atuam na produção diária da notícia por conta da rotina de trabalho, o sistema remoto também retardou o desenvolvimento das conversas. Ressaltamos que as entrevistas com os profissionais que trabalham em Imperatriz foram realizadas presencialmente nas praças dos dois veículos no período de dois dias, antes de a Organização Mundial da Saúde¹³ declarar que enfrentávamos uma pandemia.

Ao todo, realizamos 18 entrevistas com profissionais das praças das emissoras. Salientamos que somente a praça da TV Mirante Cocais, em Caxias, não foi contemplada. Tentamos encontrar, por diversas vezes, algum profissional que estivesse responsável pela produção da sucursal, mas isso foi inviabilizado por conta da pandemia e pelas eleições municipais de 2020, em que a pessoa responsável pela praça estava pleiteando cargo de vereador na cidade e, portanto, estava afastada do

¹³ A declaração oficial foi decretada pelo Diretor-Geral da Organização Mundial da Saúde no dia 11 de março de 2020. Disponível em <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>. Acesso em: 28 maio. 2021.

trabalho¹⁴. Todavia, todas as questões relacionadas à TV Mirante Cocais foram abordadas nas demais entrevistas, de modo que ela fosse contemplada no trabalho.

Além dessas, utilizamos, ainda, três entrevistas realizadas pelo grupo de pesquisa COPS, executadas no mês de junho de 2020, que de algum modo se relacionavam com a proposta desta dissertação. Uma com o ex-editor-chefe do JM2 e com a chefe de reportagem, ambas da TV Mirante de Imperatriz; e com a coordenadora de jornalismo e produtora da TV Difusora Sul, também de Imperatriz.

No Quadro 1 apresentamos o perfil desses entrevistados com suas respectivas funções; formação, visto que boa parte dos profissionais que trabalham na parte telejornalística das emissoras não são formados em jornalismo; anos de carreira na profissão; e o tempo em que estão nos veículos.

Quadro 1 - Perfil dos profissionais de comunicação entrevistados para a pesquisa

Profissional	Formação	Função	Anos de carreira	Tempo dentro da empresa
P1	Jornalismo	Editora-chefe, chefe de reportagem e Apresentadora	10 anos	7 anos
P2	Jornalismo	Editor-chefe	15 anos	3 semanas
P3	Pedagogia	Editor-chefe e diretor de jornalismo	37 anos	32 anos
P4	Letras	Editor-chefe	10 anos	6 anos
P5	Teologia	Editor-chefe e apresentador	36 anos	13 anos
P6	Jornalismo	Produtora e repórter	7 anos	7 anos

¹⁴ Além disso, não foi possível entrar em contato com a pessoa que o substituiu durante o período de entrevistas; só conseguimos resposta quando a pessoa substituta já estava saindo.

P7	Jornalismo	Produtora e coordenadora de jornalismo	8 anos	6 anos
P8	Jornalismo	Editora-chefe e apresentador	12 anos	12 anos
P9	Jornalismo	Produtor e apresentador de quadro informativo	6 anos	2 anos
P10	Jornalismo	Editor-chefe e apresentador	35 anos	4 anos
P11	Jornalismo	Produtora	8 anos	3 anos
P12	Rádio e TV	Produtora	8 anos	8 anos
P13	Letras	Produtor	28 anos	26 anos
P14	Pedagogia	Editor-chefe e repórter	29 anos	31 anos
P15	Jornalismo	Editora-chefe	20 anos	18 anos
P16	Rádio e TV	Editora-chefe e produtora	28 anos	26 anos
P17	Publicidade e Propaganda	Editora-chefe e apresentadora	30 anos	30 anos
P18 ¹⁵	Jornalismo	Ex-editor-chefe	7 anos	7 anos

Fonte: elaboração própria com informações dos entrevistados (2021).

¹⁵ P18 não faz mais parte do quadro de profissionais da empresa. O ex-editor-chefe da TV Mirante de Imperatriz saiu da emissora após o período de entrevistas desta pesquisa.

Como trabalhamos com entrevistas em profundidade, antes de irmos a campo fizemos um modelo de roteiro com dez perguntas previamente elaboradas, como recomendado por Duarte (2005) ao caracterizar as entrevistas semiabertas. No decorrer das entrevistas foram surgindo novos questionamentos que delinearão a compreensão do tema frente à visão e rotina dos profissionais. Frisamos que os nomes dos jornalistas entrevistados não são divulgados para manter o sigilo da fonte.

Com as conversas efetuadas dividimos a parte analítica, contemplada no capítulo 5 deste trabalho, em eixos temáticos, para melhor estruturação e compreensão das informações. Por meio da criação de categorias foi possível acoplar as discussões e declarações feitas pelos entrevistados, correlacionando com o que a literatura aponta, não só descrevendo como também analisando e discutindo de modo aprofundado (DUARTE, 2005).

Nos capítulos seguintes trataremos das discussões teóricas sobre mídia e jornalismo regional e suas potencialidades para a organização social, econômica, política e cultural de uma região, assim como os encadeamentos que interferem diretamente em seu desenvolvimento e o panorama acerca da estrutura dos dois sistemas de mídia dentro do estado do Maranhão.

3 MÍDIA E JORNALISMO REGIONAL: singularidades e pertinências

A indústria de mídia tem potencial para oferecer caminhos que ajudem a sociedade a compreender seu pertencimento, referências, identidades e representações, por meio de seus produtos midiáticos, em especial, pelo (tele)jornalismo. Assim, neste capítulo, discutiremos como os meios de comunicação se tornam mediadores culturais simbólicos que ajudam a construir e reforçar a ideia de comunidade social entre grupos de determinados espaços territoriais, rompendo barreiras geográficas e oferecendo um senso de lugar demarcado pela difusão dos fluxos midiáticos. Além disso, fazemos um apanhado do conceito e estruturação da mídia regional no Brasil e suas estreitas relações com grupos econômicos e políticos.

3.1 Entendendo a mídia regional: conceitos e estruturação do sistema de radiodifusão no país

Entender o conceito de mídia regional significa percorrer elementos que a constituem e a validam nos âmbitos comunicacional, social, econômico, político, cultural e histórico. O regional atravessa complexificações que interferem, e ao mesmo tempo moldam, a compreensão do ser e estar no espaço territorial e simbólico, através dos meios de comunicação. Todavia, mesmo que a definição de mídia regional seja ampla e acarrete implicações que nos façam entender sua atuação e pertinência para as esferas da sociedade, Aguiar (2016, p. 104) certifica que:

“regionalizar” não significa apenas dividir, recortar espaços, mas, principalmente, ocupar, requalificar ou ressignificar parcelas de territórios, por meio de intervenções midiáticas que busquem diferenciar-se daquelas já desenvolvidas nas áreas centrais, em termos de construção de identidades, ao mesmo tempo em que produzem certos modelos de negócios, referências estéticas e aplicações tecnológicas (AGUIAR, 2016, p. 104).

De modo geral, grande parte dos autores que se destinam a estudá-la compreendem-na como a que tem grande potencial para oferecer proximidade com o público e fontes; serve como espaço de pertencimento, referências, identidades e representação sociocultural, econômica e política; assim como tem a capacidade de se tornar lugar de maior engajamento e credibilidade do público junto aos veículos de comunicação regional (BAZI, 2001; DORNELLES, 2012; AGUIAR, 2016; PINTO,

2017). Jornalismo e mídia regional se imbricam, mas, como Biroli e Miguel (2017, p. 8) apontam, o jornalismo é “entendido como o sistema que reúne, seleciona, hierarquiza, organiza e vende informações sobre a atualidade”. Desse modo, consideramos o jornalismo regional aquele que opera para uma determinada área geográfica assumindo um papel de pertencimento identitário, cultural, emocional e temático.

Pensar em mídia e jornalismo regional significa pensar em questões que vão além do estar inserido no mesmo espaço geográfico de uma emissora regional. Alguns dos encadeamentos relacionados à mídia regional começa pelo fator mercadológico que rege os meios de comunicação. Antes de a mídia ser um lugar de fala democrática, com espaço para liberdade de expressão e pluralidade de fatos e representações da realidade, ela atua como empresa com interesses econômicos e políticos. O fortalecimento da mídia regional ocorre justamente por estratégia de mercado.

Mas, de que modo a mídia regional é retratada? Alguns teóricos (PERUZZO, 2005; BAZI, 2007; PEREIRA; CALEFFI, 2019) defendem que a mídia nasce local, tendo em vista que sua área de cobertura se restringia a espaços limitados. Porém, Oliveira Filho (2019) problematiza esse pensamento ao indicar que, o fato de o veículo estar em um local não significa que ele retrate questões de onde se encontra fisicamente. No início da imprensa, os jornais, em especial os de televisão, veiculavam notícias de diversas localidades (MUNHOZ, 2008; OLIVEIRA FILHO, 2019).

De toda forma, após um processo de desenvolvimento e organização das emissoras de televisão, os veículos de comunicação espalhados pelo país começaram a se integrar formando conglomerados de mídia. A estruturação da mídia regional de radiodifusão perpassa o sistema de criação de rede de afiliadas. A consolidação desse modelo de mercado ocorreu no começo da década de 1970, tendo a Rede Globo como pioneira nesse nicho de produção (MUNHOZ, 2008; MATTOS, 2010). Apesar disso, foi somente em meados da década de 1990 que a mídia televisiva regional no Brasil atingiu uma dimensão considerável.

A chegada da televisão paga e da internet no país provocou perda de audiência nos programas audiovisuais de canal aberto, tendo em vista que as pessoas começaram a se interessar mais pelo conteúdo retransmitido na TV a cabo e na internet (SIMÕES, 2011; MATTOS, 2012). Uma das soluções encontradas para o

retorno de audiência na TV aberta foi o investimento em produção de conteúdo regional (SIMÕES, 2011). As empresas de comunicação começaram a descentralizar suas sedes e a produção de notícias. Isso foi visto como favorável economicamente para os veículos.

Como modelo de negócio, a Rede Globo, maior emissora do país, começou a incentivar, com mais assiduidade, a programação regional, a partir da ruptura da centralização da televisão brasileira nas metrópoles, quebrando espaços geográficos e atingindo uma maior abrangência territorial descentralizada (BAZI, 2007). Ao todo, o grupo possui 120 emissoras¹⁶ distribuídas pelo país, em que, cinco são cabeças de rede e as demais são afiliadas ao grupo. Bonner (2009) afirma que os telejornais que fazem parte do grupo da Rede Globo não só estão presentes em diversas localidades do Brasil como possuem espaço para produção de conteúdo local e regional de acordo com a região em que se inserem.

Vale ressaltar que a comunicação não é moldada somente pelas práticas socioculturais, mas também pelos aspectos econômicos e políticos. A mídia está interligada a todas as esferas da sociedade e essa discussão nos leva a compreender como os veículos de comunicação estão diretamente ligados a forças políticas e econômicas. Conforme pontua Mosco (2009), “a economia política sempre acreditou que existe um quadro geral da sociedade e que devemos tentar entender isso” (MOSCO, 2009, p. 4, tradução nossa)¹⁷.

Além da discussão sobre a mídia regional ter a função de proximidade, engajamento e credibilidade do jornalista junto ao público (BAZI, 2001), a implantação da regionalização de mídia veio, sobretudo, como um fator econômico voltado para as empresas de comunicação, pois, de acordo com a lógica de mercado, se torna favorável expandir o modelo de negócios em todo território brasileiro. Autores que se dedicam a estudar o campo teórico sobre a Economia Política da Comunicação (EPC) também relatam que estamos na era do capitalismo monopolista (BOLAÑO, 1986), que encontra nos setores da indústria cultural caminhos propícios para expansão de seus capitais.

Outro aspecto importante que procura regulamentar a efetivação da mídia regional está previsto na Constituição Federal de 1988, no artigo 221, o qual

¹⁶ Disponível em <https://negocios8.redeglobo.com.br/Paginas/Brasil.aspx>. Acesso em: 27 jul. 2020.

¹⁷ Texto original: “*Political economy has always believed that there is a big picture of society and that we should try to understand it*” (MOSCO, 2009a, p. 4).

estabelece que a produção e programação das emissoras de radiodifusão devem promover, por meio de seu conteúdo, a “regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei” (BRASIL, 2016). Embora exista uma lei que preveja, ainda não é regulamentada devidamente. Por conta disso foram desenvolvidos projetos de lei com intuito de normatizar e valorizar a cultura regional das diversas regiões na mídia.

O primeiro deles é o PL nº 256/1991¹⁸, que objetiva pôr em prática o disposto no artigo 221, inciso III, da Constituição Federal de 1988, que prevê o dever da mídia de regionalizar a produção cultural, artística e jornalística nos meios de comunicação, com ênfase na produção independente. O segundo PL, nº 3384/1997¹⁹, estabelece a “obrigatoriedade das emissoras de radiodifusão de sons e imagens (televisão) destinarem horários específicos à veiculação de programação local”.

Já o terceiro, de nº 7075/2002²⁰, estipula que as emissoras de rádio e televisão devem destinar 30% da programação à produção e veiculação de cultura local e regional. Por fim, o último Projeto de Lei, nº 1441/2015²¹, está interligado como complemento do primeiro, que propõe a regulamentação do que prevê o inciso III do art. 221 da Constituição Federal, o qual pretende regularizar os percentuais de programação regional das emissoras de radiodifusão sonora e televisiva. Apesar dos quatro projetos de lei terem como incentivo a regulamentação da regionalização da mídia, cada um propõe uma medida própria que estabeleça a efetivação da programação regional. Salienta-se, no entanto, que os quatro projetos de lei, até o momento, continuam em trâmite.

O que interessa é que, além de ultrapassar dimensões geográficas levando sinal de cobertura para todas as regiões do Brasil, é importante destinar espaços para conteúdo que seja regional, devido à pluralidade cultural, econômica, linguística e social existentes no território nacional. Na teoria, a produção de notícia regional tem o intuito principal de abrir mais espaços para essas manifestações na mídia, tendo em

¹⁸ Disponível em <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=15222>. Acesso em: 13 set. 2020.

¹⁹ Disponível em <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=19575>. Acesso em: 13 set. 2020.

²⁰ Disponível em <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=61611>. Acesso em: 13 set. 2020.

²¹ Disponível em <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=1230160>. Acesso em: 13 set. 2020.

vista que é considerada como formadora de indivíduos, principalmente o meio televisivo, visto como a grande praça pública do país (VIZEU, 2006). Entretanto, vale ressaltar que, apesar dessas competências dirigidas à mídia regional, existem diversos pontos que coagem sua atuação no espaço social.

Apesar da discussão e reflexão da mídia regional como preponderante para as pessoas em sociedade, e por haver limitações e controles de grupos políticos, religiosos e de famílias nos veículos de comunicação, existe uma realidade que está fora desse contexto e que pode ser, inclusive, mais problemática.

O Atlas da Notícia de 2020²² apontou que há uma estimativa de que 62,6% dos municípios brasileiros estejam em desertos de notícia, ou seja, não possuem nenhum veículo ou meio de obtenção de notícias para a população que reside naquela localidade. O relatório ainda aponta que 19,2% dos municípios estão em “quase desertos de notícias”, pois possuem somente um ou dois veículos de comunicação. Ao todo, 64,8 mil habitantes nacionais estão em desertos ou quase desertos de notícia no Brasil. As regiões Norte e Nordeste são as que mais sofrem com essa realidade. De acordo com o relatório, o estado do Maranhão alcança uma margem de 75% do território em desertos de notícia.

Sendo uma realidade frequente a nível nacional e internacional (MILLER, 2018; JAVORSKI; BARGAS, 2020), a falta de veículos jornalísticos nos ambientes locais e regionais afeta a pluralidade da notícia em contextos democráticos. O acesso à informação é reconhecido como direito mínimo do cidadão, mas, ao encontrar contextos de desertos ou quase desertos de notícia, o desenvolvimento local torna-se limitado deparando-se com um campo midiático concentrado e menos plural. Entretanto, “mesmo em locais com grande volume de informações, a desinformação está presente devido à concentração da propriedade dos meios de comunicação e, conseqüente, da cobertura homogeneizada dos fatos” (JAVORSKI; BARGAS, 2020, p. 5).

Ainda assim, vale pontuar que os constrangimentos que afetam o ambiente democrático da informação, com conteúdo plural que contemple o cidadão e suas particularidades, não acontecem somente nos veículos de comunicação regional, é algo recorrente também nos de abrangência nacional, e até mesmo internacional (HALLIN; MANCINI, 2004; GUERRERO, 2014; PINTO, 2017). Guerrero (2014), ao

²² Disponível em <https://www.atlas.jor.br/> Acesso em: 16 abr. 2021.

estudar os sistemas de mídia da América Latina, percebe três aspectos principais que caracterizam o ambiente midiático desses países: proximidade entre políticos e mídias tradicionais; clientelismo; e desregulamentação e reforma do mercado. Conforme o autor, a construção de um sistema oligopolista e voltado ao clientelismo prejudica a efetivação da regulamentação do exercício de mídia. O problema é que, ao discutir sobre mídia regional, grande parte dos pesquisadores, profissionais, e até mesmo parte da sociedade, a enxergam e a retratam como “inferior”, “periférica”, “à margem” etc. (ASSIS, 2013; PINTO, 2017), e relatam os veículos de empresas nacionais como “mídia de referência”, “centro” e/ou “grande imprensa” (AGUIAR, 2016; PINTO, 2017).

No entanto, Pinto (2017) defende a mídia regional como parte integrante do sistema de mídia, que possui capacidade para retratar peculiaridades e interferir diretamente no ambiente econômico-político, sociocultural e sociogeográfico de uma região. É nessa perspectiva que pretendemos seguir para a discussão deste trabalho. No tópico a seguir, discorreremos sobre a correlação entre território e mídia e suas abordagens dentro das discussões sobre geografias da comunicação. Trazemos o termo de *glocalização*, que procura conceituar os processos sociais, tecnológicos e midiáticos que vivemos na era da globalização, os quais fazem emergir cada vez mais o ser local e as relações de proximidade, geográficas e simbólicas.

3.2 Do local ao global: o sentimento de pertencimento na era da glocalização configurada por aspectos midiáticos

Local versus global. Ao falarmos sobre mídia regional e local a primeira coisa que nos vem à mente é a dicotomia entre globalização e regionalização. Todavia, o que acontece de fato não é um distanciamento entre um e outro, mas sim uma complementação (PERUZZO, 2005). Robertson (2005) pontua que na sociedade atual há predisposição em estabelecer uma diferenciação entre global e local, em uma perspectiva binária. Entretanto, o autor nos propõe pensar na relação existente entre global e local. Santos (2006, p. 231) compreende que “cada lugar é, ao mesmo tempo, objeto de uma razão global e de uma razão local, convivendo dialeticamente”.

Em termos midiáticos, percebemos a necessidade de se ter informações tanto globais como locais, prática incentivada pelas tecnologias digitais que estão cada vez mais difundidas na era da pós-modernidade. Ao mesmo tempo em que o cidadão

sente a necessidade de inteirar-se do que acontece ao seu redor – geograficamente – ele necessita saber sobre as notícias que cercam o mundo.

Em suas discussões, o sociólogo Robertson (2005) trabalha o conceito de *glocalização*, termo surgido na agricultura japonesa em 1990, que serve para explicar justamente as imbricações existentes na vinculação do global com o local. O autor relata que “o local foi globalizado; assim como o global tem sido localizado” (ROBERTSON, 2005, p. 5). As particularidades locais podem se expandir para o global, como também o global pode chegar ao local. Apesar disso, Aguiar (2016) relata que ainda não há elementos suficientes que contemplem a *glocalização* nos estudos da área de atuação jornalística, tanto em nível nacional como internacional.

Embora os estudos sobre produções jornalísticas ainda não deem conta de aprofundar a discussão sobre *glocalização*, compreendemos que mídia regional se acentua, justamente, da ideia de globalização, da emergência da proximidade, tanto em termos midiáticos como geográficos, em meio a um ambiente multinacionalizado (GARCIA, 2002; SCHOENHERR; GADINI, 2016; PINTO, 2017).

Sobre a perspectiva geográfica, que tem calcado as discussões sobre *glocalização*, Oliveira (2013) defende que o estudo da comunicação regional parte do entendimento de território, onde o espaço é moldado pelas particularidades, técnicas, linguajar, culturas, economia etc., que delimitam o lugar. O autor percebe que os meios de comunicação contribuem para a demarcação dos espaços, além de serem legitimadoras no desenvolvimento da região.

Se outrora a energia foi instrumento de união entre as diversas partes de um território, hoje a informação é o verdadeiro combustível. Os meios de comunicação e informação, desse modo, cumprem função primordial na “costura” deste território porque a um só tempo promovem a ligação de uma parte à outra (fazendo a totalidade) e, como meios técnicos de informação, contribuem para a distinção de uma parte da outra (OLIVEIRA, 2013, p. 112).

A divisão regional não é marcada pela homogeneização, mas sim pela união de diversos elementos que discernem o território. Santos (2006, p. 25) aponta que “o espaço é um misto, um híbrido, um composto de formas-conteúdo”. Essa conjunção, se torna validada, por vezes, pelas instituições midiáticas. Pontuamos a pertinência em dedicar estudos para geografias da comunicação, tendo em vista que são elementos convergentes que contribuem para compreensão de espaços geográficos e midiáticos. A geografia é um dos elementos que ajudam a delinear as práticas

jornalísticas dos meios de comunicação regional e local em determinados territórios (HESS, 2013; MOREIRA, 2019). É pensar o regional enquanto espaço moldado pelo jornalismo e a espacialidade configurada por essas práticas.

Aguiar (2016) demonstra a importância de compreender as instituições jornalísticas e suas implicações de poder como fator atuante sobre e através dos espaços. O processo de regionalização segue dois aspectos: a regionalização física e a de conteúdo, conforme demonstra Moura Filho (2014). Segundo o autor, a física diz respeito ao processo de amplificação dos veículos, a fim de alcançar áreas geográficas. Já a de conteúdo relaciona-se à produção dos meios de comunicação sobre questões que circunscrevam as temáticas acerca do espaço. “O local é, então, um espaço territorial, mas também construído e amparado nos sentimentos de pertencimento, de comunidade, de permanência. Elementos que marcam o que é comum aos sujeitos” (PEREIRA; CALEFFI, 2019, p. 138)²³.

A proximidade das notícias com as pessoas se torna elemento primordial na construção da realidade vivida na região e no espaço simbólico. Garcia (2002, p. 200) defende que em meio ao avanço das práticas globais, o local, por meio da proximidade, também “ocupará seu lugar central”. Além de geográfica, a proximidade se torna também temática, social, cultural, identitária e linguística (CAMPONEZ, 2012; PERUZZO, 2005; SOUSA, 2002). O fator proximidade, além de ser considerado valor-notícia, é o que move e legitima a mídia regional e local.

Em se tratando de valor-notícia, este é o elemento mais comum listado pelos autores (SILVA, G., 2005; FONTCUBERTA, 1993; GALTUNG; RUGE, 1965). Fontcuberta (1993, p. 45) defende que a proximidade é um dos valores mais importantes para a construção da notícia, pois é cativante ter conhecimento das coisas que acontecem próximo do lugar que moramos ou a grupos aos quais nos sentimos pertencentes, mesmo que o fato tenha ocorrido fisicamente distante de onde nos encontramos.

Na mídia regional essas questões se tornam ainda mais presentes. A notícia de proximidade é inerente ao jornalismo local e regional. As pessoas depositam uma espécie de confiança nos jornais, tornando-se implícito o cumprimento da cobertura de fatos e singularidades que são próximas da localidade em que se inserem. Aguiar

²³ Para aprofundar a discussão sobre geografias da comunicação, ver Haesbaert (2010), Barreto (2011), Straubhaar (2019), entre outros.

(2016, p. 70) defende que “a noção de proximidade se constitui, assim, como um quadro de referências fundamental para as leituras do mundo e a construção do presente, pautado pelas noções de identidade e pertencimento”. As relações de proximidade ocorrem por meio do território, dos vínculos de engajamento entre jornalistas e comunidade, e notícia e audiência (OLIVEIRA FILHO, 2019).

Contudo, Camponez (2012) pontua a ambivalência e os desafios da proximidade no caráter normativo da prática jornalística, já que, de acordo com a ética deontológica, a objetividade e o distanciamento dos fatos devem ser tidos como valores morais. Além disso, o princípio da proximidade é considerado muitas vezes pelos veículos de comunicação como estratégia de marketing, como um produto à venda, para garantir a fidelidade do telespectador.

Para pensar além desse contexto, o pesquisador reflete a necessidade de pôr em exercício a ética da proximidade, com o intuito de romper com a imposição do chamado “jornalismo distanciado” (CAMPONEZ, 2012, p. 44) na prática jornalística, contudo, sem ultrapassar os valores éticos e morais. Para o autor, isso significa pensar “o outro enquanto expressão de uma alteridade a quem é preciso dar voz, mas também o outro como diferente, como estrangeiro, que reforça o próprio sentido do nós/eu no mundo; o outro também que nos/me interpela, com uma voz crítica” (CAMPONEZ, 2012, p. 44).

De todo modo, a comunicação local e regional torna-se cada vez mais necessária, intercambiada pelo efeito da globalização, contribuindo para o sentimento de pertencimento, para a construção de identidades e identificações, e pelo envolvimento nas particularidades do local. Sousa (2002) defende que a mídia regional transmite a ideia de familiaridade com as comunidades existentes em cada território. Para isso, Hess e Waller (2014) ressaltam a necessidade de os jornalistas saberem sobre todos os aspectos que regem uma região, de tal modo que contribua para envolvimento do público com os jornais, apropriando-se de uma linguagem próxima e interpretando com mais facilidade as ocorrências cotidianas do lugar.

Em termos geográficos, uma das formas de estar próximo ao público, ocorre, por exemplo, pela passagem do repórter, em uma reportagem de telejornal, pela identificação do lugar do qual se fala, por meio de títulos em jornais impressos/digitais, ou até mesmo pela expressão afirmando que fala de determinado lugar (OLIVEIRA FILHO, 2018). No caso da proximidade por meio da presença do repórter nas matérias

de televisão, é “de certa maneira a inscrição da emissora em território ocupado de maneira física, mas sobretudo simbólica” (COUTINHO; EMERIM, 2019, p. 35). Para Bazi (2001), o repórter local precisa ser a “cara” da região. São alguns dos recursos midiáticos que contribuem para demarcação do espaço territorial.

Quando tratamos da estreita relação entre comunicação e geografia, entendemos também que esta não se limita a recortes territoriais – talvez resida aí a complexidade dos estudos que voltam as discussões para geografias da comunicação. Como já abordado, o local e global são caminhos que se entrelaçam, principalmente, no período das mídias digitais. A questão geográfica no ambiente de mídia ultrapassa fronteiras, devido à rapidez e difusão dos fluxos midiáticos.

Hess e Waller (2014) ressaltam que um indivíduo não precisa, necessariamente, morar em determinado lugar para se sentir pertencente daquela localidade; ele pode consumir conteúdo de determinado jornal sem residir na mesma área geográfica em que se insere o veículo de comunicação, por exemplo. As autoras trabalham o conceito de “senso de lugar” e explicam que:

Um “senso de lugar” difere da noção mais coletiva e coesa de “comunidade” e não assume que os indivíduos tenham valores, pontos de vista ou interesses comuns, apenas porque residem em um espaço geográfico específico ou tenham alguma conexão com ele. Serve como uma força magnética no espaço digital, onde os indivíduos são atraídos para certos nós na informação e fluxos que ressoam com seu “senso de lugar” (HESS; WALLER, 2014, p. 126, tradução nossa)²⁴.

Ao pensar no elo entre território e mídia, Aguiar (2016), em seu livro *Territórios do jornalismo - Geografias da mídia local e regional no Brasil* aborda a questão de escala geográfica como proposta teórica e metodológica para o entendimento da atuação midiática nesses espaços. Após fazer um levantamento de 908 artigos da área da Comunicação que discutiam mídia regional, a autora percebeu a variedade de termos utilizados para conceituar jornalismo regional e propôs um quadro com cinco tipos de escalas e suas demarcações midiáticas e jornalísticas para melhor compreensão do espaço:

²⁴ Texto original: “A “sense of place” differs from the more collective, cohesive notion of “community” and does not assume that individuals have shared values, points of view or common interests merely because they reside in a particular geographic space or have some connection to it. It serves much like a magnetic force in digital space, where individuals are drawn towards certain nodes in information flows that resonate with their ‘sense of place’.” (HESS; WALLER, 2014, p. 126).

Quadro 2 - Recortes espaciais e suas escalas

Escala	Níveis	Recortes espaciais	Exemplos jornalísticos/ midiáticos
Local	hiperlocal	“nanoterritórios”: prédio público, unidade habitacional, rua, quadra	jornal mural, rádio-poste, <i>newsletter</i> , intranet, <i>fanpage</i> etc.
	microlocal	Quarteirão, sub-bairro, bairro, setor geográfico, comunidades rurais	jornal de bairro, rádio comunitária, site sazonal, blog etc.
	mesolocal	município, cidade, centro urbano	pequena imprensa, TV comunitária, agregador de sites e blogs microlocais
	macrolocal	metrópole, região metropolitana	Jornal, rádio, TV e webportal locais
Regional	microrregião	aglomerado de pequenas cidades	jornal e portal local, rádio e TV locais
	mesorregião	aglomerado de cidades em torno de uma cidade-polo	jornal local-regional, rede regional de TV
	Estado	unidade da federação	“grande imprensa” das capitais
	macrorregião	divisão político-administrativa	grupos midiáticos regionais ou nacionais
Nacional	país	território nacional áreas urbanas fronteiriças	rede nacional de TV, webportal nacional jornal, rádio, TV e portal fronteiriços

Internacional	continente região	grupos de países de um continente zonas intracontinentais áreas transcontinentais	agências internacionais de notícias agências regionais de notícias
Global	mundo	Totalidade dos países, articulações intercontinentais	corporações midiáticas transnacionais

Fonte: Aguiar (2016).

Oliveira Filho (2019) percebe a imprescindibilidade em classificar níveis de escalas espaciais para compreender como ocorre a cobertura jornalística de cada localidade. No entanto, o autor reflete que nem sempre isso se torna eficaz, pois é preciso olhar para além dos recortes territoriais, tendo em vista que existem outros fatores que interferem e fazem parte da cobertura midiática, como relações de trabalho entre jornalistas e audiência, falta de recursos que auxiliem o trabalho dos profissionais, elementos socioculturais, entre outros.

Mesmo que Aguiar (2016) tenha classificado as variáveis em níveis de escala, a autora ressalta que o intuito não é hierarquizar o jornalismo nacional em detrimento do local e regional, trata-se apenas de compreender as áreas de atuação de cada esfera. Para este trabalho, nos apoiaremos, teoricamente e metodologicamente, no nível regional apresentado por Aguiar (2016) e traremos as implicações retratadas por Oliveira Filho (2019) em relação a cobertura midiática dividida por escalas.

Dessa forma, consideramos pertinente compreender como se dá a proximidade temática, que é acionada por aproximações culturais, afetivas, e identitárias construídas a partir do espaço oferecido para cobertura de um conteúdo mais regionalizado, evidenciado as singularidades do local e contribuindo para manifestação das representações regionais. Na maioria das vezes possui mais impacto na sociedade, quando tratamos do contexto global e do processo de exílio, de pessoas que saem, fisicamente, de suas origens, mas que não perdem os vínculos afetivos daquele determinado local. Entretanto, a proximidade geográfica não deixa de possuir sua importância no meio regional, e, todas as formas de aproximação precisam caminhar lado a lado (SOUSA, 2002).

Posto isso, é fundamental observar como a mídia regional pode colaborar para a formação identitária do público local, tendo em vista que o indivíduo social possui

espaços amplos de se identificar de diversas formas em inúmeros espaços. No cenário geral, a mídia oferece ao público uma ideia de nacional, algo que seja homogêneo e uniforme. O jornalismo local, por sua vez, tem o papel de se aproximar de seu público rompendo com a homogeneidade provocada pelas redes de comunicação nacionais e abrindo caminhos para a afirmação de identidades e para a confirmação do ser regional. O reforço das proximidades ocorre pela perspectiva das identidades, como debateremos no próximo tópico.

3.3 Jornalismo regional e o espaço para construção da identidade, das representações sociais e de autorreferência

O jornalismo regional atua como lugar de orientação para a (re)construção das identidades e identificações do sujeito, que hoje encontra-se multifacetado. O indivíduo não possui uma identidade única e consistente, mas é moldado por múltiplos espaços, geográficos e sociais, os quais contribuem para os seus diversos “eus”, que são formados de modo individual e coletivo. Nesse caminho, a mídia, principalmente a regional e local, são fundamentais para a manifestação das representações identitárias coletivas no âmbito social. Conforme percebe Felippi (2008), “é o mercado – via meios de comunicação de massa – muito mais que o Estado, o agente das identidades coletivas” (FELIPPI, 2008, p. 39).

As intersecções das identidades, proporcionadas pelos meios de comunicação, vão além do efeito de representar a “realidade” do coletivo, mas também de formar e exteriorizar as diversidades culturais e identitárias no ambiente globalizado. Como discutido no tópico anterior, a globalização provocou a necessidade do local, tanto por notícias mais regionalizadas, como também pelo fortalecimento das identidades locais e regionais. O jornalismo, em especial o de televisão, tido como “janela”, funciona como lugar de referência para a sociedade estreitando os laços sociais (VIZEU; CERQUEIRA, 2019; WOLTON, 2004). A partir da mídia, grande parte dos indivíduos pauta suas discussões cotidianas, já que ela é responsável por oferecer ao público o que pensar (McCOMBS, 2004) e por criar no imaginário do indivíduo social imagens e formas de ver o mundo em questão (LIPPMANN, 2008).

Maffesoli (2001, p. 75) assinala que “o imaginário estabelece vínculo. É cimento social. Logo, se o imaginário liga, une numa mesma atmosfera, não pode ser

individual”. Além disso, o teórico (1996) acredita que as pessoas vivem em um mundo cheio de simbolismos no qual há uma relação de sentimento de pertença e empatia. O indivíduo sente a necessidade de despojar-se no outro e fazer parte de uma comunidade afetiva, a chamada tribo (MAFFESOLI, 2001).

É nesse universo que envereda a discussão sobre identidade. Hall (2011), considerado um dos principais teóricos que se debruça sobre estas discussões, relata que velhas identidades estão em declínio e estão surgindo novas, provocando, então, uma espécie de crise. Por isso, “a identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia” (HALL, 2011, p. 13). Para o autor, existem três concepções de identidade: a) sujeito do iluminismo; b) sujeito sociológico; e c) sujeito pós-moderno. O primeiro diz respeito ao individualismo, a um sujeito totalmente centrado e unificado. O segundo sujeito abordado tem relação com o outro, o qual a identidade é formada pela interação social. Por fim, o sujeito pós-moderno é caracterizado como mutável (HALL, 2011). Trata-se da identidade que se modifica em seus diversos espaços sociais. É o que Bauman (2001) interpreta como característica da pós-modernidade, denominando-a de modernidade líquida.

Tendo em vista a fluidez da identidade do sujeito pós-moderno, Maffesoli (2001) sugere uma concepção de identificação. O sujeito se identifica com algo em determinado momento e apropria-se daquela identidade. De acordo com o teórico, “há, no interior da pessoa, um discurso com várias vozes” (MAFFESOLI, 2001, p. 311). O que acontece de fato é a fragmentação do indivíduo que não se vê na questão de “quem eu sou” com uma única resposta.

A possibilidade de identidades múltiplas ocorre graças à era da globalização, que proporcionou a necessidade da manifestação da diversidade cultural. Woodward (2000) fundamenta que a cultura confere uma possibilidade ampla de se revestir de uma identidade de modo subjetivo. A cultura realça a identidade. Hall (2011, p. 77) sustenta que, “[...] ao invés de pensar no global como ‘substituindo’ o local, seria mais acurado pensar numa nova articulação entre o ‘global’ e ‘o local’”. Silva (2000), de modo complementar, entende que existe uma correlação entre a ideia de identidade e de diferença. O ser humano só é aquilo que o outro não é, e vice-versa. O autor percebe que “em um mundo imaginário totalmente homogêneo, no qual todas as pessoas partilhassem a mesma identidade, as afirmações de identidade não fariam sentido” (SILVA, 2000, p. 73).

As identidades, portanto, são multifacetadas e necessitam ser construídas midiaticamente e representadas de tal modo. Hall (2011) indica que as culturas nacionais são formadas por símbolos e representações. Isso deve-se em grande medida à mídia. Uma das funções do jornalismo é dar voz, representatividade e espaço identitário às comunidades sociais, e, por isso, os meios de comunicação desempenham papel importante na produção de sentidos e de caracterização dos grupos sociais e regionais.

Essa mesma moldura teórica permite explicar como são compostas as identidades vistas como nacionais, que são formadas por um sentimento de pertencimento a algo ou a algum lugar por meio de tradições, construídas socialmente e historicamente. No entanto, de acordo com Hall (2011), às vezes, até mesmo na mídia, a identidade nacional é representada como única, sem se importar com a diversidade de gêneros, classes, raças e culturas.

Sob tal premissa, tem-se a ótica das identidades regionais e locais, já que a nação é formada por essa multiplicidade de características identitárias espalhadas pelo país. Em razão disso, Hall (2011) coloca que as identidades globalizadas não são vistas apenas como prejuízos para a sociedade. A globalização pode ajudar a produzir novas identificações locais, dando mais força para o sentimento de pertença interligado ao localismo. Como salienta Fernandes (2013, p. 108), “[...] em tempos de globalização, nunca se discutiu e se valorizou tanto a territorialização, a identidade e os vínculos do cidadão com as suas origens”.

No entanto, os discursos midiático e jornalístico, que corroboram para a construção e representação das identidades, frequentemente são transmitidos como produto mercadológico. As questões econômicas, políticas e sociais, além de moldarem as identidades, influenciam em como elas serão retratadas e representadas pelos meios de comunicação. Quando o jornalismo resolve enquadrar determinadas perspectivas culturais e identitárias em detrimento de outras, acaba invisibilizando as pluralidades sociais, e reforçando estereótipos (BAVARESCO; LOCATELLI, 2019).

Os estereótipos aparecem no produto midiático como forma de imposição de grupos considerados dominantes, tendo a mídia como canal para suas exigências (BIROLI, 2017). Neste sentido, temos as argumentações sobre o conceito de campo social estruturado, abordado por Bourdieu (1997). O teórico defende que se trata da representação do espaço simbólico no qual existem dominantes e dominados. No

campo, há atores que competem uns com os outros para o acúmulo de “capital simbólico” que certa pessoa, grupo ou entidade possui em determinado contexto social, seja por recursos financeiros, propriedades, instrução e/ou títulos.

No campo jornalístico, isso ocorre, principalmente, pelas pressões econômicas e políticas dentro e fora das empresas de comunicação, as quais são coagidas por regras e pelas forças dos veículos enquanto organizações que estão à procura de lucros. Nessa linha, Bourdieu (1997) assinala que problemas de ordem financeira são comuns ao mercado televisivo, realidade que se repete no telejornalismo regional ainda na atualidade.

Desse modo, o ato de selecionar certas identidades e representá-las pelo viés dos interesses e imposições de grupos dominantes no ambiente midiático, as torna naturalizadas e carregadas de simbologias estereotipadas e estagnadas na sociedade. Reforçamos que os estereótipos não são elementos criados pela mídia, mas são práticas construídas socialmente e propagadas pelos meios de comunicação. Mas, ainda assim, o enquadramento dado faz com que essas representações sejam vistas como uniformes sem discutir as facetas e complexidades do objeto.

Os meios de comunicação, e principalmente o jornalismo, contribuem para o modo com que os indivíduos veem e reconhecem a posição de cada agente no meio social, por isso, boa parte do que a mídia difunde é fixado na mente das pessoas como fato incontestável, vulgarizando a existência de uma única verdade, característica e identidade relacionada a um determinado assunto, ou, no caso deste trabalho, região (BIROLI, 2017). Esse reconhecimento ocorre por meio das representações sociais, entrelaçadas no espaço midiático.

O processo das representações atua como referência para dar significado às coisas. De acordo com Hall (2016), esse decurso ocorre por meio da linguagem. Como bem define o autor, “representar envolve o uso da linguagem, de signos e imagens que significam ou representam objetos” (HALL, 2016, p. 31). Todavia, o teórico declara que não são ações simples e diretas. Para Moscovici (1979), as representações são objetos quase tangíveis no nosso cotidiano, contudo, entender seu conceito se torna mais complexo do que seu processo, já que as discussões atravessam diversas áreas do conhecimento (ALEXANDRE, 2001).

As representações sociais têm o propósito de tornar familiar algo até então desconhecido, atuando também como resgate histórico ao ativar a memória individual

e coletiva da sociedade. Vale frisar que, apesar disso, as representações são dinâmicas e se modificam de acordo com o tempo e espaço, auxiliando na construção da realidade. A representação:

é a produção do significado dos conceitos da nossa mente por meio da linguagem. É a conexão entre conceitos e linguagem que permite nos *referirmos* ao mundo “real” dos objetos, sujeitos ou acontecimentos, ou ao mundo imaginário de objetos, sujeitos e acontecimentos fictícios (HALL, 2016, p. 34, grifo do autor).

A linguagem, como canal para as representações, ocorre por diversos espaços. Neste trabalho, pontuamos a mídia como um dos principais caminhos para a manifestação das representações sociais. Os meios de comunicação contribuem diariamente para a construção simbólica de objetos, identidades, grupos sociais e regiões. A televisão, considerada a grande praça pública do país (VIZEU, 2006), por onde ocorrem trocas simbólicas e onde são evidenciadas as representações sociais, atribui características de determinado objeto que atuarão no imaginário coletivo de tal modo que serão relacionados e analisados da mesma forma como foi abordado pela mídia. Por exemplo, ao falar sobre a região Nordeste, grande parte da sociedade associa a região às secas, cangaço, festividades juninas, pobreza, entre outros elementos. Boa parte disso se deve à forma como é retratado, construído e representado o Nordeste no ambiente jornalístico e midiático dos meios de comunicação (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2011; LIMA; FILHO, 2015; DANTAS, 2018).

A mídia, em particular a regional, tem potencial para evidenciar as diversas representatividades e identidades sociais quando esta abre espaço para as peculiaridades do local, produzindo engajamento e credibilidade junto ao público. Ao se identificar com o conteúdo jornalístico e midiático, o indivíduo cria laços sociais com o lugar. Felippi (2008, p. 39) compreende que essa dinâmica estabelece as identidades, pois “cria a inclusão na comunidade imaginada, tanto pelo ato do consumo em si, de pertencer, como pela produção de sentidos sobre determinada identidade que irá se dar no sujeito através do produto cultural (de seu discurso)”.

Mas, para isso, as plataformas regionais precisam dominar as condições que delimitam o local em que o veículo e o público se inserem para de fato ocorrer uma contemplação plural das representações e identidades regionais (HESS; WALLER, 2014; ENNINGER, 2015). Vizeu e Correia (2008) defendem o telejornalismo como lugar de referência para as pessoas, no qual elas se orientam e constroem sua visão

de mundo a partir do que é representado midiaticamente. Nesse sentido, o telejornalismo local promove uma maior experiência de consumo do espaço simbólico. Funciona como lugar de “autorreferência” para a sociedade, servindo como campo para entender os fatos que acontecem ao seu redor e como fonte impulsionadora para atender os anseios e denúncias públicas da comunidade (VIZEU; CERQUEIRA, 2019).

Os veículos locais, e sobretudo os telejornais, proporcionam à audiência experiências de ver na tela fatos próximos aos lugares de convívio, com destaque para situações cotidianas, favorecendo a (re)construção e (re)afirmação das identidades e particularidades do local, por meio das representações sociais. A partir desses apontamentos de proximidade, identidades e representatividade, corroborados pelo jornalismo de televisão com ênfase para o jornalismo regional, é substancial abordar a competência e espaço que a televisão ocupa na vida das pessoas, pois, mesmo com a amplificação das mídias digitais, a TV se reconfigura e se reafirma no âmbito social como principal meio de informações e entretenimento para as pessoas, como discorreremos a seguir.

3.4 Telejornalismo regional: o enxergar, o ser e o estar a e na região

A televisão ocupa lugar de destaque na sociedade. Por meio dela, as pessoas vivenciam a experiência ampla, através da imagem, sons, cores e texto, de tornar familiar o que acontece ao seu redor e o modo de ver o mundo em questão. Marcondes Filho (1988) aponta que a TV vem com o propósito de oferecer à sociedade o “mundo da fantasia”, fazendo as pessoas sonharem, assim como cria sensações de prazer e ansiedade, por meio do seu produto midiático, seja ele fictício, que é o caso das telenovelas, ou real, como os telejornais. De acordo com Silva (2020, p. 207), ambos são produtos industriais, uma vez que “nenhum texto televisivo é efetivamente real”.

De toda forma, a televisão continua sendo o principal suporte utilizado pelos brasileiros. Segundo o relatório TIC Domicílios 2018 – divulgado no ano de 2019 – 96% dos lares possuem aparelho televisivo. Destes, somente 25% têm TV por assinatura, logo, grande parte consome conteúdo audiovisual pela TV aberta. A televisão está presente no país há cerca de 70 anos, desde quando foi inaugurada a

primeira emissora, TV Tupi, em 1950 (MATTOS, 2010), e mesmo com todas as fases que vivenciou, ela continua sendo um grande instrumento econômico, político, social e cultural.

Wolton (2004) defende que a televisão é um elo social, tendo em vista que é o principal dispositivo acessado por todas as classes sociais e faixas etárias. O teórico argumenta que, em meio às crises dos vínculos, e aqui fazemos uma correlação à permeabilidade das identidades, a televisão contribui para o fortalecimento dos laços coletivos. Martín-Barbero (1997), por sua vez, sustenta que as mediações culturais na televisão ocorrem por meio dos seus gêneros, pois eles dão conta das diferenciações sociais através de suas narrativas. No entanto, além de mediadora social e cultural, “[...] a televisão favorece aos objetivos capitalistas de produção, tanto quando proporciona novas alternativas ao capital como quando funciona como veículo de valorização dos bens de consumo produzidos, através das publicidades transmitidas” (MATTOS, 2010, p. 63).

Desde sua implantação, a televisão foi moldada como instrumento destinado a gerar lucros (COUTINHO; EMERIM, 2019). Como relatamos anteriormente, o sistema de radiodifusão regional surge por estratégia de mercado, o qual fez com que as TVs abertas se reconfigurassem, por meio das tecnologias, com a expansão de sinais, e do conteúdo, gerando espaço para programações mais regionalizadas, com o intuito de manter a fidelidade da audiência e conseqüentemente continuar atraindo investidores. Além de interesses políticos que controlam grande parte dos sistemas de mídias comerciais do país.

Apesar de o suporte ser utilizado como ferramenta econômica e política, a televisão tem potencial para destacar as identidades, referências e representações, sendo elo que constrói a realidade com “um discurso que familiariza tudo, torna ‘próximo’ até o que houver de mais remoto” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 295). A televisão local e regional, e aqui já falamos do gênero jornalístico, possui um vínculo mais próximo ainda de seu público, sendo legitimadora para as demandas locais. Nos telejornais regionais, quando a produção é destinada a acontecimentos circunscritos, os laços são mais estreitados.

Assim como a mídia regional de modo geral é caracterizada como a que opera para um determinado lugar, o telejornalismo regional é “aquele produzido em parte pela área de abrangência do canal (em geral nas cidades polo, em que se localiza a

sede da emissora), mas cujo material se destina a uma mesma região geocultural” (COUTINHO; EMERIM, 2019, p. 38). As trocas simbólicas e geográficas se tornam mais fortes pelo suporte televisivo, tendo em vista que ele possui uma linguagem acessível a todos os grupos sociais. Embora o uso da internet tenha se difundido, a televisão continua impactando a vida das pessoas.

Mas, ainda assim, a televisão tem se adaptado e reconfigurado suas práticas e formas de apresentar seus produtos. Os telejornais, por exemplo, sofreram mudanças estruturais dentro das redações e dos estúdios de TV, como a retirada de bancadas; nos modos de produção, tendo as redes sociais como dinamizadoras; nos formatos de notícias, como maior inserção do ao vivo; e nas diversas maneiras que o conteúdo pode chegar até os telespectadores, por meio do aparelho televisivo, ou pelos *smartphones e tablets* (MUSSE; PERNISA, 2011; SILVA; BEZERRA, 2013; SIQUEIRA; VIZEU, 2014).

Por conta das plataformas digitais, dispositivos móveis, bem como pelas redes sociais, a experiência de consumo e produção telejornalística vem se modificando. A mobilidade, portabilidade e interatividade, proporcionadas pela internet, favorecem o uso do que se chama de “segunda tela”, a qual oferece novas formas de estar diante da notícia telejornalística, proporcionando modificações nas relações e experiências de assistir televisão (SILVA; BEZERRA, 2013). Além disso, a forma como o conteúdo é produzido também sofre interferências.

O uso de aplicativos dentro das redações impacta nas rotinas de produção dos profissionais, colaborando para a ampliação e circulação dos conteúdos jornalísticos. Um dos principais aplicativos de mensagens utilizados atualmente dentro das redações é o WhatsApp, que se tornou uma ferramenta de trabalho de grande potencial (REINO; BUENO, 2017; TAVARES, 2018; LACERDA; BUENO, 2019; SPINELLI; VIEIRA, 2020). Esse cenário é refletido não somente nos modelos nacionais de jornalismo, como também nos veículos regionais, que em grande maioria seguem o padrão da cabeça de rede.

Tavares (2018) pôde perceber como o WhatsApp tornou-se dispositivo imprescindível no trabalho jornalístico dos profissionais do jornal *Gazeta do Povo*. Os jornalistas contam que o uso do aplicativo diminui a necessidade de sair para realizar entrevistas, uma vez que o diálogo com a fonte pode ocorrer via aplicativo. No entanto,

como esses *apps* são incluídos e percebidos pelos profissionais, depende do local geográfico em que as redações estão inseridas.

Lacerda (2020), ao analisar como os jornalistas que atuam em veículos de comunicação das cidades de Imperatriz, Maranhão, e Araguaína, Tocantins, municípios do interior dos estados, utilizam o WhatsApp na rotina de produção, pôde perceber que o aplicativo é considerado, por estes profissionais, como ferramenta aliada para o trabalho nas redações apesar da precariedade das empresas, em especial as inseridas nos interiores, fazerem com que haja más condições de trabalho.

Por outro lado, a partir de outros estudos (TAVARES, 2018; CERETTA, 2018), percebemos que o uso de aplicativos dentro das redações de jornais das capitais pode ser visto de outras formas, uma vez que os equipamentos disponibilizados para as praças do interior por vezes são inferiores aos que estão presentes nas cabeças de rede dos veículos. Este é um cenário que se repete frequentemente.

Ceretta (2018) constatou em sua pesquisa sobre a participação da audiência no telejornal do JMTV 1º edição da TV Mirante de Imperatriz (praça do interior) que um dos principais pontos que inviabilizam a participação da audiência na praça é o fato de não disponibilizarem nenhum dispositivo digital para a efetivação dessa prática – os profissionais que trabalham na redação utilizam seus próprios números de WhatsApp para receberem conteúdo. De acordo com a investigação, os canais disponíveis para participação encontram-se na cabeça de rede, em São Luís.

Embora o uso de aplicativos para o trabalho jornalístico ofereça duas vertentes, utilização nas emissoras inseridas no interior *versus* capital, a serem analisadas, são considerados ferramentas aliadas na profissão, já que colaboram com o processo de construção da notícia. Peruzzo e Volpato (2019) apontam a participação do público na produção de conteúdo como modelo de desenvolvimento social local. De acordo com os autores, quando é oferecido esse espaço horizontal na mídia, e hoje as mídias digitais tornam essas ações mais frequentes, há uma possibilidade maior de retratar as identidades múltiplas e as diversas facetas existentes na região, assim como oferecer a oportunidade de o cidadão exercer seu direito de liberdade de expressão em uma sociedade democrática (PERUZZO; VOLPATO, 2019). O ambiente participativo oferece a ideia de comunhão e de relação bilateral entre as pessoas e os jornais.

Todavia, Finger (2019) pontua que, além de se preocupar em conquistar o público nativo digital, é de extrema relevância olhar e dar vez ao jornalismo hiperlocal²⁵, preocupando-se em retratar de maneira mais assídua conteúdo de comunidades e locais que muitas vezes são deixados de fora da cobertura midiática tradicional. E, apesar das emissoras regionais muitas vezes seguirem padrões dos veículos nacionais, reforçamos que o exercício do (tele)jornalismo regional também é pertinente para o público.

O telejornalismo local [e regional] não pode ser percebido em uma perspectiva tradicional, conservadora, elitista, que está preocupado tão somente em reproduzir os interesses da classe dominante. É possível entendê-lo como parte da cultura popular, do modo de vida diário, onde os afazeres cotidianos das pessoas produzem significados e sentidos que exemplificam a interpretação que dão às vivências no mundo contemporâneo (SILVA, 2020, p. 210).

Vale frisar, ainda, que as apropriações digitais e a prática da notícia regional não são excludentes. Muito pelo contrário, elas se implicam e fortalecem conjuntamente as manifestações de proximidade, de representações identitárias e de “autorreferências”, uma vez que a internet facilitou a participação e engajamento da audiência local na construção da notícia, provocando maior inserção desses atores nos telejornais. O problema é que essas ações se configuram mais como interesses das empresas de comunicação do que atenção ao público.

Como já relatamos, a expansão e criação de rede de veículos de comunicação regional no país ocorreu pela esfera mercadológica, com a finalidade de ter retorno financeiro. Como bem questionamos na introdução desta dissertação, ter uma emissora regional em uma determinada localidade garante a produção efetiva de programação regional? Pereira e Caleffi (2019) garantem que não.

Em uma outra pesquisa, realizada pelas autora e orientadora deste trabalho, analisamos, no período de uma semana, qual era o espaço concedido pelos telejornais JM1, da TV Mirante, e Na Hora D, da TV Difusora Sul, ambos da cidade de Imperatriz, para notícias sobre os municípios que fazem parte de suas áreas de cobertura. Durante a coleta dos dados, o JM1 destinou quase metade de sua programação para matérias sobre cidades que não fazem parte de sua área midiática,

²⁵ De acordo com Aguiar (2016, p. 57), o jornalismo hiperlocal é um dos níveis de escala local, que tem como recorte espacial “nanoterritório”, prédio público, unidade habitacional, rua, quadra”.

com 45,8% do total. Já o Na Hora D, somente 11,3% da programação era sobre os municípios fora de sua área de abrangência (DANTAS; TAVARES, 2020).

Apesar de o artigo ter apresentado um período curto de análise, os resultados mostram que, no caso da TV Mirante de Imperatriz, há uma limitação no que diz respeito às notícias regionais de interesse das cidades cobertas pela praça. O fato de ter uma sucursal na região não assegura que os elementos que rodeiam essas localidades sejam contemplados nos telejornais. “Se as pessoas não se reconhecem e não reconhecem o seu lugar na tela da TV, os vínculos de pertencimento, próprios do jornalismo local, não são formados” (PEREIRA; CALEFFI, 2019, p. 141).

Ademais, temos as relações de grupos políticos com os veículos de comunicação como limitação na produção e qualidade da notícia. Para Nascimento (2012), os vínculos com políticos são o que mais desvalorizam o sistema de radiodifusão regional. Se hoje a comunidade possui uma facilidade maior para levar aos (tele)jornais seus anseios, problemas dos locais de onde vivem e suas reivindicações, enxergando os jornais regionais como um espaço para suas manifestações, os laços com grupos econômicos e políticos podem restringir essas representações. “O Brasil banalizou seus meios de comunicação eletrônicos toda vez que os entregou a pessoas e grupos que não têm compromisso com a qualidade da informação – e muito menos com a formação das pessoas” (NASCIMENTO, 2012, p. 17).

O vínculo político e econômico com os meios de comunicação ocorre desde quando surgiu a mídia, particularmente a televisiva, no país. As práticas de concessões de rádio e televisão para políticos tornaram-se frequentes durante a ditadura militar e foram fortalecidas na gestão do ex-presidente José Sarney, proprietário do maior conglomerado de mídia, em quantidade de veículos, da região Nordeste (SHUEN; ALMEIDA; REIS, 2019), o Sistema Mirante de Comunicação. Juntamente com seu Ministro das Comunicações, Antônio Carlos Magalhaes, Sarney articulou formas para que as concessões fossem dadas a grupos políticos. (DÓRIA, 2011; MATTOS, 2010) De acordo com Dória (2011, p. 61), “a dupla distribuiu nada menos que 1.091 concessões de rádio e televisão”.

As estreitas relações de sistemas de mídia – especialmente a partir da radiodifusão – com grupos políticos ocorrem em diversos cenários brasileiros, o que interfere diretamente no desenvolvimento democrático da comunicação e informação.

A pesquisa desenvolvida pelo Intervezes em parceria com o Repórteres Sem Fronteiras, o *Media Ownership Monitor Brasil (MOM)*, constatou que os 50 maiores sistemas de mídia do Brasil são de propriedades de 26 grupos econômicos, políticos e religiosos. A quantidade de veículos de comunicação com laços políticos, direta ou indiretamente, é significativa. O estudo observou que, além de terem casos em que as famílias são proprietárias das empresas, há um cenário que aponta o controle dos veículos por pessoas que possuem relação próxima aos políticos, tornando os interesses, muitas vezes, dissimulados.

A expansão do sistema de mídia regional colabora para o crescimento financeiro de mercado territorial, mas as interferências e controles por grupos políticos, econômicos e religiosos deslegitimam a pluralidade da informação e do interesse público, como discutiremos a seguir.

3.5 A mídia como elemento substancial de e para o desenvolvimento econômico político regional

A presença de emissoras de radiodifusão nos territórios é substancial para o desenvolvimento regional. A mídia contribui consideravelmente para a captação de recursos e para o sistema de mercado. Ao falarmos da ligação entre mídia e desenvolvimento regional, levamos em conta que essa vinculação vai além do valor mercadológico voltado para a indústria da comunicação. Essa descentralização da mídia com alcance mais regionalizado tem sido articulada não somente pelo âmbito jornalístico como também pela publicidade.

O relatório do Mídia Dados de 2019 constatou que o Brasil é o quarto país do mundo com maior investimento publicitário pelo suporte televisivo. Olhando para as regiões do país, o Nordeste se encontra em segundo lugar em investimento publicitário, ficando atrás somente da região Sudeste (MÍDIA DADOS, 2019). Em entrevista ao anuário do ano de 2018, o Diretor Comercial e de Marketing do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), Marcelo Parada, ao falar sobre o foco da emissora em estimular suas afiliadas a produzirem mais conteúdo regional, destaca que isso acaba atraindo mais investidores. Ele ressalta que “os anunciantes nacionais querem se associar aos conteúdos locais de sucesso” (MÍDIA DADOS 2018).

O investimento em publicidades pela mídia regional vinha sendo articulado também pela comunicação do governo federal, com o intuito de dinamizar e descentralizar pelas vias de comunicação nacional, regional e local, informações do Governo Federal com investimentos em receitas publicitárias televisivas (PINTO, 2017; AGUIAR, 2016), contribuindo para a potencialização do fenômeno do regionalismo midiático. Entretanto, segundo Verri (2018), baseado na Pesquisa Brasileira de Mídia dos anos de 2014 a 2016, percebeu-se uma concentração de recursos publicitários em mídias televisivas tradicionais já consolidadas em ambiente nacional, como o Grupo Globo. Porém, após o processo de *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff, em 2016, quando Michel Temer assume a presidência do país, os investimentos em publicidade para mídia regional e alternativa tornaram-se ainda mais inviabilizados, quando o então presidente priorizava os recursos a mídia exterior. De acordo com Verri (2018, p. 233), “o governo Temer aumentou [investimento na mídia exterior] em mais de 30 vezes o valor repassado ao meio em comparação com 2015”.

Além disso, a configuração do sistema de mídia atua diretamente com o crescimento econômico, social e político das regiões do país. Do ponto de vista econômico, Pinto (2017) destaca que a indústria de mídia viu na perspectiva regional uma descentralização da economia do país, inclusive partindo do ponto de agências de publicidades que foram se apropriando e se adaptando a esses novos espaços.

Nesse mesmo caminho, temos a regionalização dos conglomerados de mídia jornalística nacional para atingir boa parte dos municípios do país e conseguir ter grandes investimentos na publicidade (CABRAL, 2016), pois se torna muito mais favorável oferecer um espaço para venda de um produto que chegue ao máximo de pessoas possível. Em questões de lucros, essa parceria se torna uma via de mão dupla que favorece tanto a publicidade como o jornalismo.

Também vemos um elo articulador entre os meios de comunicação e a procura por investimentos em uma determinada localidade a partir do momento em que o jornalismo consegue dar destaque para, por exemplo, notícias que valorizam aspectos positivos e particulares do local, de tal modo que chame a atenção de potenciais investidores, atraindo diversos setores da indústria. “A veiculação de coisas positivas, inovações, ideias bem-sucedidas, cria um ambiente favorável, onde imperam a confiança e o otimismo, podendo levar ao desenvolvimento” (PARIS, 2018, p. 65).

A mídia é um potencial instrumento para consolidação de uma economia de mercado. Pinto (2017) ressalta, também, que quanto maior o Produto Interno Bruto (PIB) do país mais teremos a possibilidade de ter uma mídia sustentável. Um exemplo claro dessa relação foi a queda de 3,6% do PIB no Brasil, entre os anos 2015 e 2016 (IBGE, 2016) que, conseqüentemente, acarretou uma crise, especialmente econômica e política, a qual atingiu as instituições midiáticas.

Além disso, a mídia regional é de extrema relevância para a construção de identidades e representatividade do público de cada território do país, como discutido anteriormente. Uma das funções da produção de notícia regional é fazer com que as pessoas se sintam cada vez mais representadas pelos meios de comunicação, aproximando culturas, retratando suas características, estilos de vida e seus cotidianos. Entretanto, esse espaço está muito mais ligado à ideia estratégica de mercado do que a reflexões sobre o exercício de cidadania (MORAES; TEMER; COELHO, 2013, MARQUES; DOURADO, 2016).

O mercado de mídia se apropria desta conjuntura com o intuito de manter audiência e a fidelidade do público, oferecendo, na verdade, um “efeito de participação” (SIQUEIRA; VIZEU, 2014, p. 56). Essas aberturas estão relacionadas a “práticas de autorreferência e imagem positiva dessas empresas e novos produtos a serem comercializados com o rótulo de ‘cidadãos’” (MARQUES; DOURADO, 2016, pp. 453-454). Mosco (2016), por sua vez, complementa que a atenção dada à audiência se configura como processo econômico político da empresa enquanto venda de espaço publicitário, pois “os anunciantes pagam pelo tamanho e pelas características de uma audiência que um jornal, site ou programa de televisão pode entregar” (MOSCO, 2016, p. 51).

Outrossim, ainda temos o fato de o mercado de mídia regional ser controlado, muitas vezes, por grupos religiosos, econômicos e, principalmente, políticos (PINTO, 2017). Hallin e Mancini (2004) reforçam que, por conta desse controle, as notícias acabam, direta ou indiretamente, dispondo de valores políticos. As informações fornecidas por um jornalismo vinculado a oligopólios podem se tornar tendenciosas, longe de um ideal de objetividade e imparcialidade. Deolindo (2019) salienta que problema de a mídia ser dominada por esses grupos é que a audiência acaba consumindo um conteúdo limitado e informações enviesadas de acordo com as

ideologias e interesses econômicos e políticos dos donos dessas empresas de comunicação.

Contudo, sabemos que na realidade o que ocorre de fato é o controle da mídia, de modo geral, nas mãos desses grupos. Cabral (2019, p. 36) defende que

Não se pode ignorar que a concentração da mídia nas mãos de poucos conglomerados no Brasil é considerada ilegal. É possibilitada porque não há cumprimento das normas legais quanto ao período para a troca legal de proprietários e não existem restrições para a formação de redes nacionais e regionais (CABRAL, 2019, p. 36).

Pinto (2017) alerta que essa ligação não é exclusividade somente da mídia regional, como alguns autores enfatizam. É algo que também está presente no ambiente de mídia nacional. A autora destaca que se trata de uma relação entre os conglomerados de mídia que “implica trocas assimétricas, nas quais os grandes grupos precisam destes suportes locais para garantir a cobertura de suas redes, a fim de abranger todo o território” (PINTO, 2017, pp. 31-32). Essa ideia segue a lógica do capitalismo monopolista, debatido por Bolaño (1986).

Este cenário é uma problemática que atravessa todas as regiões brasileiras (COUTO, 2007; MENDONÇA; REBOUÇAS, 2009; PINTO, 2017; PORCELLO, 2019), com a presença de oligarquias no cenário político e midiático, embora a Constituição Federal de 1988, no artigo 220, inciso 5º, preveja que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio” (BRASIL, 2016, p. 66). Além disso, a Constituição também proíbe que deputados e senadores estabeleçam contratos com órgãos ou empresas públicas. Mas, apesar disso, os senadores e deputados são os maiores detentores de concessão de sistemas de radiodifusão no país (SHUEN; ALMEIDA; REIS, 2019).

O controle de sistemas de mídia por grupos políticos funciona como meio para obtenção e manutenção do poder. Biroli e Miguel (2017) destacam que essa concentração impacta o que o público tem de representação da realidade, por meio da mídia, influenciando “no processo de formação das preferências políticas” (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 8). No ano de 2016, 40 parlamentares (32 deputados e oito senadores) foram alvos de uma ação no Supremo Tribunal Federal por serem ligados a veículos de radiodifusão, dentre eles destaca-se um dos sócios da TV Mirante, o ex-deputado federal Sarney Filho, e o ex-senador Edison Lobão, sócio da TV Difusora (INTERVOZES, 2016).

Tendo em vista essa discussão, consideramos importante compreender como está distribuído o sistema de mídia pelas regiões, pois são perspectivas e realidades que se diferem umas das outras, mesmo tendo alguns pontos em comum, como a ligação entre mídia e grupos econômicos, religiosos e políticos. Hallin e Mancini (2004) refletem sobre a necessidade de entender as diferenças e similaridades do sistema de mídia nos diversos espaços geográficos. Mas, para isso, os autores alertam que “não se pode entender a mídia sem entender a natureza do estado, o sistema de partidos políticos, o padrão das relações entre interesses econômicos e políticos, e o desenvolvimento da sociedade civil, entre outros elementos da estrutura social” (HALLIN; MANCINI, 2004, p. 8, tradução nossa)²⁶.

No estado do Maranhão o cenário é marcado por laços políticos com grandes conglomerados de mídia. José Sarney possui uma contribuição significativa nesse espaço, tendo em vista que foi um dos principais responsáveis pela distribuição de concessões de radiodifusão pelo país (DÓRIA, 2011; MATTOS, 2010) e é proprietário do maior sistema de mídia do estado e da região.

Além da relação política com a maioria dos veículos de comunicação do país, existe a reflexão de existirem muitos lugares que ainda se encontram em desertos de notícia (ATLAS DA NOTÍCIA, 2020). Javarski e Bargas (2020) observaram como esse cenário afeta diretamente as vertentes sociais, econômicas e políticas. As autoras analisaram o caso da cidade de Rondon do Pará, localizada no sudoeste do Pará, que possui apenas duas emissoras jornalísticas de rádio, uma comercial e outra comunitária. A cidade foi impactada pela falta de acesso suficiente e qualitativo de notícias sobre a pandemia da COVID-19, diminuindo as chances de os cidadãos estarem devidamente informados, mantendo o direito fundamental do acesso à informação.

Ora, se a literatura disserta que os meios de comunicação atuam diretamente no desenvolvimento econômico e social de uma região (PARIS, 2018; DEOLINDO, 2019) e que a tendência regional veio como um fator de grande valor comercial para as empresas de comunicação do país (BAZI, 2007), como esses municípios que se enquadram nesse cenário apontado pelo Atlas da Notícia se encontram? Que tipo de autorreferência, proximidade e identificação as pessoas que vivem nessas regiões

²⁶ Texto original: “(...) cannot understand the news media without understanding the nature of the state, the system of political parties, the pattern of relations between economic and political interests, and the development of civil society, among other elements of social structure” (HALLIN; MANCINI, 2004, p. 8).

possuem? São questões a serem pensadas ao perceber as limitações que, apesar de ser essencial, a mídia regional ainda tem. Ela não chega para todos.

Este mapeamento se faz necessário, pois é o primeiro passo para compreendermos a configuração do sistema de mídia no Maranhão, identificando quais cidades recebem informação pelo meio televisivo, que ainda é predominante no país, em particular no estado, e saber, inclusive, se por meio da plataforma televisiva existe alguma cidade do Maranhão que se encontra em deserto de notícia. Além disso, o panorama do sistema de mídia televisiva pode servir de suporte teórico e empírico para o entendimento da estrutura de mídia regional e para preencher lacunas dentro da área da Comunicação.

No próximo capítulo discutiremos como se estrutura o sistema de mídia televisiva do estado do Maranhão, a partir das emissoras Mirante e Difusora, e as principais relações com grupos políticos, para começarmos a entender o que temos de telejornalismo regional no estado.

4 SISTEMA DE MÍDIA REGIONAL DO ESTADO DO MARANHÃO: trajetória e características da mídia televisiva

No dia 9 de novembro de 1963, foi ao ar o primeiro sinal televisivo do estado do Maranhão. A chegada da primeira emissora de TV na capital do estado, São Luís, marcou o início da trajetória da regionalização de televisão no Maranhão. Tendo em vista o prestígio e a necessidade de regionalizar a mídia para atuação econômica, política e social, este capítulo procura oferecer um panorama do sistema de mídia televisiva no estado a partir de duas emissoras regionais afiliadas de grandes grupos de referência nacional: TV Mirante, afiliada do Grupo Globo; e TV Difusora, afiliada do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT).

Como exemplos de mapeamento de mídia no Brasil, temos o trabalho de Pinto (2017), que pesquisou o sistema midiático das regiões Norte e Sul, com o intuito de apresentar a heterogeneidade existente na mídia brasileira, que muitas vezes trata a mídia do Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília como referência, e as das demais regiões como mídia inferior/periférica. Além disso, o trabalho da autora apresenta como a mídia é estritamente ligada a sistemas políticos. Destacamos também a pesquisa de Deolindo (2016), que por sua vez volta seu estudo para a configuração de mídia do interior fluminense, muitas vezes ofuscada pela mídia produzida na capital. Por fim, Brito (2017) realizou um estudo similar a esta proposta, ao mapear o sistema de radiojornalismo no Sul do estado maranhense.

4.1 Configuração do Sistema de Mídia televisiva no estado do Maranhão: o começo de uma era

A televisão é um importante instrumento para consolidação de mercado econômico-político. As relações de grupos políticos com sistemas de radiodifusão são presentes em diversas localidades do país, como por exemplo nos estados das regiões Sul e Norte do Brasil (PINTO, 2017), onde a televisão continua sendo o principal meio de obtenção de notícia pela população. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia realizada pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM) de 2016, 89% dos brasileiros usam a TV para obtenção de notícias. Destes, 63% afirmam assistir televisão diariamente.

No Maranhão o contexto de relação entre sistemas de mídia de radiodifusão e grupos políticos torna o cenário mais precário, já que existem cidades do estado em que o sinal de internet não chega, apesar do campo de evolução e descentralização digital que possuímos globalmente e nacionalmente. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD) de 2018 mostrou que somente 61,4% de domicílios do Maranhão possuem acesso à internet, se tornando o estado, juntamente com o Piauí, com menor índice de acessos em todo território brasileiro.

O sistema televisivo é parte fundamental do campo midiático maranhense, no qual 93,6% da população do estado possui aparelho televisivo (MÍDIA DADOS, 2019). Entretanto, a TV se consolidou como um mercado de mídia na posse de grandes grupos políticos. A chegada do sistema de televisão aberta no Maranhão passa por dois momentos cruciais. Buzar (2013) relata que o primeiro momento aconteceu de forma transitória, em 1955, o qual estava correlacionado a interesses políticos de Assis Chateaubriand. Chatô, como era conhecido, foi o responsável pela chegada da televisão no Brasil, em 1950, com a TV Tupi, tendo sua primeira sede em São Paulo, e um ano depois, instalada no Rio de Janeiro. O empresário e jornalista aos poucos foi estendendo o sinal televisivo pelos estados do país. Em 1955 as instalações da televisão chegam no estado do Maranhão, mais precisamente na capital São Luís. Contudo, Buzar (2013) alerta que esse interesse em instalar uma TV no estado era simplesmente político:

[...] Chatô perdera a eleição de senador, em 1954, em sua terra natal, a Paraíba, e que, pela força e presença de seus jornais e rádios, precisava manter-se no Senado e apoiar o candidato do PSD, Juscelino Kubitschek, às eleições de presidente da República, em 1955. (...) Sabendo que a sua candidatura estava sendo bombardeada pelas oposições maranhenses, que a denunciavam como inominável produto de barganha política, Chateaubriand, astuciosamente, mandou para São Luís uma equipe técnica e equipamentos da TV Tupi para funcionarem como veículo de sua propaganda política e destinada ao aliciamento do eleitorado mais resistente à sua candidatura (BUZAR, 2013).

Essa estratégia política fez com que Chateaubriand se tornasse o novo representante do estado do Maranhão no Senado da República. Logo após o período eleitoral, o estúdio de TV foi desmontado fazendo com que a população não tivesse mais essa ferramenta para obtenção de informações e entretenimento. Após esse ciclo transitório, o Maranhão veio ter sinal televisivo em 1963, com a chegada da TV Difusora em São Luís, sob propriedade dos irmãos Raimundo e Magno Bacelar. E foi

assim que a população maranhense começou a desfrutar, de forma definitiva, de um sistema de televisão no estado (FIGUEIREDO, 2016).

Outro ponto relevante para a história da televisão no Maranhão é o fato de que a mídia no estado, assim como no país, sempre esteve atrelada, direta ou indiretamente, a grupos políticos (FIGUEIREDO, 2016; PINTO, 2017). Pinto (2017) percebe as limitações que a mídia tem e oferece ao possuir laços, que não são só políticos, como também religiosos e econômicos. “Esse ponto vulnerabiliza a mídia regional diante das possibilidades de seu uso para fins políticos ou de interesses privados” (PINTO, 2017, p. 92).

Em termos midiáticos, atualmente, o estado do Maranhão conta com grupos de veículos de comunicação que atuam entre plataformas online, jornais impressos e sistemas de radiodifusão, que são de caráter comerciais, governamentais e independentes. Procuramos destacar aqui as afiliadas dos principais grupos de mídia televisivos comerciais no Brasil:

Quadro 3 - Principais emissoras de televisão no estado do Maranhão

Emissora	Grupo afiliado	Administração
Sistema Difusora de Comunicação	Sistema Brasileiro de Televisão (SBT)	Família Lobão – Rafael Barjona Lobão
Grupo Mirante	Rede Globo	Família Sarney – Fernando José Macieira Sarney
Grupo Bandeirantes Maranhão ²⁷	Rede Bandeirantes	João Carlos Saad
Rede Cidade de Comunicação	RecordTV	Fabiano Almeida Vieira da Silva, Paulo Sérgio Almeida Vieira da Silva e Terezinha de Jesus Coelho Rocha ²⁸
Grupo Zildêni Falcão	RedeTV	Zildêni Falcão de Oliveira

Fonte: Elaboração própria com informações da Receita Federal (2021).

²⁷ O veículo se tornou uma emissora própria da Rede Bandeirantes.

²⁸ Mãe do senador Roberto Rocha.

Todas as cinco emissoras estão geograficamente localizadas na capital do estado, em São Luís, e possuem uma rede de praças e/ou retransmissoras televisivas nos demais municípios da unidade federativa. Podemos observar, portanto, as relações entre sistemas de mídia e grupos econômicos políticos, uns de forma direta e outros indireta, o que nos traz uma discussão acerca do mercado de mídia concentrado.

Em vista disso, procuramos oferecer um panorama sobre a distribuição do sistema de afiliadas de televisão pelo Maranhão a partir de duas emissoras: TV Mirante e TV Difusora. A escolha pelos dois veículos de comunicação se deu por serem considerados os de maior alcance no estado e por serem integrantes dos dois maiores grupos de mídia no Brasil, Rede Globo e SBT. Pela perspectiva deles, teremos alguns subsídios para compreendermos como o telejornalismo regional se desenvolve nos 217 municípios do Maranhão, que geograficamente estão distantes um dos outros, e até mesmo para algumas cidades que fazem fronteira com o estado, o que será explicado mais adiante. Além disso, esse é o primeiro passo para compreendermos como é realizado o jornalismo regional no estado, antes de partirmos para a parte empírica desta dissertação.

Sendo assim, após entender a função da mídia como potencial precursora para o desenvolvimento regional, compreendemos que é necessário analisar em que lugares e como esse fenômeno atua, em particular, no estado do Maranhão, a partir das emissoras TV Difusora e TV Mirante.

4.2 TV Difusora: a primeira experiência televisiva no Maranhão

O Sistema Difusora de Comunicação possui uma rádio FM, fundada em 1969, a qual opera com caráter musical, informativo e jornalístico; um portal de notícias, MA10²⁹ implantado no ano de 2016; e um sistema de televisão distribuído entre três praças: TV Difusora – a cabeça de rede do grupo – localizada na capital do estado, São Luís; TV Sinal Verde, instalada no leste do Maranhão, no município de Caxias; e a TV Difusora Sul, estabelecida na cidade de Imperatriz, no sul do estado, surgida em 1963. Atualmente, a emissora é controlada pela família Lobão e administrada por

²⁹ Disponível em <http://www.ma10.com.br/>. Acesso em: 27 abr. 2020.

Rafael Barjona Lobão, e tem como sócios o ex-senador e empresário, Edison Lobão Filho e sua esposa, Paula Studart Quintas Lobão.

A família Lobão possui um grande percurso político no cenário local e nacional. Dentre os principais cargos, Edison Lobão, proprietário do Sistema Difusora, foi Deputado Federal pelo estado do Maranhão (1979-1987); governador do estado entre os anos de 1991 e 1994; senador também pelo estado em dois períodos, primeiramente entre 1987 e 1991 e posteriormente entre 1995 e 2019. Seu filho, Edison Lobão Filho, um dos sócios da emissora, também foi Senador pelo estado do Maranhão nos anos de 2011 a 2014.

A TV Difusora foi o primeiro veículo de comunicação televisivo instalado no Maranhão, em meados de 1963, pelos irmãos Raimundo e Magno Bacelar. A família Bacelar também possui uma extensa relação com a trajetória política. Raimundo Bacelar elegeu-se Deputado Estadual no mandato de 1950 a 1958. Magno Bacelar foi Deputado Estadual (1963 - 1967) e (2003 a 2004); deputado federal pelo Maranhão (1975 - 1987) e (1995 - 1999); vice-prefeito de São Luís nos anos de 1989 a 1991; senador pelo estado do Maranhão entre 1991 e 1995; e prefeito da cidade de Coelho Neto no período de 2005 a 2008.

Percebemos aqui o que a pesquisa de Pinto (2017) apontou no mapeamento de mídia das regiões Norte e Sul do país, a qual percebeu que a maioria dos veículos de comunicação possui laços fortes com grupos políticos, realidade que também acontece no estado do Maranhão, em especial nos dois conglomerados de mídia detalhados neste mapeamento, em que o cenário sempre esteve marcado por interesses políticos.

Outra questão relacionada ao Sistema Difusora é a prática de arrendamento do conteúdo da emissora, com base em interesses políticos. De acordo com Ferreira (2018), no ano de 2014, após perder as eleições para governador do estado para o seu principal adversário, Flávio Dino (PCdoB), Edison Lobão Filho, arrendou a programação jornalística para o governo estadual. Segundo o autor, a negociação foi articulada pelo deputado federal Weverton Rocha (PDT).

A primeira sede da TV Difusora esteve instalada no Edifício João Goulart, no centro da cidade de São Luís (FIGUEIREDO, 2016). A emissora chegou a fazer parte do sistema de televisão da Rede Globo, em meados da década de 1970, se tornando a primeira afiliada do grupo no Maranhão, mas, posteriormente, integrou-se ao

Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), quando a TV Mirante entrou como integrante da Globo, em 1991. Antes de se tornar afiliada do Grupo Globo, a emissora retransmitia programas produzidos pela Rede de Emissoras Independentes e pela Rede Tupi com o intuito de complementar sua programação televisiva e descentralizar os custos da produção de material.

Acontece que, como relatado no capítulo 3, a criação e estruturação de rede de afiliadas no país ocorreu no início da década de 1970 (MATTOS, 2010). Contudo, antes da consolidação do sistema de mídia de afiliadas, as emissoras reproduziam em seus canais programação de vários veículos de comunicação de radiodifusão (MUNHOZ, 2008), como é o caso da TV Difusora, que antes de se afiliar ao Grupo Globo, retransmitia conteúdo de diversas emissoras do país.

Quando a TV Difusora chegou ao estado, poucas pessoas possuíam aparelhos televisivos em seus domicílios. Então, para divulgar seus produtos e fazer com que eles alcançassem o maior número possível de pessoas, a emissora instalou equipamentos televisivos em postes pelas ruas da cidade, onde o público pudesse se reunir e assistir a programação da televisão. O primeiro telejornal do veículo de comunicação foi o *Telejornal da Difusora*, exibido de segunda-feira a sábado.

Buzar (2013) divide a trajetória da TV Difusora no estado, em especial, na capital São Luís, em quatro fases:

Na primeira fase, a programação pautava-se na produção local (até novelas) e exibição de filmes de curta metragem; na segunda, a predominância dos chamados “enlatados”, filmes americanos, de longa metragem e dublados para o português; na terceira, a introdução do vídeo, com programas gerados no Rio de Janeiro e em São Paulo, para todos os gostos e idades; a quarta, com a inauguração das transmissões por satélite e de imagem em HD (BUZAR, 2013).

Outro fato, que inclusive relaciona-se ao que foi discutido anteriormente da progressiva relação entre mercado de mídia e desenvolvimento regional, é relatado por Figueiredo (2016) em sua pesquisa de doutorado. Com os atrativos e consolidação que a TV Difusora trazia para o cenário de mídia no Maranhão na época, as lojas de eletrodomésticos começaram a ver nessa novidade uma nova empreitada para agitar, positivamente, suas vendas e negócios. Tendo como base a expectativa das pessoas em comungar da programação televisiva, as vendas de aparelhos televisivos alavancaram a economia do comércio naquele período.

Em 1990 foi então criada a Rede Difusora, que permite a extensão do conglomerado de mídia pelo estado, abrindo espaço para afiliadas. A partir desse momento, temos uma abertura para mídia regional no Maranhão. A distribuição do sinal da rede televisiva da emissora chega a 158 municípios do Maranhão e 16 do estado do Tocantins.

A TV Difusora de São Luís é a cabeça de rede do Sistema Difusora de Comunicação e é a que mais tem produção local e regional, em comparação as outras duas afiliadas do grupo, e com a maior área de cobertura. A cabeça de rede é responsável por cobrir midiaticamente 137 cidades do estado (ver Anexo A) e alcança cerca de 3.550.079 habitantes. Destes, 736.130 domicílios possuem aparelho televisivo (ÁREA DE COBERTURA DIFUSORA, 2018).

Já a TV Difusora Sul está localizada na cidade de Imperatriz, na região sul do estado do Maranhão. A área de cobertura da emissora atinge 17 cidades do Maranhão e 16 do Tocantins (ver Anexo A). As cidades do estado do Tocantins cobertas pela TV Difusora Sul são os municípios que fazem fronteira com o Maranhão. A respeito disso, Certeau (2004, p. 213, grifo do autor) questiona “[...] a quem pertence a fronteira? O rio, a parede ou a árvore *faz* fronteira. Não tem o caráter de não-lugar que o traçado cartográfico supõe no limite. Tem um papel mediador”. Brandalise (2011) complementa que as representações, mediadas pela televisão, são elementos que entrelaçam as identidades desses campos fronteiriços.

De acordo com o mapa de cobertura da emissora, a TV atinge cerca de 671.804 habitantes, no total. Do estado do Maranhão, que é o foco deste mapeamento, atinge cerca de 533.385 habitantes. A terceira afiliada da rede Difusora é a TV Sinal Verde, localizada na cidade de Caxias. O veículo possui uma área de cobertura local, atingindo somente o município em que se encontra geograficamente a emissora. Caxias fica no lado leste do estado e tem uma população de 164.880 habitantes.

A grade de programação da TV Difusora está distribuída entre telejornais e programas policiais e de entretenimento, produzidos localmente pelas suas afiliadas, no entanto, com algumas ressalvas. Atualmente, a emissora possui três telejornais exibidos nos períodos da manhã, tarde e noite. O primeiro telejornal do dia é o *Bom Dia Maranhão*, exibido de segunda a sexta-feira. O telejornal conta com apenas uma edição, produzida pela cabeça de rede, em São Luís, e é retransmitido em todo o

estado, seguindo a lógica de participação das afiliadas com entrada de matérias dessas localidades.

No horário de meio-dia cada praça produz seu telejornal, que são exibidos de segunda a sexta-feira, e transmitidos pelas cidades que fazem parte da sua área cobertura. Em São Luís o telejornal se chama *Hora D*; em Imperatriz, *Na Hora D*; e em Caxias, *Boa Tarde Caxias*. Já no período da noite, o telejornal, intitulado *Jornal da Difusora*, é fechado somente em São Luís e retransmitido pelas demais praças, que ajudam a produzir o telejornal com envio de material sobre os municípios que fazem parte de seu mapa de cobertura (informação verbal)³⁰. Como podemos ver no Quadro 4, a emissora disponibiliza, em média, 1 hora e 20 minutos para conteúdo jornalístico:

Quadro 4 - Grade de programação telejornalística da TV Difusora ³¹

Telejornal	Horário	Dias	Produção	Duração (em média)
Bom Dia Maranhão	Manhã	Segunda a sexta-feira	TV Difusora de São Luís	1 hora
Hora D	Meio-Dia	Segunda a sexta-feira	TV Difusora de São Luís	1 hora
Na Hora D	Meio-Dia	Segunda a sexta-feira	TV Difusora de Imperatriz	1 hora
Boa Tarde Caxias	Meio-Dia	Segunda a sexta-feira	TV Sinal Verde (Caxias)	1 hora
Jornal da Difusora	Noite	Segunda a sábado	TV Difusora de São Luís	20 minutos

Fonte: Elaboração própria com informações da emissora (2021).

A participação das praças na grade da cabeça de rede da emissora ocorre por meio de um sistema chamado *Filer Transfer Protocol*³² (FTP), o qual permite o carregamento de arquivos entre dois computadores conectados à internet. A emissora utiliza também o sistema *Anews*³³, desenvolvido propriamente para redações jornalísticas. O sistema viabiliza a troca de pautas, textos, espelhos das edições dos

³⁰ Informação coletada na TV Difusora de São Luís no dia 06 de janeiro de 2020.

³¹ O intuito desta dissertação é compreender o que tem de telejornalismo regional no estado do Maranhão, por isso apresentamos aqui somente a grande jornalística das duas emissoras. Sobre os demais conteúdos, acreditamos que possa ser abordado em trabalhos futuros.

³² Em tradução livre Protocolo de Transferência de Arquivos.

³³ Disponível em <https://snews.tv/pt/pages/anews-sistema-de-jornalismo/> Acesso em: 15 set. 2020.

telejornais entre todas as praças do veículo. Além disso, o material pode ser enviado por e-mail. As equipes das três redações conversam por meio do aplicativo instantâneo de mensagens, WhatsApp, em que discutem pautas e fazem um levantamento do material que cada praça possui (informação verbal).

Além dos três telejornais, o Sistema Difusora de Comunicação possui um programa policial, *Bandeira 2*, produzidos em São Luís e em Imperatriz, transmitidos antes do primeiro telejornal do dia; o *Bom Dia Maranhão*; um programa de cunho político; *Programa Resenha*, exibido aos sábados; um programa de entretenimento, *Tudo de Bom*, exibido diariamente, no período da manhã; e um documentário jornalístico, *Câmera 4 - "O Maranhão que você nunca viu"*, exibido também aos sábados. Com exceção do *Bandeira 2*, que também é produzido em Imperatriz, todos os outros programas são produzidos pela cabeça de rede.

Todas as praças possuem redações jornalísticas destinadas a produção de conteúdo. Ao todo, a Rede Difusora dispõe de 59 profissionais – 26 na TV Difusora de São Luís; 20 na TV Difusora Sul e 13 na TV Sinal Verde – que trabalham na produção televisiva da emissora, desde repórteres, apresentadores, produtores a cinegrafistas e operadores de áudio, por exemplo. A redação possui jornalistas formados, profissionais formados em outras áreas de Ensino Superior, e aqueles com formação de só até o ensino médio (informação verbal).

Em suma, destacamos as fortes relações políticas; redução de equipes, redações e telejornais que estejam descentralizados da cabeça de rede; e a discrepância na área de cobertura das três praças, sendo São Luís com o maior número de municípios alcançados, como implicações para a produção da notícia regional da emissora. No próximo tópico apresentamos a estruturação da TV Mirante no estado, servindo como base comparativa entre as duas emissoras que possuem espaço considerável no sistema de mídia no Maranhão.

4.3 TV Mirante: padrão Rede Globo e líder de audiência no estado

O Grupo Mirante é considerado o veículo de maior alcance e audiência no estado. O conglomerado de mídia conta com uma programação estendida por duas rádios, Rádio Mirante e Mirante FM, fundadas em 1988 e 1981, respectivamente; por um jornal impresso/digital, O Estado do Maranhão, implantado no sistema em 1973;

pelo portal de notícias, o imirante.com³⁴, introduzido no ano 2000; e pela televisão, fundada em 1987, a qual opera como canal aberto para todo estado e está distribuída entre cinco praças que atuam pelos 216 municípios do Maranhão, localizadas em São Luís – onde encontra-se a cabeça de rede –, Região dos Cocais, tendo Caxias como a cidade-sede e outra praça na cidade de Santa Inês, Imperatriz e Balsas (PINTO, 2010; FERREIRA, 2018; ATLAS DE COBERTURA REDE GLOBO, 2020). O primeiro telejornal veiculado pela emissora foi o *Mirante Notícias*, exibido no período da noite para as pessoas que moravam em São Luís³⁵.

A rede de comunicação é de propriedade da família Sarney, tendo como superintendente o filho mais velho da família, Fernando José Macieira Sarney, e como presidente do grupo, sua esposa, Teresa Sarney. Além disso, dois irmãos de Fernando Sarney atuam como sócios da empresa de comunicação: a ex-governadora do estado, Roseana Sarney Murad, e o deputado federal, José Sarney Filho.

José Sarney, patriarca da família, possui uma longa trajetória política no país. Um dos principais marcos de seu percurso deu-se com o apoio ao golpe militar, em 1964, tendo governado o estado do Maranhão nos anos de 1966 a 1970. Depois disso, Sarney tornou-se senador pelo estado, entre 1971 e 1985; vice-presidente do Brasil (1985); presidente da república nos anos de 1985 a 1990 e senador pelo estado do Amapá de 1991 a 2015. Entre os anos de senador foi presidente no Senado Federal de 2009 a 2013.

A trajetória política de Sarney se tornou consolidada tanto em contexto regional como nacional. Couto (2007) aponta que, mesmo após o término de seu mandato de governador no estado do Maranhão, a maioria do governo de seus sucessores teve influência e participação de Sarney, embora alguns dos governadores eleitos tenham ido de encontro a atuação do político. Apesar disso, a oligarquia Sarney se fortaleceu no estado (COUTO, 2007), o que reflete consideravelmente no sistema de mídia maranhense.

Os primeiros passos da TV Mirante ocorreram em 1987, com a criação da primeira emissora de TV do grupo instalada na capital São Luís. Assim como a TV Difusora, a TV Mirante começou sendo afiliada de outra emissora nacional. Inicialmente, o veículo de comunicação era integrante do SBT. Posteriormente, em

³⁴ Disponível em <https://imirante.com/>. Acesso em: 27 abr. 2020.

³⁵ Informação verbal concedida pela emissora à autora desta pesquisa.

1991, o Grupo Mirante se tornou afiliado da Rede Globo, da qual faz parte até os dias atuais, tornando-se líder de audiência no estado.

A mudança de afiliação das emissoras foi articulada por interesses políticos e econômicos (COUTO, 2007). De acordo com Dória (2011), no ano em que Edison Lobão ganha as eleições para governo do estado, em 1991, cede a afiliação da Rede Globo à TV Mirante em troca de favores políticos a José Sarney. A partir disso, a TV Difusora passa a fazer parte do SBT e a TV Mirante torna-se afiliada da Rede Globo.

Atualmente o Sistema Mirante alcança 99,8% do território maranhense, chegando a 216 dos 217 municípios do Maranhão. Segundo o mapa de cobertura da emissora (ver Anexo A), a TV Mirante de São Luís engloba 81 cidades do estado, a TV Mirante Cocais abrange 87 municípios, a TV Mirante de Imperatriz tem uma área de cobertura de 47 cidades e TV Mirante de Balsas é restrita a ela mesma (ATLAS DE COBERTURA REDE GLOBO, 2020).

A TV Mirante de São Luís é a cabeça de rede das demais praças e é a que mais possui produção local e regional, se compararmos às outras três redações. De acordo com o levantamento feito pelo Atlas de Cobertura Rede Globo (2020), a área de cobertura da TV atinge uma população de 3.123.330 dos 81 municípios que cobre. Destes, cerca de 848.364 domicílios possuem TV, atingindo 94,4% de telespectadores potenciais. No Mapa 2 podemos ver como está distribuído o sinal retransmissor da TV Mirante de São Luís.

Já a TV Mirante Cocais³⁶ é a que abrange mais municípios do estado, totalizando 87. A TV é concessionada em Codó, porém está localizada na cidade de Caxias, no lado leste do estado do Maranhão. A sua área de cobertura atinge cerca de 2.485.662 moradores do estado. Nos 87 municípios, 685.897 dos domicílios possuem televisão. Além disso a praça alcança 93,9% de telespectadores potenciais (ATLAS COBERTURA REDE GLOBO, 2020).

A terceira sucursal da TV Mirante está localizada em Imperatriz, segunda maior cidade do estado e a localidade mais importante da chamada Região Tocantina³⁷, que está localizada no sul do estado. A praça possui uma área de cobertura de 47

³⁶ A Região dos Cocais é uma região localizada no leste do Estado do Maranhão e é chamada dessa forma por estar no perímetro maranhense das Matas dos Cocais. A região abrange cinco municípios: Alto Alegre do Maranhão, Codó – considerado a sede –, Coroatá, Peritoró e Timbiras.

³⁷ Região Tocantina é uma definição comumente utilizada nos estados do Maranhão, Tocantins e Pará, para designar a microrregião de Imperatriz e Porto Franco.

municípios do Maranhão (ver Anexo A), com uma população de 1.376.919 habitantes. Ao todo, cerca de 380.043 domicílios possuem aparelho televisivo, fazendo com que a TV Mirante de Imperatriz atinja 92,4% de telespectadores potenciais.

Por fim, a quarta praça do grupo é a TV Mirante de Balsas, também localizada no sul do Maranhão, e responsável por cobrir midiaticamente somente a própria sede. Com uma população de 94.976 habitantes, cerca de 26.621 domicílios possuem televisores, atingindo 93,2% de telespectadores potenciais, de acordo com o Atlas de Cobertura Rede Globo (2020). Vale ressaltar que, ao irmos a campo, descobrimos que a cidade de Santa Inês possui também uma praça da TV Mirante, mesmo que esteja integrada na área de cobertura da TV Mirante Cocais.

Por essa perspectiva, a TV Mirante é a que possui maior alcance de sinal televisivo no estado, haja vista que suas cinco afiliadas estão distribuídas e são responsáveis por cobrir, cada qual, uma parte do Maranhão. Contudo, essa cobertura, muitas vezes, está resumida à chegada de sinal, e, não necessariamente, contemplação midiática dos fatos que rodeiam essas cidades. Sobre isso, as entrevistas com os jornalistas responsáveis pela cobertura televisiva da emissora nos oferecerão mais elementos para a discussão, o que será retratado na parte empírica deste trabalho.

A grade de programação telejornalística da emissora conta com três telejornais com conteúdo, predominantemente, local e regional. O primeiro telejornal do dia é o *Bom dia Mirante*, veiculado de segunda a sexta-feira, das 6h às 8h da manhã. O telejornal é produzido pela capital São Luís e transmitido ao vivo para todo o estado. Conta com a participação das outras três praças, com notícias sobre as demais cidades. Já os JMTV 1º e 2º edição, veiculados no horário de meio-dia e à noite, respectivamente, são produzidos de forma independente entre as TVs de São Luís e Imperatriz, seguindo a mesma lógica de participação das demais emissoras (informação verbal)³⁸.

As outras duas praças não possuem produção local de telejornal e recebem sinal diretamente de São Luís. A participação das emissoras dentro dos telejornais das duas praças, de São Luís e Imperatriz, acontece por meio de uma rede em comum na qual cada veículo possui um IP e compartilha seu material produzido. O veículo utiliza também o sistema *Anews*. Além dos telejornais, a programação televisiva da

³⁸ Informação coletada na TV Mirante de São Luís no dia 06 de janeiro de 2020.

emissora conta com o *Repórter Mirante* e *Daqui*, exibidos aos sábados; e o *Mirante Rural*, aos domingos, produzidos pela TV Mirante de São Luís e veiculado em todo o estado (informação verbal). A emissora apresenta, em média, 4 horas e 30 minutos de conteúdo jornalístico por meio dos telejornais. No entanto, a maior parte do horário é disponibilizado para a produção realizada na capital do estado, São Luís.

Quadro 5 - Grade de programação telejornalística da TV Mirante

Telejornal	Horário	Dias	Produção e retransmissão	Duração (em média)
Bom Dia Mirante	Manhã	Segunda a sábado	TV Mirante de São Luís	2 horas e 30 minutos
JM1	Meio-Dia	Segunda a sábado	TV Mirante de São Luís	45 minutos
JM1	Meio-Dia	Segunda a sábado	TV Mirante de Imperatriz	45 minutos
JM2	Noite	Segunda a sábado	TV Mirante de São Luís	25 minutos
JM2	Noite	Segunda a sábado	TV Mirante de Imperatriz	25 minutos

Fonte: Elaboração própria com informações da emissora (2021).

Conseqüentemente, somente a TV Mirante de São Luís e Imperatriz possuem redação jornalística. No entanto, as outras duas praças possuem repórteres que auxiliam no processo de cobertura de notícias sobre as cidades que são responsáveis. Ao todo, são 37 profissionais trabalhando na produção e apresentação dos telejornais da emissora. Esses profissionais vão desde apresentadores, repórteres, produtores a editores de vídeo.

No próximo tópico apresentaremos de forma comparativa como se configuram as duas emissoras de televisão no Maranhão e suas implicações para o desenvolvimento e atuação midiática no estado.

4.4 Como as duas emissoras regionais colaboram para o sistema de mídia televisiva no Maranhão?

Os primeiros passos para o sistema de mídia televisiva no estado do Maranhão foram marcados por interesses políticos, como relatado anteriormente, o que, de certo

modo, perpetuam até os dias atuais. O estudo da economia política da comunicação aponta para a necessidade de compreendermos como as esferas econômica, política, social e cultural encadeiam a indústria da comunicação. O que percebemos é que a mídia televisiva maranhense, ao ligar-se a esses aspectos, corrobora para um jornalismo regional limitado. São fatores que interferem diariamente no consumo de notícias por parte da audiência que, às vezes, sente necessidade de se informar por canais alternativos.

O Grupo Mirante e o Sistema Difusora de Comunicação são duas redes de comunicação de TV aberta que possuem espaço substancial para a sociedade no Maranhão. Os dois veículos possuem características semelhantes e distintas que delimitam o sistema midiático do estado. O primeiro ponto a ser destacado trata-se da forte ligação de grupos políticos com a mídia. O Grupo Mirante é o principal meio de comunicação no estado e é controlado pela família Sarney. O Sistema Difusora de Comunicação, apesar de não ter uma área de abrangência total no estado, ainda possui espaço relevante para consumo de notícias, e é controlado pela família Lobão.

Vale destacar que José Sarney e Edison Lobão são grandes aliados. Em 1991, quando Lobão tornou-se governador do estado, apoiado por Sarney (COUTO, 2007), comprou o Sistema Difusora e realizou a troca de emissoras, tornando o Sistema Mirante, de propriedade de Sarney, afiliado da Rede Globo. Com isso “Lobão e Sarney passariam a dominar, com o SBT e a Globo, todas as telinhas do Maranhão” (DÓRIA, 2011, p. 62).

Cabral (2019) pontua que quando temos uma mídia monopolista e oligopolista consumimos um conteúdo reduzido. No caso do estado Maranhão, a comunicação se resume a oligopólios e até mesmo monopólios, tendo em vista que algumas cidades só recebem o sinal televisivo da TV Mirante, por exemplo. Aguiar (2016, p. 36) complementa que essa ligação entre política e mídia faz com que tenhamos um “jornalismo declaratório”, o que implica na qualidade da informação.

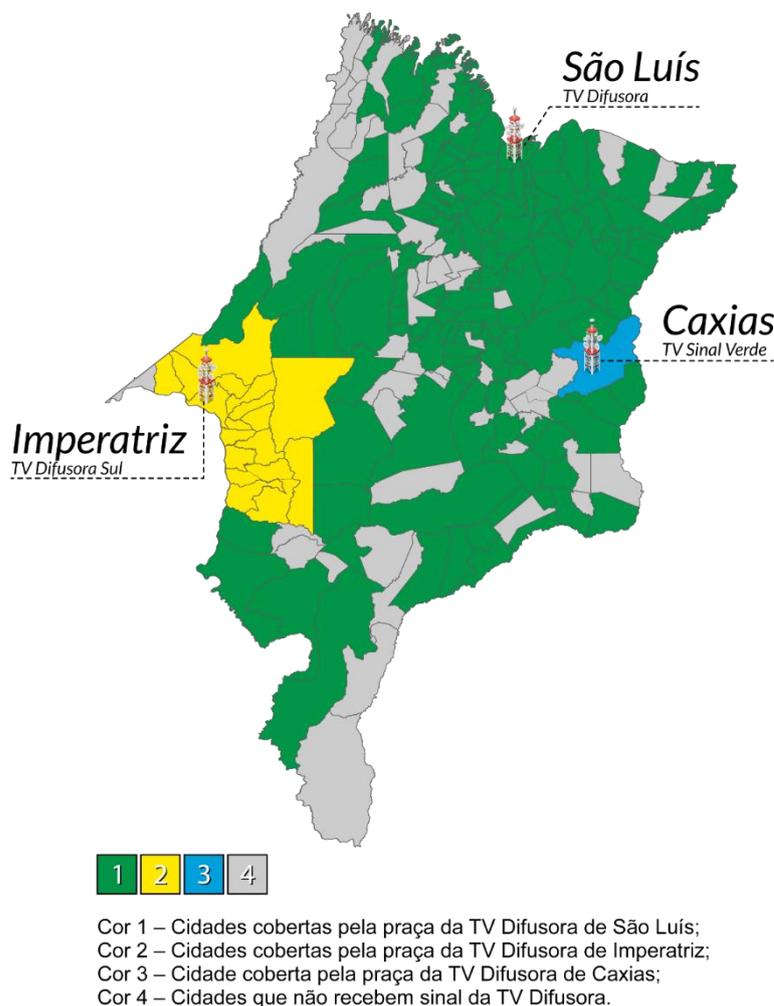
Sobre a área de cobertura, a TV Mirante atinge 216 municípios do Maranhão, logo, sua grade de programação é consumida por quase todos os maranhenses. Já a TV Difusora, que é a segunda maior no estado, não alcança todos os municípios da unidade federativa, chegando a somente 158 dos 217. Embora o sinal da TV Mirante alcance praticamente todo o estado, podemos observar que o Maranhão se encontra em deserto de notícia ou quase deserto de notícia, como nominado pelo Atlas da

Notícia (2020), pois receber um único tipo de produção feita remotamente não garante que tenhamos contemplação de conteúdo jornalístico local e regional. Além disso, podemos constatar que a cidade Feira Nova do Maranhão não recebe sinal de nenhuma das duas emissoras.

Nos Mapas 1 e 2 visualizamos melhor como está distribuído o sinal televisivo das duas afiliadas no estado do Maranhão em questões de espaços geográficos. Percebemos que as distribuições de sinal das duas emissoras são divergentes. Como já relatado, a TV Difusora alcança 158 cidades dos 217 municípios do estado.

Pela divisão das três praças, a TV Difusora de São Luís retransmite seu sinal para 140 cidades, a TV Sinal Verde concentra-se somente na cidade-sede do veículo, em Caxias, e a TV Difusora Sul de Imperatriz limita-se a somente 17 municípios do estado do Maranhão. Só a TV Difusora de São Luís, por exemplo, chega a cidades que são cobertas pelas cinco praças da TV Mirante, como veremos no Mapa 2. Entretanto, 59 municípios não recebem o sinal de rede televisiva do Sistema Difusora de Comunicação, o que gera um desfalque na cobertura geográfica da emissora.

Mapa 1 - Área de cobertura da TV Difusora no estado do Maranhão³⁹



Fonte: Elaborado pela autora a partir da Área de Cobertura Difusora (2018).

Já no caso da TV Mirante, a emissora abrange 216 cidades do estado do Maranhão. O veículo é dividido em cinco praças, as quais, possuem uma área de divisão mais igualitária, como podemos ver no Mapa 2. Vale ressaltar que, ao irmos a campo para a execução das entrevistas, descobrimos que a cidade de Santa Inês possui uma praça da emissora, apesar de o município fazer parte da área de cobertura da TV Mirante Cocais e receber a programação da TV Mirante de São Luís. Por isso, neste trabalho consideramos cinco em vez de quatro praças. Dessa forma, incluímos a cidade como sede de uma das sucursais no mapa aqui apresentado.

³⁹ A autora agradece a Rubem Júnior pela elaboração dos mapas, a partir das informações fornecidas.

Mapa 2 - Área de cobertura da TV Mirante no estado do Maranhão



Fonte: Elaborado pela autora a partir do Atlas Cobertura Rede Globo (2019).

A apresentação dos dois mapas nos ajuda a visualizar como, em questões de área de cobertura, os dois veículos são divergentes. Ao compararmos as duas emissoras, a TV Mirante possui maior cobertura geográfica que a TV Difusora, pois alcança, de modo equilibrado, praticamente todos os municípios do estado, corroborando para a predominância do Sistema Mirante no Maranhão. Desse modo, ao considerarmos as duas emissoras aqui estudadas, verificamos que existem cidades que recebem conteúdo somente da TV Mirante, o que, no ponto de vista democrático, é problemático. Contudo, vale lembrar que o estado dispõe de outras emissoras de televisão, que podem chegar a municípios que a TV Difusora não

alcança, por exemplo. Uma investigação mais abrangente pode dar conta dessas lacunas.

O rádio e, principalmente, a televisão, continuam sendo fundamentais, e em boa parte, únicos instrumentos de comunicação no estado. Vale ressaltar que não é uma realidade exclusiva do Maranhão. No contexto mais geral, Cabral (2019, p. 37) reflete que “lugares onde se tem tecnologia precária, o que prevalece é o que oferece o melhor sinal. Não se leva em consideração se o conteúdo é bom ou não, mas se é possível obter informação ou se comunicar um pouco melhor com outras pessoas”.

Outro ponto a ser destacado é a limitação de conteúdo regional. A TV Mirante detém três telejornais, um programa de entretenimento e dois jornalísticos, sendo um destinado ao agronegócio. A TV Difusora compreende, também, três telejornais, um programa policial, um de cunho político, um de entretenimento e um documentário. São a partir desses programas e telejornais que são oferecidos materiais com particularidades e peculiaridades regionais, de acordo com cada editoria.

Entretanto, no caso das duas emissoras, a produção está concentrada, majoritariamente, nas cabeças de rede. A TV Mirante possui cinco praças e somente duas possuem produção independente, São Luís e Imperatriz, e ainda, tendo a cabeça de rede como a que possui maior espaço na programação. No caso da TV Difusora, as três praças possuem produções próprias, porém, com a mesma logística da TV Mirante, sendo a cabeça de rede a de maior espaço para conteúdo regional.

O problema está na contemplação real dos fatos que rodeiam as cidades do estado que os veículos de comunicação se propõem a cobrir. Em grande medida, a mídia regional, principalmente a de radiodifusão, está empenhada na descentralização de sinais e quebra de barreiras geográficas, preocupada em alcançar territórios com a sua transmissão. O interesse por regionalizar a mídia, antes de se preocupar de fato com a democracia da informação, está voltado mais para interesses econômicos e políticos.

Além desses interesses, a mídia regional muitas vezes é constrangida pelos padrões dos conglomerados nacionais aos qual se integra. A mídia nacional afilia os grupos regionais com o intuito de descentralizar sua programação e chegar aos diversos municípios do país visando investimentos na área publicitária, e a mídia regional se afilia aos conglomerados nacionais com o objetivo de obter prestígios e credibilidade junto ao público, além de diminuir custos financeiros que a produção

mediática tem. Nesse caso, os conglomerados de mídia nacional controlam a programação, que, em grande medida, está concentrada nos considerados “centros” de mídia brasileira, tendo Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília (PINTO, 2017) como referências, e retransmitem para as afiliadas nas regiões, reduzindo o espaço para manifestações de conteúdos regionais e locais (CABRAL, 2019; MARQUES; DOURADO, 2016).

Outro aspecto que inibe uma maior representação de programação regional está relacionado a aparatos e estruturas técnicas que demandam tempo, mão-de-obra, e custos financeiros, que muitas vezes um veículo menor não dispõe. Deolindo (2016) reflete que a estrutura financeira de uma empresa de comunicação indicará o investimento ou não destinado à produção, espaço e circulação de determinado conteúdo. Pinto (2017) salienta que esse fato vai além da mídia: são elementos dependentes da estrutura comunicacional, geográfica e socioeconômica de cada país, ou nesse caso, de cada região.

Ao falarmos sobre estrutura técnica, que depende diretamente de capital, não podemos deixar de falar sobre a crise vivenciada pelo jornalismo enquanto modelo de negócio, em meados de 2015 e 2016 (HAUSER, 2017), a qual fez com que tivéssemos reduções de equipes nas redações jornalísticas, por exemplo, e que afetou diretamente a mídia regional. Corte de gastos com equipamentos e, principalmente, de profissionais que se deslocassem fisicamente a determinados espaços geográficos foi uma das características que afetou a mídia, em especial, o jornalismo.

Tavares (2018) relata que a precarização do trabalho jornalístico, causada pelas demissões de profissionais no âmbito das redações, constitui em exigência, cada vez mais, de profissionais que exerçam mais de uma função, tornando-se jornalistas multifuncionais, assim como em contratações temporárias para desempenhar determinada atividade, os chamados *freelancers*. Além disso, por conta dos sistemas digitais e da expansão do acesso à internet, a audiência se torna aliada ao trabalho jornalístico, a qual envia conteúdos e materiais que “facilitam” e otimizam o trabalho da mídia sem ter que se deslocar em determinada ocasião (MOSCO, 2016).

No caso dos dois veículos de comunicação aqui mapeados, observamos redução de equipes que são designadas para a produção telejornalística do estado. A TV Mirante possui, ao todo, 37 profissionais que trabalham na parte televisiva da emissora, tendo redação jornalística apenas na TV Mirante de São Luís e de Imperatriz.

Já as três praças da TV Difusora dispõem de redação jornalística, possuindo, ao todo, 59 profissionais. Embora a TV Difusora possua uma equipe maior, boa parte da área de cobertura da emissora é concentrada na praça de São Luís, o que pode ser uma dificuldade na hora de cobrir notícias sobre todas as 140 cidades que a praça afirma chegar com seu sinal retransmissor.

A TV Mirante, por seguir padrões Rede Globo, se torna mais estruturada. A emissora distribui suas praças em pontos estratégicos do estado e consegue, em tese, alcançar praticamente todos os municípios da unidade federativa. Entretanto, somente duas das suas cinco praças possuem produção local. As outras três sucursais recebem sinal diretamente da cabeça de rede.

Se as quatro praças (TV Mirante Cocais, TV Mirante Santa Inês, TV Mirante de Balsas e TV Mirante de São Luís) recebem sinal diretamente da cabeça de rede, por essa lógica, 169 municípios (excluindo a praça e área de cobertura da TV Mirante, uma vez que possui produção local) consomem diariamente uma programação produzida e veiculada por São Luís, que está a 801,6 km de Balsas e 362,3 km de Caxias, por exemplo.

Deste modo, mesmo com distribuição distintas, as duas emissoras de televisão concentram predominantemente a programação midiática pela cabeça de rede, em São Luís, que geograficamente encontra-se distante de muitos municípios, haja vista a dimensão territorial do estado do Maranhão. A proximidade é um dos princípios basilares da mídia regional. Ela emerge da necessidade do local em meio ao mundo globalizado. Ao mesmo tempo em que a globalização oferece ao cidadão uma ampla visão do mundo, o mesmo sente a necessidade de inteirar-se do que acontece próximo ao seu local de convívio. Essa proximidade não é somente geográfica, mas se torna também afetiva e emocional. Todavia, Pereira e Caleffi (2019, p. 140) alertam que “se não há uma aproximação telejornal-telespectadores numa perspectiva geográfica, tão pouco a proximidade se dá num panorama afetivo”.

Além da expansão territorial, é importante destinar espaços para reflexões e autoafirmação do ser regional, enquanto função social. Vizeu e Cerqueira (2019, p. 41) entendem que é no (tele)jornalismo local e regional que se encontra “o vínculo social primeiro, de respostas mais imediatas e de autorreferência”. A produção de notícia regional, por exemplo, serve para o cidadão interligar-se ao seu entorno e compreender melhor o espaço que está inserido. Na teoria, a produção de notícia

regional tem o intuito principal de abrir mais espaços para essas manifestações na mídia, tornando-se, também, um elo articulador para a formação identitária de uma região, oferecendo ao cidadão o sentimento de pertencimento. Porém, como já percebemos, nem sempre esses elementos são contemplados no meio midiático.

O que apreendemos deste capítulo está relacionado ao panorama midiático televisivo no estado do Maranhão enquanto espaço geográfico e econômico político. Percebemos aqui que o relato de Pinto (2017) referente ao sistema de mídia das regiões Norte e Sul do país se repete na configuração televisiva do estado do Maranhão. Temos dois veículos de comunicação de extrema relevância e referência que operam no estado, sendo vinculados a grupos políticos. Em relação à discussão do espaço para mídia local e regional, possuímos, na medida do possível, um considerável número de programas e telejornais regionais, todavia, suas produções estão concentradas na capital do estado.

Analisar um recorte do mercado de mídia do Maranhão nos oferece caminhos para averiguarmos como na prática é produzido o telejornalismo local e regional dessa região. Para além de compreendermos o que significa a regionalização da mídia enquanto sistema integrante das esferas econômicas e políticas, é preciso saber, por parte de quem produz a notícia, o que se entende por jornalismo regional. Este mapeamento foi o ponto de partida para termos uma visão do que temos de telejornalismo regional no estado do Maranhão.

Por este viés, no capítulo a seguir traremos os resultados obtidos a partir das entrevistas com profissionais de comunicação responsáveis pela produção da notícia telejornalística da TV Mirante e TV Difusora. A partir disso faremos a discussão, que será dividida em eixos temáticos, correlacionando a teoria com as declarações fornecidas pelos entrevistados.

5 TELEJORNALISMO REGIONAL E A PERCEPÇÃO DE QUEM PRODUZ A NOTÍCIA: O que dizem os profissionais de comunicação das TV Mirante e TV Difusora

Neste capítulo abordaremos os resultados obtidos através das entrevistas realizadas com os editores-chefes e produtores das redações dos telejornais da TV Mirante e TV Difusora. No total, conversamos com 17 profissionais, sendo 9 da TV Difusora e 8 da TV Mirante. Além dessas, utilizamos três entrevistas realizadas em conjunto pelo grupo de pesquisa Comunicação, Política e Sociedade (COPS), que se relacionam com a discussão deste trabalho: uma com o antigo editor-chefe do JM2 da TV Mirante de Imperatriz; uma com a chefe de reportagem da TV Mirante e uma com a coordenadora de jornalismo e produtora da TV Difusora Sul, ambas de Imperatriz. Ao todo o corpus inclui 18 profissionais entrevistados.

A partir dessas conversas, estruturamos a discussão do capítulo em eixos temáticos, para melhor compreensão das rotinas produtivas e percepção dos jornalistas das emissoras. Os quatro primeiros tópicos estão destinados para a parte descritiva da análise, com as falas dos entrevistados. No último tópico discutimos os principais achados a partir das declarações desses profissionais correlacionando com o que a literatura aponta.

O primeiro eixo de análise descritivo volta-se para o modo como os profissionais percebem e entendem o conceito de jornalismo regional, suas características e principais temáticas que fazem com que uma notícia seja considerada regional. O segundo eixo tem como foco abordar a prática telejornalística das emissoras, as principais implicações que afetam suas rotinas de produção, diversidade de questões que contemplem a pluralidade local e regional no produto jornalístico, assim como a falta de conteúdo sobre as demais cidades que fazem parte da área de cobertura dos veículos.

Já o terceiro tem como finalidade discutir o processo de participação da audiência e o uso das redes sociais nas redações, como caminhos que auxiliem a produção da notícia e forma de representação regional das pessoas que residem nessas localidades. O quarto e último eixo temático destina-se a entender a relação entre as praças dos veículos de comunicação e a dependência das cabeças de rede.

Por fim, no quinto tópico correlacionamos as declarações dos entrevistados com a discussão principal desta dissertação.

5.1 Conceito e características do jornalismo regional

Compreender como os profissionais que constroem cotidianamente a notícia de uma determinada localidade entendem o conceito de jornalismo regional é o primeiro passo para sabermos o que realmente temos de regional nos veículos jornalísticos do estado do Maranhão. Quando questionados sobre o que entendem por jornalismo regional, os profissionais relatam, de modo geral, que é aquele voltado para uma determinada área territorial, procurando dar visibilidade para questões que rodeiam a população que reside naquela região, tendo por base o princípio da proximidade. Para este entrevistado, profissional da TV Mirante de Imperatriz, jornalismo regional é:

[...] aquele que a comunidade local se reconhece naquelas notícias. São notícias locais que tem um interesse para aquela determinada comunidade. Então não é algo que está afastada da realidade, é o dia a dia da Dona Maria, do Seu João, é uma prestação de serviço, uma coisa que vai afetar a minha rotina enquanto telespectador. [...] Jornalismo regional são as notícias que estão mais perto de você (P1, TV Mirante de Imperatriz, em entrevista à autora, 2020).

Os profissionais declaram também a importância de noticiar fatos que ocorrem além da cidade em que está localizada as praças das emissoras, para de fato ser considerado jornalismo regional.

Jornalismo regional é feito não só aqui em Imperatriz, mas em toda a Região Tocantina. Na minha experiência a gente tenta trazer informações não só da cidade de Imperatriz, mas de toda essa Região Tocantina, como os municípios mais próximos: Davinópolis, João Lisboa... Eu acredito que nossa principal característica aqui de Imperatriz é ser mais popular, pois agrega não só aqui, mas também as outras cidades da região (P6, TV Difusora Sul de Imperatriz, em entrevista à autora, 2020).

Ademais, questionamos também se em algum momento da formação acadêmica no curso de Jornalismo, ou dentro da empresa em que trabalham, foi debatido o conceito e as perspectivas do jornalismo regional, tendo em vista que, como alguns autores argumentam, ainda se tem um certo preconceito com a mídia local e regional, tanto no âmbito acadêmico como profissional, pois, de acordo com

Assis (2013), para muitos profissionais, o trabalho jornalístico em cidades pequenas não é estimado.

Sobre a formação acadêmica, a maioria dos profissionais relata que em nenhum momento foi discutido sobre as nuances do jornalismo regional. Acerca disso, vale ressaltar que oito profissionais não são formados em Jornalismo, vêm de outras áreas como Pedagogia, Teologia, Letras e Publicidade e Propaganda. Além dessas, dois desses entrevistados são formados em Rádio e TV, que embora seja área afim, não é de fato formação em Jornalismo, o que pode refletir na discussão teórica a respeito do tema.

Apesar disso, somente quatro dos demais profissionais formados em Jornalismo afirmam que ao longo da graduação foram discutidas questões que envolvem a produção de notícias regionais. P1, da TV Mirante de Imperatriz, conta que na universidade realizava trabalhos voltados para a discussão da centralização de matérias na capital do estado, São Luís, por exemplo. Os demais profissionais, que disseram não ter discutido o tema durante a formação, declaram que o que é ensinado na academia é diferente do que vivem no mercado de trabalho.

Em vista disso, perguntamos se dentro da empresa em que trabalham essas questões voltadas para a prática regional são conversadas e pontuadas em conjunto. Sete profissionais, tanto da TV Mirante como da TV Difusora, relatam que essas reflexões não são levantadas dentro da redação e que a prática é efetivada no dia a dia. Já os demais afirmam que as empresas procuram se reunir para discutir e planejar formas de incluir as pautas regionais diariamente nos telejornais, como relata este outro profissional, da TV Mirante de Imperatriz:

A gente tem essa preocupação em reuniões de pauta. Inclusive quando nós fazemos nosso planejamento anual (o chamado planejar) em São Luís que contém os coordenadores das praças de Imperatriz, Balsas e Caxias. Nesse planejamento são pensadas ações para o departamento de jornalismo com essa característica regional. Por exemplo, “que tal Imperatriz fazer uma série na Chapada das Mesas para ver como é que está a situação do turismo na região Sul do estado, em Carolina, Estreito, Riachão” [...]. Então, a gente além da correria do dia a dia que faz com que isso escape um pouco por conta do deadline, da equipe limitada, às vezes você não consegue ter essa cobertura diária, com essa abrangência regional, mas nos nossos planejamentos a gente sempre pensa a cobertura de uma forma mais regional, mais macro mesmo (P8, TV Mirante de Imperatriz, em entrevista à autora, 2020).

Além disso, P14, profissional da TV Mirante de Balsas, pontua que essa é uma discussão permanente dentro da empresa, e que ter praças do veículo em algumas

localidades do estado é uma forma de alcançar as mais diversas pautas regionais. “Nossa estrutura de jornalismo da TV Mirante pensa exatamente isso, essa ideia de distribuir o jornal nas praças [...] a gente vai ter uma porcentagem de fazer um retrato mais fiel do que é o estado do Maranhão. [...] Então é uma discussão permanente” (P14, TV Mirante de Balsas, em entrevista à autora, 2020).

Ainda dentro da discussão sobre o conceito de jornalismo regional e o debate do tema dentro das redações, perguntamos aos profissionais se consideram que a emissora em que trabalham exerce, de fato, um jornalismo regionalizado. P17, profissional da TV Mirante de São Luís, assegura que não tem como falar em jornalismo regional no Maranhão sem se referir a TV Mirante, já que, na visão da profissional, a emissora realiza de modo único esse tipo de jornalismo no estado. Por outro lado, P2, da TV Difusora de São Luís, defende que os telejornais do grupo são todos regionalizados e que a emissora representa o estado por meio do seu conteúdo.

Já P15, da TV Mirante de São Luís, e P6, da TV Difusora Sul de Imperatriz, reconhecem a complexidade do cumprimento do jornalismo regional, que vai além do simples fato de caracterizar os telejornais como regionais quando estes não alcançam efetivamente as multiplicidades do estado. Ao serem questionadas se as emissoras praticam jornalismo regionalizado, P6 considera que a TV Difusora Sul de Imperatriz realiza jornalismo local. P15, da TV Mirante de São Luís, reflete que:

É muito complicado. Eu não diria nem que sim nem que não, eu acho que a gente tenta. Há limites técnicos, humanos, tecnológicos e de divisão [...]. Tem muita coisa que acontece em cidades do Maranhão que a gente nem fica sabendo que aconteceu, hoje já acontece menos isso porque a gente tem as mídias digitais e os celulares. Então a pessoa filma, manda e a partir daquilo a gente consegue apurar alguma coisa e consegue às vezes dar visibilidade a um fato que antes a gente jamais teria conhecimento, mas mesmo assim [...] a TV Mirante acho que é a TV mais estruturada que tem no Maranhão, a gente tem repórter em Balsas, em Santa Inês e tem fontes também em outras cidades, mesmo nos lugares onde a gente não tem repórteres ou uma equipe de TV, a gente tem uma fonte que fornece informações, mas mesmo assim são 217 municípios então eu tenho certeza, acho que ter essa certeza é importante, certeza que a gente não faz uma cobertura ampla como deveria ser, mas a tentativa é sempre essa de tentar olhar para todo lado (P15, TV Mirante de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Por outro ponto de vista, grande parte dos profissionais entrevistados aponta que, na prática, os telejornais das duas emissoras fazem um jornalismo comunitário. P1, da TV Mirante de Imperatriz, informa que dentro do veículo em que atua, o termo utilizado que caracteriza os telejornais da emissora é o “jornalismo comunitário”.

Indagamos ainda se considera que jornalismo comunitário e jornalismo regional seriam a mesma coisa, e o entrevistado afirma que sim, como boa parte dos outros profissionais. Para P3, também profissional da TV Mirante de Imperatriz, por exemplo, jornalismo comunitário é a prática do jornalismo regional. Já P9, da TV Difusora de São Luís, defende que possuem características distintas.

[...] na minha concepção, o regional completa o todo, essa questão: “ah eu estou aqui em São Luís, então tem essas notícias que envolvam toda cidade de São Luís, ou então, todo o estado do Maranhão”. É uma notícia que vai abranger diversos moradores que estão dentro desse estado. Já o jornalismo comunitário é aquele bem restrito, já bem delimitado, é uma situação, é um bairro, uma ação social [...] é um problema de água de luz. Então, para mim, eles acabam tendo um pouco de diferença nesse aspecto (P9, TV Difusora de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

De toda forma, a literatura indica que todo jornalismo comunitário é local/regional, ainda que nem todo jornalismo regional seja comunitário. Mas é preciso considerar até que ponto um jornal, até mesmo os produzidos pelos meios de comunicação tradicionais, pode ser comunitário, como debateremos no eixo analítico.

Adiante, procuramos saber quais as principais características que delimitam o jornalismo regional, na visão dos profissionais. O principal ponto levantado pelos entrevistados esteve em conformidade com a literatura apresentada neste trabalho, o princípio da proximidade (SOUSA, 2002; CAMPONEZ, 2012; AGUIAR, 2016). De acordo com os profissionais, quanto mais o conteúdo estiver próximo da audiência, mais ela se sentirá representada. Além da proximidade, os entrevistados atribuíram a notoriedade, relevância, interesse local e identificação com o público como algumas das características do jornalismo regional. De toda forma, estes elementos são considerados, pela literatura como valores-notícia.

Tem que ter interesse e características locais. Tem que ser algo que, de certa forma, impacte a pessoa daquela região, mas que também chame a atenção das outras regiões. Por exemplo, “O Governo do Estado, mandou fazer, por exemplo, agora, nessa questão de pandemia, um hospital regional em Balsas”. Isso é uma notícia regional. Porque é um assunto nacional, que impacta nossas vidas, mas de certa forma é só lá [em Balsas], mas é interessante para mim aqui de São Luís que olha “lá estão construindo isso” “lá estão fazendo isso”. Eu acho que essa é a principal característica: quando é uma notícia local, mas que tem um impacto abrangente. É o que a gente geralmente prioriza (P2, TV Difusora de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Além disso, para P16, profissional da TV Mirante de São Luís, a principal característica do jornalismo regional é a representatividade e identificação com o

público. Um dos profissionais da TV Sinal Verde, praça da TV Difusora de Caxias, aponta também que matérias que destaquem a cultura do estado são primordiais para a efetivação do jornalismo regionalizado e seria sua principal característica. Segundo o entrevistado, oferecer espaço para artistas locais fomenta a cultura regional e torna a notícia interessante para quem está próximo dessa localidade.

A partir disso, questionamos os entrevistados se a escolha das fontes seria também uma característica de notícia regional, já que oferecer espaço de fala para as pessoas que residem no local pode gerar maior engajamento, fidelidade e reconhecimento da audiência com os telejornais. Para a maioria dos profissionais, a prioridade de fontes que sejam locais é fundamental para fazer com que uma notícia tenha característica regional.

Com certeza, já que é aí que entra a questão de se identificar com aquele conteúdo e com aquelas pessoas. É uma realidade que fica muito mais próxima de você e que atrai muito mais. Então, acaba tendo um peso maior. Essa aproximação também cria laços com esse público local e de pertencimento também porque [a audiência] se sente ali participante. Por exemplo: quem dá uma sugestão de pauta sobre qualquer assunto como problemas de falta d'água, saneamento básico etc. Se eu ligo para TV dando essa sugestão de pauta aqui em Imperatriz, vou lá no bairro da pessoa para fazer essa matéria e eu entrevisto aquela comunidade é óbvio que ela vai se sentir representada naquele telejornal (P1, TV Mirante de Imperatriz, em entrevista à autora, 2020).

Além de ouvir a audiência, três entrevistados reiteram a importância de incluir também fontes oficiais da região. Um dos profissionais explica que não adianta tratar de um tema regional e procurar fontes oficiais que são de outras localidades, uma vez que, possivelmente, essa fonte não saberá tratar da especificidade do assunto restrito ao estado, por exemplo. Em entrevista ao COPS, o antigo editor-chefe do JM2 da TV Mirante de Imperatriz afirma que as principais fontes utilizadas nos telejornais são oficiais, como pessoas do poder público. Segundo o entrevistado, como a TV não disponibiliza um canal institucional para a relação efetiva entre jornais e audiência, a entrada da população se torna mais limitada.

Embora alguns profissionais tenham reconhecido a pertinência em preferir fontes, sejam as oficiais ou não oficiais, locais e regionais, para a construção da notícia dos telejornais, para dois dos 18 entrevistados isso não faz diferença na produção, já que, como declara este profissional da TV Difusora de São Luís, “fonte é universal” (P2, TV Difusora de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Dentro da reflexão sobre as principais características, achamos necessário questionar os principais temas que delinham o jornalismo regional, tendo em vista que a proximidade se configura também por temática. Os principais temas listados pelos profissionais foram: policiais, saúde, segurança pública, infraestrutura, política, transporte público e educação, além do factual, que é prioridade na cobertura jornalística. A maioria dos profissionais reitera a preferência por fazer matérias que orientem a audiência em relação ao exercício da cidadania. Nesse sentido, quando questionado sobre os principais temas para a cobertura regional, este profissional declara que é:

[...] a notícia que tem importância para a vida das pessoas. Eu ficaria profundamente constrangido se eu tivesse que ocupar um espaço de mídia, na TV, no rádio, na internet, não menosprezando ninguém, para estar dando dica de novela, lendo horóscopo ou ensinando simpatias. O que eu penso é que as concessões públicas devem existir para ajudar a melhorar a vida das pessoas. E a partir disso vamos pautando as pautas do dia a dia do jornalismo (P5, TV Difusora Sul de Imperatriz, em entrevista à autora, 2020).

Todos os temas elencados são assuntos cotidianos que fazem parte da notícia diária nos (tele)jornais como um todo. Além de retratar a rotina dessas comunidades, as emissoras regionais possuem o compromisso de reproduzir as peculiaridades do local. Ao perguntarmos sobre isso, todos os entrevistados afirmam que as emissoras e os telejornais em que trabalham procuram realizar matérias que destaquem as particularidades das cidades e região do estado do Maranhão, mas que as rotinas de produção muitas vezes interferem nesses tipos de reportagem.

A gente faz. Tem as matérias sazonais. Falar de comunidade é um tema desses. Período de praia, por exemplo, nós temos essa situação atípica por causa do Rio Tocantins. Isso não acontece com São Luís, por exemplo, porque eles não têm praia de água doce. Os municípios banhados pelo Rio Tocantins nos procuram muito para divulgar sobre a temporada oficial de praia – um tema relacionado ao lazer. As feiras agropecuárias que acontecem na região, por exemplo, aqui em Balsas. O período mais forte do turismo na Chapada das Mesas que é o período de estiagem. Em determinado momento do mês de julho fazemos reportagem sobre Carolina, com a ocupação dos hotéis, principais pontos de turismo. As queimadas no cerrado você tem também essa cobertura regional. São característica da região as coberturas sazonais. Você só tem as Quadrilhas Juninas no interior, em São Luís não tem, tem o Boi (P8, TV Mirante de Imperatriz, em entrevista à autora, 2020).

No caso da TV Mirante, os três telejornais produzidos na cabeça de rede possuem quadros temáticos que procuram abordar temas regionais que vão além do factual. De acordo com P17, profissional da TV Mirante de São Luís, os telejornais da

emissora produzem os quadros com intuito de tratar sobre temáticas que de algum modo se relacionem com o estado de forma mais aprofundada, como o quadro *Boletim Agro*, realizado pela praça da TV Mirante de Balsas, onde o agronegócio é bastante forte na região.

Já a TV Difusora possui programas específicos para esses tipos de reportagem. Os profissionais da emissora contam que às vezes o material produzido para esses programas é aproveitado dentro dos telejornais, mas que nem sempre o tempo permite que sejam (re)produzidos.

A gente tem matérias especiais que acabam indo tanto para o jornal, como também para o programa, por exemplo, o *Câmera Quatro*. A gente consegue trabalhar mais, fazer uma matéria mais bem feita sobre turismo, a gente consegue explorar. Mas é um conteúdo que a gente não costuma fazer bastante. Quando temos um espaço na nossa grade, a gente faz, trabalhamos um pouco mais. Uma produção que a gente produz para hora, para aquele momento, mas uma matéria dessas, levamos uma semana produzindo ou três dias para poder de fato se concretizar (P11, TV Difusora de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Diante desse cenário, questionamos de que modo esses profissionais enxergam o exercício e a manifestação do jornalismo regional na vida das pessoas, e se, na visão deles, possui algum impacto. Todos os entrevistados reconhecem a pertinência em oferecer espaço para as demandas regionais dentro dos veículos de comunicação, em especial nos produtos jornalísticos, visto que quando o conteúdo se torna próximo das pessoas que estão em torno dessas pautas, a representação torna-se mais nítida. “O jornalismo que mais interessa ao povo é o que mostra a cara do povo. Assim, começam a ter mais interação conosco, pois nossas pautas impactam diretamente na vida de quem está à margem e para quem o poder público não chega. Isso faz muita diferença” (P5, TV Difusora Sul de Imperatriz, em entrevista à autora, 2020).

De modo geral, constatamos que, na teoria, os jornalistas entendem a função base do jornalismo regional, confirmando o primeiro pressuposto levantado no início deste trabalho no qual presumimos que os profissionais compreendem o que é jornalismo regional, mas forças internas e externas interferem as rotinas de produção; e entendem o impacto que a produção da notícia local e regional possui na vida da comunidade. Embora os profissionais compreendam a pertinência que os veículos regionais têm, a prática, por vezes, é limitada. No próximo eixo, discutiremos os

principais fatores que interferem na produção plural da notícia regional, pela perspectiva dos profissionais.

5.2 Rotinas de produção do jornalismo regional

Precarização do trabalho jornalístico, redução de equipes, falta de mão-de-obra, equipamentos que auxiliem a cobertura de notícias, e forças econômicas e políticas, são alguns dos principais motivos que prejudicam a produção de qualidade do jornalismo, e em especial, do regional. Quando questionados se existem fatores que inibem a produção regional, os entrevistados elencam que a falta de tempo, como o cumprimento do *deadline*, enxugamento de equipes, falta de equipamentos, locomoção para outras cidades, questões financeiras e acúmulo de funções, prejudicam o trabalho jornalístico.

A gente produz e não reproduz conteúdo da Mirante de São Luís [...] temos duas equipes pela manhã e uma equipe de reportagem pela parte da tarde, então por conta disso e até mesmo pela correria não tem como a gente tirar um dia inteiro pra fazer somente uma matéria porque aí como vamos fechar um jornal de 45 minutos ao meio-dia e outro de 25 minutos à noite? Então é uma questão mesmo da rotina da prática do que é possível ser feito. [...] Para eu estar com o jornal no ar, eu dependo do apresentador, de uma equipe, dependo do cinegrafista, do estúdio, do diretor de TV, diretor de caracteres, do operador de teleprompter e assim acaba sendo muita gente envolvida e também muita gente fazendo várias coisas ao mesmo tempo por conta da nossa equipe ser pequena. A equipe de São Luís nem se compara com o tanto de gente que tem lá e a gente acaba fazendo sempre as mesmas coisas, com exceção do Bom Dia [...]. E aí a gente meio que acaba sendo sufocado né, aí não consegue (P1, TV Mirante de Imperatriz, em entrevista à autora, 2020).

Este outro profissional, da TV Sinal Verde, praça da TV Difusora de Caxias, conta que, além do *deadline* e redução de equipes, a falta de equipamentos suficientes interfere diretamente na cobertura plural e descentralizada da notícia local e regional.

Infelizmente a gente é muito refém da tecnologia ainda, já tivemos algumas dificuldades até mesmo na questão de equipamentos: você vai fazer uma produção e a bateria não está sendo suficiente naquele momento, o microfone está com defeito, às vezes a forma como você vai se locomover até o local da matéria, dá problema no carro [...] Já ocorreu de ter três factuais acontecendo ao mesmo tempo, dois repórteres já estão em campo e precisaria chamar o terceiro, mas os equipamentos estavam todos lotados. Quer dizer, precisaria esperar algum deles terminar, descarregar o produto, verificar a disponibilidade da bateria. Então, em relação à quantidade de equipamentos em si, eu acho um pouco insuficiente, porque a gente fica muito refém dessas situações que acontecem de vez em quando (P4, TV Sinal Verde, em entrevista à autora, 2020).

Embora a prioridade por fontes locais e regionais tenha sido considerada como característica da notícia regional pelos profissionais, dois dos entrevistados comentam que muitas vezes as fontes podem ser também empecilho para a produção das matérias, tendo em vista que ocorrem casos de a fonte desistir de dar entrevistas e de muitas fontes oficiais não disponibilizarem um canal que esteja em funcionamento para facilitar o contato jornalístico.

Outro ponto que interfere na produção da notícia é o reflexo da redução de pessoal dentro da redação. Com o enxugamento de equipes, cada vez mais os profissionais acumulam cargos dentro do veículo. Dos 18 entrevistados, 13 possuem mais de uma função nas duas emissoras. Constatamos que isso é uma realidade mais presente nas praças das cidades do interior, onde as equipes são reduzidas.

De modo geral, grande parte das principais dificuldades que interferem na produção plural e descentralizada da notícia regional foram pontuadas pelos profissionais que trabalham nas praças do interior. Para a maioria dos profissionais que atua na cabeça de rede, na capital do estado, a realidade é diferente, como conta este entrevistado, jornalista da TV Difusora de São Luís.

Aqui a gente é muito bem servido. Aqui na Difusora a gente tem uma situação muito confortável, tanto de equipamento como de pessoas. [...] Nós temos tudo. Nós temos ao vivo, matéria do interior e vídeos. Todas as nossas viaturas são novas, equipamentos novos, um estúdio muito bom. Estruturalmente, aqui a empresa tem todas as condições de fazer um bom trabalho (P2, TV Difusora de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Os fatores que interferem na produção, levantados pelos profissionais que trabalham na capital, estiveram mais relacionados à questão de tempo, que muitas vezes não é suficiente para atender a todas as demandas, e deslocamento, pela dimensão territorial do estado. P16, da TV Mirante de São Luís, cita que alguns estados brasileiros, por serem menores, tornam a cobertura midiática mais acessível, diferentemente do Maranhão, que é um estado grande, tanto em questões geográficas como na quantidade de cidades. Em relação às outras dificuldades, quando mencionadas por estes profissionais, eles relatavam sobre a precariedade afetar as demais praças que estão inseridas no interior do estado. No entanto, P3, da TV Mirante de Imperatriz, garante que na praça não há problemas técnicos que afetam a produção da notícia.

Nesse sentido, procuramos saber também se a prioridade pela cobertura são as cidades-sede das sucursais. A maioria dos entrevistados informa que esses municípios têm prioridade na cobertura. P2 explica que São Luís é prioridade porque, de acordo com ele, é por uma questão populacional. É na capital que se concentra a maior parte da população, por isso ela se torna prioritária na cobertura jornalística.

P1, por sua vez, conta que fatos sobre Imperatriz, por exemplo, prevalecem na programação jornalística da praça, pois, como é a segunda maior cidade do estado, de acordo com o entrevistado, acontecem mais coisas no município do que em outras localidades. P14, da TV Mirante de Balsas, defende que Balsas demanda mais cobertura midiática, pois, segundo o entrevistado, a cidade é o centro dos acontecimentos daquela região. E assim sucede-se com as demais cidades que possuem praças das emissoras. Além disso, outra justificativa é o fato de não terem equipes suficientes que possam se deslocar aos municípios mais distantes das sucursais.

Já este outro profissional, da TV Mirante de São Luís, aponta que a prioridade é a notícia, embora a logística de equipe faça com que tenham mais matérias sobre a capital. “Não, não é prioridade [a cidade sede da praça]. A prioridade é a notícia. Claro que aqui a gente tem uma equipe maior e eu posso explorar muito isso. A gente prioriza as notícias relevantes de cada parte do estado” (P17, TV Mirante de São Luís, em entrevista à autora, 2020). Nesse cenário, P5, da TV Difusora Sul de Imperatriz, sustenta que o que define se determinado assunto terá cobertura noticiosa é o factual e a importância da matéria para a sociedade. No entanto, segundo o entrevistado, a cidade de Imperatriz concentra as notícias de maior impacto para a região que circunscreve o município e por isso há mais cobertura sobre a localidade.

Em relação aos telejornais que são produzidos nas cabeças de redes e retransmitidos em todo o estado, os produtores e editores-chefes dizem que os fatos sobre as cidades em que estão inseridas as praças têm prevalência na cobertura, e que questões sobre os demais municípios do estado saem quando possui algum fato importante a ser noticiado. Muitas vezes isso ocorre por meio da participação do público. Diante desse cenário, P10, profissional da TV Difusora de São Luís, reconhece que esses telejornais são caracterizados e considerados pelos veículos como estaduais, mas que na prática não são, de fato, regionais.

O meu jornal é transmitido para todo o estado, mas não é um jornal estadual, por uma série de razões. Uma delas é que não tenho correspondentes nas

principais regiões do Maranhão, já começa por aí. [...] Às vezes a gente vai a um blog de uma determinada região para pegar notícia porque a gente não tem, a emissora está lá, mas a gente não tem essa troca de conteúdo que deveria ser mais constante. Para além disso, tem as questões tecnológicas que também nos afastam. A internet, por exemplo, é de péssima qualidade. [...] Além disso, há uma necessidade de uma mudança cultural. Qual é essa mudança cultural? Não está escrito em lugar nenhum que quando eu passo um jornal regional a prioridade tem que ser a capital. Isso não está escrito, mas há uma cultura de que preciso dar mais informações sobre a capital. [...] Em geral, o que a gente faz aqui é pegar uma notícia de Imperatriz, que não seja tão localizada, mas que possa ter um interesse estadual. Por exemplo: eleição é legal porque você fala de uma estrutura que o município vai ter. Mas têm assuntos que são muito pontuais, como a situação de um bairro X de Imperatriz. Será que o estado de fato vai ter interesse nessa notícia? Só que às vezes é essa matéria que nos é ofertada. Tem vezes que é ao contrário, 3 ou 4 matérias são ofertadas e você não usa nenhuma. Então, assim, eu acho que falta ainda alinhar melhor isso (P10, TV Difusora de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Tendo em vista essa realidade, que prejudica diretamente as demais cidades do estado, que na maioria das vezes ficam de fora da cobertura jornalística, perguntamos como esses profissionais enxergavam o fato desses outros municípios não serem contemplados e não terem visibilidade nos telejornais. P15, jornalista da TV Mirante de São Luís, e P7, jornalista da TV Difusora de Imperatriz, percebem que essa é uma conjuntura que afeta diretamente a população do estado.

Eu não enxergo [a população], né? Esse que é o problema, eu não enxergo e se eu não enxergo as pessoas em casa também não enxergam. A dor que dá é saber que aquela pessoa que assiste o jornal não se vê, então ela se frustra e muitas nem acompanham o jornal, porque afinal de contas o que aquele jornal tem para ela? Eu tenho consciência disso (P15, TV Mirante de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Todos os profissionais reconhecem que a falta de cobertura nas demais cidades do estado prejudica a pluralidade e visibilidade da população e questões regionais como um todo, mas justificam que, na maioria das vezes, são ações inviabilizadas pelas rotinas de produção, ou até mesmo, por falta de retorno público, como defende P7, profissional da TV Difusora Sul de Imperatriz.

A gente fica com aquele sentimento de incompetência por não conseguir dar essa pluralidade em nossos jornais. Por conta de limitação. A gente sabe que não consegue atender a todos e até também muitas das vezes as sugestões desses locais envolvem toda uma rede. Por exemplo, [para] uma denúncia de saúde, é necessário o respaldo de lá. Nós não conseguimos o contato com as pessoas de lá, Secretário de Saúde, por exemplo. Não haveria direito de resposta e a gente não consegue concluir. Então é pela sobrecarga, falta de tempo e ficar correndo atrás disso, a gente não consegue suprir essa necessidade e acaba ficando mesmo sem atender o público (P7, TV Difusora Sul de Imperatriz, em entrevista à autora, 2020).

Em vista desse cenário, procuramos saber ainda como os assuntos referentes a essas localidades chegam até a emissora. Os profissionais relatam que quando sai no noticiário algum conteúdo relacionado a outras cidades da área de cobertura do jornal, na maioria das vezes ocorre por meio da participação do público, através de ligações, mesmo que raras, ou por mensagem via WhatsApp. Quando tem disponibilidade de equipes e equipamentos que colaborem para deslocamento até esses municípios, a matéria é realizada. Caso contrário, o veículo utiliza do material enviado pela audiência e oferece a notícia da maneira que pode, mesmo que não saia uma matéria mais elaborada. Porém, durante as conversas, pontuamos a realidade de que o Maranhão é um dos estados, juntamente com o Piauí, com menos acesso à internet (PNAD, 2018). Questionamos como a população que não tem esse canal para a participação aparece nos telejornais. Este entrevistado declara que:

[...] infelizmente eles ficam “desassistidos”. Não é uma coisa que nos alegra e muito menos é algo que a gente gostaria que existisse. O ideal seria que pelo menos uma vez na semana pudesse ser feito esse tipo de viagem para falar das cidades vizinhas. Nós já tivemos esse projeto de uma vez por mês determinar algum repórter para ir em duas ou três cidades vizinhas, inclusive eu fiz isso uns 5 anos atrás, para fazer várias reportagens tipo duas em uma cidade, duas em outra e assim sucessivamente e volta com esse conteúdo para TV depois de três dias e aí poderíamos exibir essas matérias uma vez por semana. Já fizemos isso uma vez quando a nossa equipe era maior, mas hoje não tem mais condição e nem mesmo agora com as jornadas reduzidas, pandemia, enfim. No início da pandemia nós tínhamos um repórter que até tentou fazer esse tipo de cobertura, indo para Açailândia, Porto Franco, Grajaú, Estreito, mostrando a rede de atendimento, ambulatório, a COVID e agora como ele saiu ficamos de mãos atadas. A gente fica de mãos atadas sem poder mostrar essas vertentes e todas essas possibilidades que estão presentes nesses interiores sabe, que tem muitos problemas e acabamos não fazendo essas coisas pontuais. Quando ligam ou mandam mensagens informando pautas sobre alguma cidade de vemos que há uma certa relevância podemos até nos ajeitar para fazer, mas agora no dia a dia acaba não sendo possível, infelizmente (P1, em entrevista à autora, 2020).

A dificuldade de acesso à internet foi um dos pontos elencado por P18, em entrevista ao COPS. O ex-editor-chefe menciona que, além da equipe ser pequena e não conseguir se deslocar aos demais municípios da área de cobertura, a falha na internet pela região atrapalha a comunicação entre os moradores dessas localidades e até mesmo a construção da notícia, quando a equipe consegue se deslocar até lá. Ele conta que “já aconteceu de eu ir para Amarante fazer a cobertura de um crime,

mas não conseguiu ir para o jornal, porque não tinha sinal de internet” (P18⁴⁰, TV Mirante de Imperatriz, em entrevista ao COPS, 2020).

Além desses fatores, P7, profissional da TV Difusora Sul de Imperatriz, comenta que a dependência da cabeça de rede afeta a produção da praça em que trabalha, por possuir somente um telejornal próprio no dia, o *Na Hora D*. O entrevistado menciona que principalmente matérias de cunho político são solicitadas à direção, em São Luís, que às vezes tarda em liberar a execução da pauta e acontece muitas vezes de a matéria ficar de fora da cobertura. Dentro desse contexto político, durante a entrevista feita pelo COPS, questionamos os profissionais se em algum momento dentro da empresa que estão foi comunicado a linha editorial do veículo.

Acerca disso, P7 comenta que quando começou a integrar a equipe da emissora, a linha editorial era bem definida, inclusive o entrevistado declara que houve uma vez em que a direção a passou de forma clara para os profissionais. Contudo, segundo o jornalista, atualmente, a emissora se encontra em constantes mudanças editoriais e é preciso consultar diariamente a direção da cabeça de rede para saber o que pode e o que não pode entrar na cobertura jornalística.

Por outro lado, P11, profissional da TV Difusora de São Luís, aponta que a linha editorial do veículo:

é clara, mas é sempre bom a gente ficar perguntando. A gente sabe como funciona. Tem coisas, por exemplo, que eu sei como funciona, às vezes eu nem chego a levar porque eu já sei que não pode. Mas há coisas que eu sei que são interessantes no ar e eu levo e digo: por que não vamos fazer? ou vamos fazer com esse viés? (P11, TV Difusora de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Já P1, profissional da TV Mirante de Imperatriz, afirma que os profissionais entram na emissora sabendo das relações com grupos políticos, assim como ocorre com todos os conglomerados de mídia. De acordo com o entrevistado, os veículos não precisam falar sobre essas questões no dia a dia, são aspectos assimilados durante a rotina de trabalho.

Sobre as questões políticas e econômicas, questionamos se a linha editorial do veículo interfere no que é ou não produzido para os telejornais das emissoras. Oito dos 18 entrevistados garantem que grupos econômicos e políticos não interferem na

⁴⁰ Este profissional saiu da emissora após o período de entrevistas, e até o momento da realização da pesquisa não houve substituição externa para o cargo.

produção jornalística das emissoras. De acordo com um dos profissionais, é de consciência de todo aluno de jornalismo que a imparcialidade não existe e que todo veículo de comunicação possui interesses políticos, mas que isso não interfere no ambiente jornalístico da emissora e não decide como a produção deve ser realizada. Este outro entrevistado, da TV Mirante de Imperatriz, complementa que “a interferência para a nossa cobertura regional está muito mais relacionada com as nossas limitações, não por linha editorial” (P8, TV Mirante de Imperatriz, em entrevista à autora, 2020).

Dentro dessa discussão, indagamos ainda se quando são assuntos voltados, de alguma forma, para a oposição política do veículo de comunicação, o conteúdo fica de fora da cobertura. P1 afirma que:

Não. Se for uma pauta aí a gente avalia nossos filtros, e você sabe o que rende e o que não rende. Se for uma pauta só pra fazer propaganda com aquele cara óbvio que não vamos transformar em notícia, mas se é uma coisa que é relevante pra comunidade, aí a gente faz. Por isso eu te digo com muita clareza e firmeza que, se for importante para comunidade e se realmente vai ter um impacto social, a gente faz sim, independente do partido dele. Nós temos feito várias coberturas de ações da própria assembleia legislativa, da prefeitura, do governo do estado já que estamos mostrando bastante coisas do que ele tem feito, principalmente nessa época de pandemia, então agora se for só para ele se aparecer e dizer “fulano de tal fez isso e isso” não faz sentido a gente mostrar só pra dar ibope para aqueles que só querem aparecer, só faz sentido de se tiver relevância social (P1, TV Mirante de Imperatriz, em entrevista à autora, 2020).

Em contrapartida, um dos profissionais da TV Difusora de São Luís declara que os vínculos político-partidários interferem diariamente na rotina de produção jornalística. “As emissoras do Maranhão sobrevivem da verba de governo e prefeitura, então acaba dependendo da parceria que você tem [...]. Você não pode falar de uma série de coisas ou você é obrigado a falar de uma série de coisas” (P12, TV Difusora de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Os demais profissionais que relataram que interesses econômicos e políticos influenciam na construção da notícia explicam que em algumas vezes são obrigados a produzir um conteúdo que dê visibilidade a determinada empresa por serem anunciantes da emissora. Em outros casos, quando ocorre algo negativo que esteja relacionado a poderes políticos que possuem vínculos com o veículo de comunicação, a notícia é retransmitida, mas sem abordar o problema que envolva toda a situação, atribuindo outro enfoque para a notícia, como exemplifica este profissional da TV Difusora de São Luís:

“A cidade amanheceu engarrafada, porque a prefeitura fez uma alteração no trânsito ou a prefeitura mudou o tempo no conjunto semafórico de uma determinada avenida. Aquilo causou engarrafamento, causou um acidente e matou duas pessoas”. Então, o que a gente vai falar? Sobre a mudança no conjunto semafórico, que foi causado pela prefeitura? Não. A gente vai informar o que aconteceu, o acidente e se causou mortes ou não (P9, TV Difusora de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Além disso, há casos em que as matérias são proibidas de serem produzidas e/ou irem para os telejornais por intervenções políticas. P11, profissional da TV Difusora de São Luís, conta que “várias vezes a gente quis fazer uma matéria, chegou a produzir, mas ela não foi feita, ou chegou a ser feita e não foi para o ar, por conta de interesses político-partidários” (P11, TV Difusora de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Apesar de reconhecerem as interferências e interesses de grupos econômicos e políticos, alguns dos entrevistados relatam que não são intervenções constantes e determinantes, são sutis e negociadas. Mesmo que este cenário esteja presente nos grupos midiáticos, P12, profissional da TV Difusora de São Luís, defende que o veículo exerce seu papel social de jornalismo. “Apesar disso [das relações com grupos políticos] eu ainda te passo a garantir que a gente vem conseguindo, pelo menos eu consigo, ser canal [...] a gente ainda consegue fazer nosso papel de jornalismo” (P12, TV Difusora de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Porém, P10 reflete que, mesmo que sejam ajustadas, as interferências econômicas-políticas vêm afetando significativamente o jornalismo por conta da precarização da profissão que atinge a classe.

Eu tenho 35 anos de profissão. Em raras vezes de 35 anos de profissão o poder econômico ou político não falou mais alto na construção da notícia. Raras vezes. E isso acontece comigo e com boa parte dos jornalistas do Brasil. Mas em estados como o nosso, onde há uma precarização da profissão, onde se paga, agora preciso falar com todas as letras, abaixo do piso salarial, isso é uma excrescência, isso é a precarização da profissão de jornalista e do mercado jornalístico que tem contribuído também para a precarização da informação jornalística e quem perde com isso é o público. A gente não tem liberdade de imprensa, tem liberdade de empresa. Isso desde quando eu era estudante, só que agora a sensação que eu tenho, com 35 anos de profissão, é que a situação piorou. [...] As instituições são frágeis. O próprio Estado também não entende que é um direito do cidadão se comunicar, até porque ele também se beneficia de fato dessa natureza. Ele também se beneficia com a precarização da profissão do jornalista. E aí infelizmente esse é o retrato que se tem (P10, TV Difusora de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Em vista disso, neste tópico confirmamos também o segundo pressuposto desta pesquisa, o qual previu que questões estruturais, equipes pequenas, acúmulo de funções e falta de equipamentos impedem de usufrirmos uma cobertura mais contemplativa da notícia regional, que não se restringe somente as cidades onde estão sediadas as praças das emissoras, já que nesse caso temos um (tele)jornalismo local. Os demais municípios se encontram desassistidos, como caracterizado por um dos entrevistados, e diariamente consomem um conteúdo distante do seu local de convívio, além das interferências econômico-políticas.

Uma das alternativas para a contemplação dos fatos que se encontram distantes das cidades-sede das TVs é a participação da audiência, com envio de material que possa ser utilizado para que a notícia seja produzida e veiculada para que, de alguma forma, dê visibilidade para os outros municípios do estado. Diante disso, no próximo eixo abordaremos como os profissionais enxergam a participação do público na produção da notícia e os principais canais para sua efetivação.

5.3 Participação do público na construção do jornalismo regional e aplicação nas redações

Embora existam alguns obstáculos relacionados à internet, há tempos as práticas digitais têm reconfigurado o modo de fazer e consumir (tele)jornalismo. Atualmente, “o telejornal, de alguma forma, permanece no “ar” depois do seu encerramento na grade de programação da emissora” (FINGER, 2012, p. 127). Isso acontece porque o conteúdo que é transmitido na TV pode ser transportado para o meio online. Com a internet, temos a possibilidade de assistir aos telejornais nos sites de notícia – seja na íntegra ou matéria separada – e/ou pelos aparelhos móveis, como os *smartphones*.

Em relação a isso, durante a entrevista realizada pelos COPS, dois profissionais da TV Mirante de Imperatriz relatam que as mídias digitais e as redes sociais colaboram positivamente para a construção da pauta e conexão entre os jornalistas e audiências. De acordo com os entrevistados, as redes sociais facilitaram a construção da notícia no sentido de servir de base para ideias de pautas, para ter conhecimento do que está acontecendo no momento que pode virar notícia e encontrar com mais rapidez fontes diversificadas que possam ser pertinentes para o

tipo de conteúdo que estão produzindo. Entretanto, para eles, a apuração dos fatos e o produto telejornalístico continuam sendo construídos da mesma forma.

[...] aqui é bem atrasado com relação à convergência de mídia, já que o mais atual é você estar em todas as plataformas para se aproximar do público, mas infelizmente aqui a gente não consegue ter esse contato maior com o público das redes sociais. [...] com relação ao conteúdo produzido especificamente para a internet a gente não faz, a gente não tem como, já que a equipe é extremamente pequena, não temos a interatividade, tecnologia, recursos e a parte operacional. Tudo isso deixa muito a desejar para gente conseguir. Até porque não é só ficar olhando a internet para ter acesso e para ter esse contato com o público. Precisa investir na parte operacional e não é uma coisa que é tão simples assim (P1, TV Mirante de Imperatriz, em entrevista ao COPS, 2020).

Quanto ao conteúdo telejornalístico da TV Mirante que é redirecionado para as redes sociais, somente os telejornais produzidos em São Luís são colocados na íntegra no site da Rede Globo, que possui espaço para as emissoras regionais afiliadas ao grupo⁴¹. A praça de Imperatriz, apesar de produzir dois telejornais, não possui nenhum local para disponibilizá-los integralmente. São postadas apenas algumas matérias avulsas sobre a cidade, assim como ocorre com as demais praças.

Já no caso da TV Difusora, P7, da TV Difusora Sul de Imperatriz, conta que a nova administração da emissora tem apostado mais nas redes sociais, com o intuito de atrair a audiência e mais investidores. Entretanto, o material que vai para as redes do veículo não são produções próprias para aquele suporte, e possuem características mais comerciais do que jornalísticas.

De acordo com o entrevistado, são fotos ou vídeos das equipes dos telejornais mostrando os bastidores da notícia ou chamando o público para assistir as matérias veiculadas na televisão, e quando sai algum conteúdo noticioso são as produções feitas para os telejornais que depois são retransmitidas para as plataformas digitais, como o Youtube. A diferença é que as três praças – TV Difusora de São Luís⁴²; TV Difusora Sul⁴³; e TV Sinal Verde⁴⁴ – da emissora possuem espaço próprio para a transportação de seus telejornais.

⁴¹ Disponível em <https://redeglobo.globo.com/ma/tvmirante/>. Acesso em: 15 jan. 2021.

⁴² Disponível em <https://www.youtube.com/channel/UCksK-dgE20WV1RHU65C-ICQ>. Acesso em 25 jan. 2021.

⁴³ Disponível em https://www.youtube.com/channel/UCkJJae6sLRuX_VL77IXLRTQ. Acesso em 25 jan. 2021.

⁴⁴ Disponível em <https://www.youtube.com/channel/UCjXm2qsTIFUiWMP4SWdLamg/videos>. Acesso em 25 jan. 2021.

Mas, além disso, as redes sociais têm servido como canal para a participação do público. Para o jornalismo regional, o envolvimento da audiência se torna ainda mais favorável, pois se enquadra como uma estratégia de regionalização das emissoras, tanto pela fidelidade com o público como por interesse de mercado. De modo geral, a participação do público na construção da notícia é vista como positiva pelos profissionais entrevistados.

Eu acho que é essencial porque a população tem os olhos do que a gente não tem, eu não estou lá no local, a gente não está em todos os lugares, então quem está lá são as pessoas. Não vou saber te dizer quantos por cento, mas muita coisa, muitos fatos, muitos acontecimentos chegam para a gente através da população, através da denúncia, as pessoas mandam mensagens, falam, ligam muito para a redação e assim nascem as reportagens, principalmente as de denúncia. [...] Então a gente tem que ser sensível de entender o que as pessoas querem e o que elas precisam saber e muitas vezes a gente sabe disso através do que chega para a gente, das denúncias que chegam [...] e isso vale para todo tipo de notícia, não só para denúncia. Muitas reportagens partem do que o público procura a gente de várias formas (P15, TV Mirante de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Do mesmo modo, a colaboração da audiência é primordial para telejornais que possuem duração de tempo maior que o de costume e que é realizado praticamente com matérias ao vivo. P17, da TV Mirante de São Luís, explica que o telejornal em que trabalha, *Bom Dia Mirante*, possui duas horas e meia de duração. Dentro desse tempo, cerca de 20 minutos é destinado para matérias editadas, o restante é realizado ao vivo com a colaboração da audiência, por meio do WhatsApp do telejornal.

A exemplo disso, P5, da TV Difusora Sul de Imperatriz, conta que a emissora estimula a participação da audiência e que as mídias digitais têm colaborado consideravelmente com o jornalismo.

Nós tivemos agora um exemplo, fizemos uma sabatina [no período das eleições municipais], uma série de entrevistas, com todos os candidatos a prefeito de Imperatriz. Aí é o exemplo de como as tecnologias ajudam bastante: nós pedimos ao telespectador que me ajudasse a entrevistar o candidato. Foi algo inédito. A gente pediu e todo mundo gravou, mandou vídeo ou só mensagem de áudio. Então no momento da entrevista eu chamava o candidato, pedia para ele ficar de pé, e a gente olhava para o vídeo e respondia à pergunta do telespectador. As novas tecnologias ajudam muito a gente e nós temos que aprender (P5, TV Difusora Sul de Imperatriz, em entrevista à autora, 2020).

A participação é também considerada como *feedback* do trabalho feito por estes profissionais. Os entrevistados revelam que ver a audiência interagindo com os telejornais significa que o serviço realizado está alcançando, de alguma forma, essas

peças, contribuindo com a representação e manifestação regional, algo que reflete na credibilidade dos veículos de comunicação. “Ela [a participação] é aliada na maior parte. Quase 70% das pautas são assuntos passados pela comunidade” (P13, TV Mirante de Santa Inês, em entrevista à autora, 2020).

Porém, dois profissionais relatam que nem sempre a participação do público é positiva para o jornalismo. Esses entrevistados contam que existem problemas que vão desde a existência de *fake news*, que demanda um trabalho constante de checagem da informação, a confundirem o profissional com o pessoal, invadindo, muitas vezes, a vida dos profissionais.

Mas, de modo geral, a participação do público na construção da notícia é considerada aliada. Em entrevista ao COPS, o ex-editor-chefe do JM2 da TV Mirante de Imperatriz afirma que a participação da audiência cresceu consideravelmente durante o período de pandemia, provocada pela COVID-19, no qual a sociedade foi obrigada a cumprir isolamento social para evitar o contágio da doença, e transformou, consideravelmente o trabalho jornalístico. De acordo com P18, cada vez mais o público tem auxiliado na produção da notícia.

Quando questionada também pelo grupo de pesquisa sobre a participação da audiência, P7 relaciona o envolvimento do público como algo positivo para a emissora, principalmente no período de pandemia, que reconfigurou mais ainda as relações sociais e as formas do uso das fontes nos telejornais.

A gente tem os nossos canais no Instagram, Facebook e WhatsApp, então esses canais são divulgados diariamente em nossos jornais e a gente conta com essa produção mesmo de vídeo e de sugestões. Antes a gente tinha essa colaboração e agora mais ainda. Antes o nosso problema era, por exemplo: um morador mandava o vídeo da sua rua, então naquele momento ele não queria, não estava disponível para dar entrevista para a equipe, ele queria apenas que a gente colocasse o vídeo dele na televisão e às vezes sem divulgar o nome dele e a gente sentia sempre essa necessidade de ir no local entrevistar as pessoas. Então a gente estava vivendo no jornalismo um momento bastante complicado porque para as pessoas, elas fazem a parte delas apenas mandando o vídeo e ela está isenta da denúncia e de mostrar a realidade e o problema que ela está vivendo, então há resistência muito grande da entrevista, e agora como a gente tem essa abertura de usar os vídeos, porque ir no local é um perigo para a equipe, está bem mais fácil (P7, TV Difusora Sul de Imperatriz, em entrevista ao COPS, 2020).

Embora o interesse da audiência em contribuir com a construção da notícia tenha sido pontuado pela maioria dos entrevistados como uma ação positiva para o jornalismo, foram levantados dois problemas que dificultam sua efetivação. O primeiro

é que o desempenho da participação do público limita-se mais a sugestão de fontes do que ao aproveitamento do envio de imagens, vídeos, áudios etc. Isso ocorre porque nem sempre o material que é enviado cumpre os requisitos para se enquadrar em uma notícia de televisão.

O segundo ponto é o fato de as praças não disporem de um canal institucional que atenda a demanda da participação, principalmente as localizadas no interior. O que acontece é que alguns telejornais possuem o aplicativo de mensagens instantâneas, WhatsApp, próprio, ou é utilizado o número pessoal de cada profissional que trabalha nessas redações como meio para a participação. No caso da TV Mirante de São Luís, que é cabeça de rede, P15 relata que o aplicativo de mensagens instantâneas da emissora foi desligado por problema técnico e sobrecarga de mensagens. Desse modo, o WhatsApp do telejornal ou dos profissionais são utilizados como canal para a participação.

Acontece muitas vezes de a pessoa [audiência] ligar e dizer que tem algo ou que quer denunciar e o produtor que atende dá o próprio WhatsApp [...] é mais ou menos assim que funciona. Então, isso é um problema também e é um problema que eu não sei quando vão solucionar, porque não é uma falta de vontade do jornalismo é um problema técnico que nunca resolveram (P15, TV Mirante de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Porém, ainda há casos em que o canal utilizado para a colaboração da audiência é o número corporativo das emissoras, como mencionado por P13, da TV Mirante de Santa Inês. No geral, a proximidade ocorre entre o público e os próprios jornalistas. A audiência interage, na maioria das vezes, diretamente com os canais pessoais dos jornalistas, já que os veículos de comunicação não dispõem de um profissional que atenda somente a essa exigência. Sobre a relação de proximidade entre público e jornalistas, a maioria dos entrevistados encara como benéfica para o trabalho jornalístico. P7, profissional da TV Difusora de Imperatriz, comenta que as pessoas criam uma espécie de intimidade com esses profissionais.

Ainda que o WhatsApp hoje seja considerado um dos principais canais de participação do público, os entrevistados levantaram as demais plataformas como meios para interação e colaboração da audiência com os telejornais, como o Facebook, Instagram, e-mails, ligações para as redações e até mesmo o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) das emissoras, como citado por P16, da TV Mirante de São Luís.

Apesar de a regionalização jornalística e a participação da audiência serem consideradas mais como estratégias de mercado, os dois fatores possuem impacto considerável na vida das pessoas. A manifestação do jornalismo regional contribui para o sentimento de pertença, de referencialidade territorial e simbólica e proporciona cotidianamente a autoafirmação do ser local. Para além disso, P1, profissional da TV Mirante de Imperatriz, reconhece que matérias de serviços, quando feitas sobre o lugar em que se inserem, corroboram com a prática do jornalismo regional.

Embora a efetivação da colaboração do público não seja totalmente contemplada nos dois veículos jornalísticos, de modo geral, os entrevistados veem a participação como prática positiva, tanto para o trabalho jornalístico como para o exercício de representação regional da audiência, e isso faz com que, aos poucos, o jornalismo construa uma relação de alteridade entre a audiência e os telejornais.

Nesse mesmo sentido, após pontuar a pertinência da relação do público com as emissoras de televisão, o próximo tópico se destina a entender como funciona o relacionamento entre as praças e a cabeça de rede, já que a integração e o encadeamento do sistema colaboram para uma produção plural da notícia regional.

5.4 Relação entre as praças das emissoras

Por meio do mapeamento realizado sobre a organização estrutural e jornalística das emissoras Mirante e Difusora, pudemos perceber a concentração de equipe e produção jornalística nas cabeças de rede, localizadas na capital São Luís. Apesar de a TV Mirante dispor de cinco praças, somente duas, São Luís e Imperatriz, possuem produção telejornalística independente, tendo São Luís com maior espaço, já que o primeiro telejornal do dia, *Bom Dia Mirante*, é produzido pela cabeça de rede, com abertura para participação das demais praças. As outras três sucursais da emissora apenas produzem matérias avulsas para os telejornais e retransmitem o telejornal vindo de São Luís.

No caso da TV Difusora, como já destacado, as três praças possuem produção própria. Entretanto, a programação é majoritariamente produzida pela cabeça de rede, com espaço de dois telejornais no dia, que são retransmitidos para todo o estado. Por conta disso, achamos necessário indagar os jornalistas como sucede a relação entre as praças, tendo em vista que elas compartilham material produzido entre si, como

relatamos no capítulo 4, e com o fato de as duas cabeças de rede serem detentoras de maior percentual da programação local e regional.

Perguntamos, se, na visão deles, essa relação de dependência é prejudicial para a produção plural da notícia regional de cada localidade. A resposta dos entrevistados nos leva a três vertentes. Nove profissionais afirmam que não possui nenhum tipo de dependência, que na verdade existe uma relação de colaboração entre as praças.

[...] há uma interdependência, não há uma dependência só nossa. São Luís também depende do nosso material, assim como eu dependo do material de Santa Inês, dependo de Caxias, de Balsas e São Luís, e São Luís depende da nossa oferta. Hoje em dia funciona assim: a gente diz “olha, tenho isso e isso” ou em São Luís mesmo eles olham o nosso espelho, já que a gente trabalha com um sistema, e eles olham lá o nosso espelho e enviam aquela matéria que nos interessa. Se é uma coisa muito local, tipo o esgoto da Vila Cafeteira, então [eles] não se interessam porque é muito local, assim como a gente não mostra coisa deles porque não interessa para o pessoal local daqui. Agora, como eles são cabeça de rede eles produzem muitas coisas com dados do Maranhão e aí acaba nos interessando. Por exemplo: hoje a gente exibiu uma matéria sobre mesário voluntário e aí lá no VT diz que se você quisesse se voluntariar era preciso ir ao tribunal regional eleitoral de sua cidade ou acessar o site, ou seja, isso também interessa a cidade de Imperatriz. [...] A gente vai tentando regionalizar os dados nesse sentido, então não vou dizer que atrapalha, já que é uma interdependência (P1, TV Mirante de Imperatriz, em entrevista à autora, 2020).

Já oito dos entrevistados declaram que há, de alguma forma, dependência das praças com a cabeça de rede. Um deles, profissional da TV Difusora Sul de Imperatriz, explica que algumas matérias precisam passar pela aprovação da diretoria da emissora em São Luís, em especial as de cunho político. Além disso, a falta de equipamentos e de infraestrutura nas praças do interior faz com que exista algumas sujeições que são prejudiciais, como pontuado por P6, da TV Difusora Sul de Imperatriz.

A nossa relação é boa. Mas muitas vezes dificulta sim. Porque existe essa questão de equipamento e infraestrutura. A nossa realidade é totalmente diferente de Caxias, que é totalmente diferente de São Luís. [...] existem demandas que a gente não consegue fazer por conta de falta de equipamentos. E isso acaba repercutindo no resultado final. Já dá uma diferença de trabalho. Essa questão de região: nós temos pautas que são muito a nossa cara – pautas regionais mesmo. Nós não podemos mandar para São Luís uma pauta muito regional. E assim também acontece com eles, com Caxias. Cada um tem um filtro do que interessa para enviar para a cabeça [de rede]. Nós temos que ter 3 ou 4 sugestões de pautas diárias para São Luís e temos que ter cuidado com o material que vamos mandar para lá (P6, TV Difusora Sul de Imperatriz, em entrevista à autora, 2020).

Este outro profissional, que trabalha na TV Difusora de São Luís, complementa que as praças do interior dependem da aprovação dele para entrar conteúdo sobre essas localidades no telejornal estadual. “Eles dependem de que eu aprove a matéria deles para colocar no ar, sou eu quem faço essa seleção. Então, na verdade eles dependem de mim. Eles têm que fazer um material pra mim, que eu ache interessante e que selecione pra eu usar” (P2, TV Difusora de São Luís, em entrevista à autora, 2020). Já P5 e P6, ambos da TV Difusora Sul de Imperatriz, e P4, da TV Sinal Verde, praça da TV Difusora em Caxias, defendem que possuem independência quanto a produção de conteúdo. P6 conta que “eu vejo mais a dependência deles em relação ao nosso conteúdo do que o contrário. [...] os jornais da cabeça de rede dependem do nosso conteúdo” (P6, TV Difusora Sul, em entrevista à autora, 2020).

P3, profissional da TV Mirante de Imperatriz, por sua vez, argumenta que a integração das praças existe para que o jornalismo regional seja efetivado na emissora. O entrevistado exemplifica que, como a produção telejornalística é realizada somente nas praças de São Luís e Imperatriz, é preciso que haja uma colaboração por parte das demais sucursais. O profissional não enxerga como dependência.

Apesar disso, a outra vertente nos leva à declaração de uma profissional, da TV Mirante de São Luís, a qual diz que, na verdade, as praças são desprendidas da cabeça de rede e que precisaria de uma coordenação voltada somente para organizar a interação entre elas para que de fato houvesse uma integração de todo o sistema.

Independência é uma palavra boa, mas no caso deles eu acho que é um desamparo, porque é ruim eles trabalharem soltos sem saber o que o jornal está precisando, que assunto eles vão comunicar. Então, cada um faz o que dá na cabeça, basicamente é isso, e é um problema (P15, TV Mirante de São Luís, em entrevista à autora, 2020).

Embora os profissionais relatem a dependência, boa parte considera que seja algo necessário e que não se torna prejudicial para a pluralidade da notícia local e regional. Apesar de P15, profissional da TV Mirante de São Luís, considerar que há independência das praças do interior com a cabeça de rede, um dos profissionais, da TV Mirante de Santa Inês, declara que há dependência e a avalia como necessária, pois, de acordo com o entrevistado, é inviável que ele tome decisões sozinho sem consultar a cabeça de rede. “A gente tem um veículo de comunicação muito poderoso para ter uma pessoa sozinha tomando decisões, então tem que haver essa consulta. Tem muitas coisas que eu consulto São Luís e eles vão consultar a rede para saber a

linha que vai ser dada naquele assunto” (P13, TV Mirante de Santa Inês, em entrevista à autora, 2020).

De toda forma, a relação entre as sucursais ocorre praticamente da mesma forma nos dois veículos de comunicação. Ambas as emissoras dispõem do sistema *Anews*. Trata-se de um *software* integrado, em que os espelhos, textos e pautas dos telejornais são compartilhados entre todas as praças e qualquer pessoa que tenha acesso ao sistema pode aproveitar ou editar o material.

Além do *Anews*, as emissoras possuem grupos no WhatsApp, no qual conversam diariamente e informam uns aos outros o que foi produzido e que pode ser utilizado nos telejornais. Apesar disso, P7 conta que depois que mudou a direção de jornalismo na cabeça de rede da TV Difusora, as praças não tiveram mais nenhuma reunião de pauta integrada. Agora a troca ocorre por meio do sistema e pelo aplicativo de mensagens instantâneas.

Sobre a participação no telejornal da TV Mirante, que é produzido somente pela cabeça de rede, o *Bom Dia Mirante*, P1 comenta que é uma prática quase obrigatória. A TV Mirante de Imperatriz manda duas matérias por dia que, na maioria das vezes, são veiculadas no dia anterior pelo JM2 – telejornal da noite, pois se torna difícil produzir conteúdo inédito para telejornal edição da manhã. Além das duas matérias, a praça encarrega um repórter para entrar ao vivo no telejornal. Segundo o entrevistado, eventualmente a sucursal de Imperatriz consegue realizar matérias próprias para o telejornal estadual.

A respeito das demais praças da TV Mirante, cada uma possui somente um repórter, um produtor e um editor-chefe, que na maioria das vezes é a mesma pessoa. Quando estes profissionais não podem, por algum motivo, fazer a cobertura midiática local e regional dos municípios que envolvem a área de cobertura da praça, não há nenhum material daquela localidade para ser exibido nos telejornais.

No caso da TV Difusora, o fluxo ocorre da mesma maneira: as praças de Imperatriz e Caxias são responsáveis por enviar matérias sobre os municípios de sua área de cobertura para os telejornais estaduais. P6, da TV Difusora Sul de Imperatriz, menciona que o envio de material das praças de Imperatriz e de Caxias para São Luís é uma prática obrigatória. Porém, de acordo com P4, profissional da TV Sinal Verde - Difusora de Caxias, para que uma notícia seja reproduzida na rede é necessário que tenha características gerais que interessem a todo o estado.

Sobre a prática de retransmitir notícias referentes às demais cidades em cada telejornal local, P4 considera fundamental para a integração e representação regional.

[...] a gente tem o trabalho de fazer várias matérias que sejam tão importantes, sendo colocadas aqui na cidade quanto em todo o estado. A gente utiliza o jornalismo regional basicamente nessa metodologia. Todas as matérias, antes de serem executadas, passam por um *screening*⁴⁵, porque você sabe, por mais que o Maranhão seja um estado, cada cidade tem uma forma de pensar e de agir. [...] Eu já consigo investigar alguns locais da cidade, de tanto ver o material sendo divulgado, isso porque está acontecendo essa unificação para acabar com essa ideia de Maranhão-Sul, Meio-Norte, não existe isso, porque essa unificação de informação é propícia de fazer com que o público em si se identifique. [...] Tanto que isso ajuda a fomentar o profissionalismo dos colegas jornalistas das outras praças. [...] Então essa unificação entre as emissoras foi de suma importância para engrandecer a qualidade do profissionalismo em todos os parâmetros que são utilizados tanto na Difusora Sul de Imperatriz quanto a Difusora de São Luís e a Difusora Leste, que no caso seria a de Caxias (P4, TV Sinal Verde, em entrevista à autora, 2020).

Apesar de compreenderem sua relevância e impacto na vida das pessoas, a rotina de produção desses profissionais é limitada principalmente por questões financeiras, que leva a um problema de estrutura e enxugamento de redações, consequentemente afetando a manifestação das representações e fatos que rodeiam não só a cidade em que se insere o veículo como também as demais que fazem parte da área de cobertura.

Sobre essas conclusões e dos demais eixos de análise, por meio das declarações dos entrevistados desta pesquisa, discutiremos no tópico a seguir os principais achados das entrevistas, com a finalidade de refletir o que se vislumbra de (tele)jornalismo regional no estado do Maranhão.

5.5 Telejornalismo regional no Maranhão: análise das entrevistas com os profissionais da TV Mirante e TV Difusora

Compreender os significados, práticas, entraves e interferências que pautam a notícia diária regional a partir da visão de quem produz cotidianamente os telejornais nos leva a uma ampla discussão. As entrevistas realizadas com os profissionais das emissoras de televisão Mirante e Difusora nos ofereceram pistas para entender como os profissionais enxergam e enfrentam a prática do jornalismo regional no estado do

⁴⁵ Em tradução livre, triagem.

Maranhão. De modo geral, percebemos que os profissionais entendem o comprometimento e a relevância que possuem no exercício do jornalismo regional, mas que as limitações das rotinas produtivas fazem com que não seja uma atividade efetiva.

O debate acerca do conceito de jornalismo regional foi incluído nas entrevistas com o intuito de fazer com que esses profissionais reflitam se teoria e prática caminham na mesma direção. Como discorrido no capítulo 3 desta dissertação, o conceito de jornalismo regional atravessa diversas discussões e perspectivas que nos fazem perceber a atuação e importância da prática midiática voltada para um conteúdo mais regionalizado. Temos uma extensa fundamentação teórica que volta as argumentações para questões geográficas, identitárias, afetivas, econômicas, políticas e sociais.

Retomando as discussões feitas anteriormente, entendemos que o jornalismo regional é aquele que opera para uma determinada área geográfica, como bem classificado por Aguiar (2016), em conformidade com o princípio da proximidade, o qual oferece uma ideia de contemplação e envolvimento com o público próximo ao lugar em se insere. Mas o jornalismo regional não se limita a fatores territoriais. Assume também um papel de pertencimento para as pessoas que não residem naquela localidade – e isso se dá por inúmeras razões – mas que se identificam com a programação realizada por esses veículos. Além disso, mídia e jornalismo regional contribuem efetivamente para o desenvolvimento econômico e político local.

Percebemos nas entrevistas que as respostas dos profissionais estão diretamente ligadas ao que a teoria apresenta. É o jornalismo que se preocupa em oferecer espaço para conteúdo que esteja próximo da comunidade em que o jornal é responsável por cobrir, promovendo então uma identificação e credibilidade com os veículos de comunicação regionais. Na teoria, esses profissionais parecem entender as interfaces que o jornalismo regional oferece, apesar de a maioria das respostas estar mais voltada para as relações de proximidade em questões territoriais.

No entanto, cinco dos 18 entrevistados levantaram que as emissoras em que trabalham realizam o jornalismo comunitário. Vale ressaltar que, apesar de se implicarem, jornalismo regional e comunitário possuem lógicas de atuação distintas. Como já mencionado, mídia regional opera sob questões econômicas e políticas,

envolvendo-se como um produto mercadológico à procura de manutenção no mercado.

Já a mídia comunitária, apesar de, muitas vezes, ser aproveitada por políticos como canal para se manterem no meio social, volta-se à grupos sociais específicos com vínculos mais estabelecidos entre si. “Não basta falar de coisas do lugar para que um meio de comunicação possa ser considerado comunitário” (PERUZZO, 2003, p. 7). Aguiar (2016) menciona que o termo comunitário por vezes é utilizado nos discursos dos veículos locais e regionais como estratégia de manter proximidade e reconhecimentos identitários entre a audiência e os telejornais.

Contudo, mesmo que as mídias regional e comunitária possuam perspectivas divergentes, é preciso ponderar até que ponto um jornal pode ser considerado comunitário. Compreendemos a complexidade que rodeia o jornalismo realizado pelos meios de comunicação de massa que, constantemente operam sob interesses econômicos-políticos, mas com a democratização do acesso às mídias digitais por parte da população que frequentemente colabora com a produção da notícia, seria interessante refletir sobre essas diferenças e aproximações na prática.

Como relatado pelos profissionais entrevistados para esta pesquisa, a participação do público na produção da notícia tem se tornado cada vez mais presente dentro das redações jornalísticas. Em algumas situações, a notícia é retransmitida somente com o material enviado pela audiência, mesmo que com algumas restrições. Desse modo, compreendendo que o jornalismo regional também se preocupa, pelo menos até certo ponto, com o reforço das identidades, com interesse público e vínculos estabelecidos em determinados espaços, poderíamos pensar em níveis de jornalismo comunitário, talvez, uma vez que um não necessariamente exclui o outro.

Dentro dessa discussão, procuramos saber também se na formação acadêmica desses profissionais foram debatidos conceitos e práticas do jornalismo regional, o que pode ajudar a distinguir jornalismo comunitário de regional. O primeiro ponto que observamos é o fato de oito dos 18 entrevistados não serem formados em Jornalismo, mas em outras áreas do conhecimento, e estarem atuando em funções unicamente jornalísticas, o que é uma prática frequente, principalmente nas cidades do interior, onde a precarização jornalística se torna mais constante. Essa realidade resulta em poucas reflexões e discussões teóricas sobre a prática que exercem. Apesar disso, é importante pontuar que tanto nas cidades de São Luís quanto de Imperatriz há cursos

de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo na Universidade Federal do Maranhão⁴⁶. Ambos podem ser considerados consolidados, já que existem há 45 e 15 anos, respectivamente.

Porém, até mesmo dos nove entrevistados formados em Jornalismo, somente quatro dizem ter visto e/ou discutido em algum momento da formação acadêmica jornalismo regional. Vale ressaltar a imprescindibilidade da discussão teórica sobre notícia e estrutura de mídia regional dentro da grade curricular da graduação, haja vista que a maioria dos estudantes formados em Jornalismo que atua no mercado vai diretamente para veículos regionais e possui um papel fundamental nesses locais.

Bernardo e Leão (2012), ao analisarem as matrizes curriculares dos cursos de Jornalismo do país, constataram que, de modo geral, não há espaço para discussão das características regionais do local em que as universidades estão inseridas. De acordo com o levantamento das autoras, a região Norte é a que possui mais registros de disciplinas que de alguma forma trabalhem com questões regionais, tendo, ao total, 11 registros. A região Nordeste, por exemplo, apresentou apenas uma ocorrência. Conforme é pontuado pelas autoras, a reflexão da regionalização ainda é escassa nas grades curriculares dos cursos de Jornalismo, consolidando o ensino em um estilo de matriz nacional pautado pela região Sudeste do país, tendo em vista que a região concentra o maior número de cursos da área.

Olhando para o mercado, dentro da empresa em que trabalham a realidade é parecida. Pouco se discutem as vertentes e formas de exercer a proposta de mídia e jornalismo regionalizado. Metade dos entrevistados afirma não ter espaço para a reflexão do jornalismo regional dentro das redações e muitos chegam a reconhecer que essa é uma falha que interfere na produção diária das notícias. Apesar disso, a maioria dos profissionais defende a premissa de que grande parte do que se vê na academia é distante da realidade vivida no mercado de trabalho e que questões como jornalismo regional são implícitas na prática.

A crítica sobre o que é ensinado na graduação de Jornalismo ser distante do exercício na prática transita por diversos cenários, não só na temática do jornalismo regional. Tavares (2018), ao entrevistar jornalistas do jornal Gazeta do Povo, do Paraná, pôde perceber que o embate academia *versus* mercado tem uma visão negativa entre todos os profissionais entrevistados, independentemente se a

⁴⁶ Disponível em <https://portais.ufma.br/PortalUfma/index.xhtml>. Acesso em: 16 abr. 2021.

formação foi em instituições de ensino público ou privado. No entanto, a autora defende que, apesar do descontentamento ser válido, “é preciso levar em conta que na universidade há uma preocupação pedagógica que o mercado não tem” (TAVARES, 2018, p. 161).

Mesmo em meio a esse cenário, procuramos saber as principais características da notícia regional pela visão dos profissionais, com o objetivo de perceber as similaridades com a teoria. Como pudemos ver, a principal característica levantada pelos entrevistados foi o princípio da proximidade, assim como é bem pontuado na literatura sobre jornalismo regional. Além disso, foram elencados também alguns dos valores-notícia que são fundamentais em toda produção jornalística.

Ao perceber isso, questionamos se a escolha por fontes locais seria também característica da notícia local e regional, uma vez que dar prioridade para pessoas que residem na localidade caracteriza-se como um dos atributos do jornalismo regional, tendo em vista que contribui para o processo de identidade e representação social. Grande parte dos profissionais entrevistados reconhece a relevância em destinar espaço de fala para a sociedade que circunscreve e possui vínculos estabelecidos entre o território que se trata. Além disso, alguns dos profissionais pontuaram a pertinência de ouvir fontes oficiais que sejam da região, já que, em tese, conhecem a realidade de onde se fala.

Lima (2020), ao analisar as fontes no telejornalismo no Jornal Hoje, da Rede Globo, e no JMTV 1º edição, da TV Mirante, verificou que o JM1 utiliza bastante fontes oficiais, quando comparado ao JH, o que corrobora com o pontuado pelos profissionais desta pesquisa. O telejornal regional se destacou com o uso de opiniões pessoais⁴⁷ e fontes oficiais. Lima (2020) constatou que há mais diversidade de fontes no JM1 em comparação ao Jornal Hoje e que o telejornal foi o que mais utilizou mulheres como fontes para a notícia. Além disso, o JM1 possui uma abrangência equilibrada entre cobertura local e regional.

Ainda que o uso de fontes oficiais locais e regionais tenha sido considerado pelos profissionais desta pesquisa como um dos atributos para o exercício do jornalismo regional, um dos profissionais pontuou que se torna também obstáculo ao realizar uma cobertura de conteúdo mais plural. Segundo o entrevistado, a matéria de outras cidades que estão distantes da praça é inviabilizada por não terem retorno das

⁴⁷ São pessoas da comunidade que relatam suas experiências pessoais.

fontes oficiais, principalmente nas de denúncia, como relatado no eixo 2 da análise. Entretanto, vale salientar que existem outros canais e estratégias de apuração para que uma denúncia seja realizada, sem que dependa exclusivamente do retorno das instituições. Na prática, espera-se que o jornalista atue junto às denúncias públicas, garantindo o poder de voz da sociedade (AGUIAR, 2016; PORCELLO, 2019).

Outro ponto levantado durante as entrevistas foi a respeito das temáticas que possuem prioridade na cobertura. A maioria dos temas elencados pelos profissionais são temas cotidianos que fazem parte da cobertura da notícia de modo geral. Percebemos que matérias mais elaboradas, que deem destaque para peculiaridades da região, se tornam secundárias na produção, e isso se dá por diversos motivos, principalmente por questões financeiras, estruturais e de tempo, como mencionado por alguns dos entrevistados.

Em um levantamento realizado pela pesquisa *Trajetórias dos Jornalistas Brasileiros*, Tavares, Xavier e Pontes (2020) constataram que metade dos jornalistas que atuavam na mídia em 2012 deixaram os veículos de comunicação e foram atuar em assessorias, docência ou até mesmo mudaram de profissão. O enxugamento de redações e acúmulo de funções interferem diretamente na produção, uma vez que os profissionais ficam sobrecarregados com as diversas demandas e funções que o jornalismo de televisão requer. Mas, na verdade, é uma realidade vivenciada em todas as plataformas jornalísticas e em cenário nacional e internacional (SILES; BOCZKOWSKI, 2012; TAVARES, 2018). Em vista disso, Tavares (2018) demonstra que o contexto de precarização desencadeia uma produção jornalística baseada nas assessorias de comunicação ou agências de notícia. O que, ao refletir neste trabalho, pode ser uma problemática para o exercício do jornalismo regional na sociedade.

Embora saibamos as dificuldades e instabilidades que a profissão jornalística vem vivenciando, é de extrema importância destinar espaços para cobertura mais contemplativa dos assuntos regionais, com matérias que vão além do factual. Além disso, a maioria das cidades que faz parte da área de abrangência das emissoras não possui espaço na cobertura midiática dos telejornais, restringindo as cidades-sede das praças dos veículos, o que leva a um desfalque na contemplação midiática e jornalística de todo o estado.

O Maranhão possui 217 municípios. Desses, 216 recebem sinal da TV Mirante – TV Mirante de São Luís (81); TV Mirante Cocais (89); TV Mirante de Imperatriz (47);

TV Mirante de Balsas (1) –. Já a TV Difusora alcança somente 158 cidades do estado – TV Difusora de São Luís (137); TV Difusora de Imperatriz (17); TV Sinal Verde, de Caxias (1). Apesar de as emissoras possuírem alcance significativo de sinal, a produção, por vezes, é concentrada em apenas 2,31% de todo território maranhense. Com base nos dois conglomerados de mídia aqui estudados, podemos observar que o estado do Maranhão se encontra em deserto de notícia ou quase deserto de notícia em relação à cobertura televisiva, visto que muitas cidades do estado recebem apenas o sinal de uma das duas emissoras de televisão aqui analisadas. Vale lembrar que o Atlas da Notícia (2020) identificou que cerca de 75% do território maranhense está em deserto de notícia.

Contudo, como relatado pelos profissionais, a precarização jornalística afeta diretamente as rotinas de produção das redações – realidade cada vez mais frequente nas cidades do interior. Além da falta de equipamentos, redução de equipes e acúmulo de funções, que assolam o trabalho jornalístico, o vínculo entre grupos econômicos e políticos influencia no modo como atuam os veículos de comunicação.

Os sistemas de mídia de radiodifusão pautam seu conteúdo com base na linha editorial do veículo e suas principais relações com grupos econômicos e políticos. Com isso as particularidades dos locais muitas vezes são deixadas de lado (NASCIMENTO, 2012; CABRAL, 2019). Diversas vezes, as questões econômicas-políticas, quando retratadas nesses telejornais, recebem outro tipo de enfoque para que os vínculos com esses grupos não se estremeçam, como exemplificado por P9, profissional da TV Difusora de São Luís.

O mapeamento e as entrevistas com os profissionais realizados para esta pesquisa nos mostram a relação direta entre duas grandes famílias de grupos políticos e duas emissoras consolidadas no estado, afetando diretamente o que temos de mídia regional no Maranhão. Apesar do vínculo entre grupos políticos e sistemas de mídia demarcar o cenário maranhense, essa não é uma exclusividade do estado. A relação entre políticos e grupos midiáticos atravessa também outros estados brasileiros, como apresentado nas pesquisas de Mendonça e Rebouças (2009); Costa (2015); Pinto (2017) e Porcello (2019).

Ouvir as demandas, denúncias, anseios da audiência e atuar como meio para as reivindicações populares frente aos problemas do poder público é uma das principais funções do jornalismo. Na mídia regional isso se torna mais imbricado, pelo

fato de o veículo se encontrar mais próximo, geograficamente, dessas exigências. Aguiar (2016, p. 37) aponta que “a expectativa reinante é que o jornalista seja cada vez mais um intermediário entre as instâncias de poder e o público, e não mero veículo de informação”. Mas, na verdade, essa ação se torna restrita quando encontramos os laços entre grupos políticos e instituições midiáticas e quando não possuímos acesso eficaz entre audiência e (tele)jornais.

Mesmo que os entrevistados assegurem que a preocupação está na relevância social e em passar a notícia para a população, independentemente do vínculo político partidário, a teoria aponta que quando temos um mercado de mídia controlado diretamente por grupos políticos e econômicos consumimos um jornalismo tendencioso que influencia na qualidade da notícia e nas potencialidades que a mídia regional detém, como maior espaço para a “autorreferência”, para a (re)construção das identidades locais e representatividades sociais e culturais, assim como perdemos um ambiente propício à denúncias de poder público (AGUIAR, 2016; DEOLINDO, 2019; CABRAL, 2019).

Além disso, observamos que a dependência, ou até mesmo “desamparo”, como declarado por um dos profissionais, das praças do interior com a cabeça de rede interfere na produção regional, tendo em vista que muitas vezes o interior não possui a mesma estrutura e equipamentos que a capital tem, e, para isso, recebe e retransmite material de São Luís e/ou possui uma produção mais limitada. Entretanto, este é um contexto que permeia as redações dos estados, de modo geral. As capitais tendem a ter melhores aparatos técnicos e estruturais em comparação com as praças do interior. Mesmo que o jornalismo esteja precarizado em todos os cenários, as redações nas cidades do interior enfrentam o contexto de precarização com mais intensidade.

Embora validemos a fala de alguns dos entrevistados os quais dizem que a integração das praças com produção de matérias para telejornais regionais seja positiva, por outro lado percebemos que muitas vezes se torna prejudicial, já que boa parte do conteúdo se limita à cobertura de, em média, cinco cidades do estado.

Nesse caminho, consideramos a participação da audiência, que procura contribuir com a produção diária dos telejornais, em matérias que retratem as particularidades do local em que vivem, aliada à construção identitária, representativa e de proximidade com os telejornais. Oliveira Filho (2018), ao elencar quatro

categorias que classificam a proximidade que o telejornalismo regional pode oferecer, destaca o espaço para participação do público na construção da notícia como uma das principais características substanciais para o processo.

O envolvimento da audiência com envio de sugestões e/ou material é denominado por Mesquita (2014) de “audiência potente”. Contudo, a autora alerta que apesar dessa audiência se tornar ativa no campo jornalístico, ela não está se apropriando da função de jornalista. O jornalista continua sendo o agente mediador da construção da realidade.

Todavia, em meio à crise econômica, vivenciada pelo jornalismo, estamos em um contexto de precarização da profissão. Temos cada vez mais redações reduzidas e jornalistas tendo que adquirir diversas funções simultaneamente. Esse é o caso de 55 % dos entrevistados desta pesquisa. É neste cenário que o público, com o envio de materiais, colabora com a construção da notícia. Ghetti e Ribeiro (2018) veem a participação como aspecto positivo para os veículos de comunicação enquanto empresa, pois, de acordo com os autores, o jornalismo se apropria de um material gratuito e sem custo de mão de obra. “Esta prática permitiu que o jornalismo ampliasse seu alcance de forma significativa” (GHETTI; RIBEIRO, 2018, p. 180).

Além de gerar credibilidade, proximidade e afetividade, a participação do público é considerada também como produto mercadológico, como debatemos no capítulo 4, uma vez que, quanto maior a audiência, mais chances de vender espaço publicitário para anunciantes. Ainda temos o fato de que, com equipes cada vez mais reduzidas, os telejornais não conseguem alcançar todas as demandas regionais. É nesta realidade que a audiência se torna aliada, auxiliando diretamente nas rotinas de produção das emissoras.

Os entrevistados legitimam a participação do público no processo de produção da notícia e entendem a importância da contribuição da audiência com a construção dos telejornais diários. Mas, apesar de reconhecerem, percebemos, pelas entrevistas, que o material enviado pela audiência muitas vezes não é aproveitado pelas emissoras.

Um dos principais problemas é o fato de não existir, em nenhum dos dois veículos, um profissional que se dedique a garimpagem do que é recebido pelo público e interação/*feedback* com a audiência, algo que está diretamente relacionado à precarização jornalística. Em alguns dos telejornais, a interação ocorre ao vivo com a

presença de um telão no estúdio onde os apresentadores mostram as mensagens recebidas pelos telespectadores, prática frequente em muitos telejornais regionais do país. Outra problemática elencada por um dos profissionais entrevistados é que com o envio frequente de *fake news* o trabalho de checagem da informação tornou-se mais constante. No entanto, de modo geral, acreditamos que todo e qualquer material precisa ser checado, visto que é um dos princípios do jornalismo de qualidade.

Sobre o uso das redes digitais para retransmissão do conteúdo, no caso da TV Mirante observamos a prevalência dos jornais produzidos na cabeça de rede. Os telejornais produzidos na TV Mirante de Imperatriz não são retransmitidos na íntegra em nenhuma plataforma digital, comprovando que ainda há dificuldades de muitas emissoras regionais em se apropriar do ambiente online. Na TV Difusora, temos outra realidade, já que pelo menos as três praças conseguem transportar o conteúdo telejornalístico para o ambiente online.

Alves (2017, p. 26) alerta que “[...] os meios estão cada vez mais convergidos e os jornalistas de televisão precisam se adequar a esse novo modelo que influencia as práticas das telerreportagens”. Mas, entendemos que essa adequação depende da disponibilidade e de questões estruturais dos veículos em que esses profissionais estão inseridos e que o jornalista por si só não possui ferramentas para atender essa demanda digital. Apesar de toda evolução e mudanças tecnológicas dentro das redações das emissoras de televisão, muitos veículos regionais não conseguem atender as diversas demandas digitais, principalmente por estarem em contexto de precarização, já que isso reflete na produção da notícia como um todo, e pela baixa qualidade da internet no Maranhão, quando comparados a outros estados (PNAD, 2018).

Além da má conexão da rede de internet, a produção do jornalismo de televisão demanda mais custos, devido a todo aparato que as TVs exigem. Como relatado pelos entrevistados, o recurso técnico é um dos entraves na produção telejornalística, principalmente nas praças do interior, onde os equipamentos são mais escassos, ainda que as emissoras hoje venham utilizando os *smartphones* nas redações como ferramenta de apuração, produção, gravação e edição de vídeos para os telejornais (SPINELLI; VIEIRA, 2020).

Após as entrevistas e levantamentos das principais declarações feitas pelos profissionais, no capítulo a seguir, no qual apresentaremos as considerações finais do

desta pesquisa, discorreremos sobre o que os principais achados significam para a atuação do jornalismo regional no estado do Maranhão e a contribuição dos resultados para as pesquisas de mídia e telejornalismo, local e regional.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conceito de jornalismo regional é um objeto de estudo frequente na área da Comunicação e atravessa amplas discussões. Apesar dos avanços, o termo não apresenta um sentido único, mas vertentes que nos levam a perceber a identidade, a territorialidade e o pertencimento a partir da prática jornalística dentro de recortes geográficos. Procurar saber o que os profissionais da comunicação que atuam diariamente na construção da notícia em ambientes regionais entendem por jornalismo regionalizado é de extrema relevância para compreensão das práticas, para além da literatura e do conteúdo já reproduzido nas plataformas midiáticas, como se concentra a maioria dos estudos a respeito de mídia e jornalismo regional.

A fim de preencher parte desta lacuna, esta dissertação teve por objetivo principal compreender o conceito de jornalismo regional a partir da percepção e das rotinas de produção dos profissionais de comunicação das redações da TV Mirante e TV Difusora, do Maranhão. Trabalhamos com duas vertentes de análise: primeiramente foi realizado um levantamento, apropriando-se da técnica de pesquisa de análise documental, estrutural das duas emissoras e sua atuação no estado com a finalidade de ambientar o contexto do sistema de radiodifusão maranhense.

Após entender como os veículos operam, foram entrevistados 18 profissionais, nove de cada veículo, com o intuito de responder à questão principal desta pesquisa: *Como o jornalismo regional é compreendido pelos profissionais de comunicação e estruturado a partir das emissoras de TV do Maranhão?* A TV Mirante e TV Difusora foram escolhidas para o corpus de análise por fazerem parte dos maiores conglomerados de mídia regional do estado, assim como por serem afiliadas de dois grandes sistemas de mídia nacional, Rede Globo e SBT, respectivamente. A finalidade foi encontrar pistas da percepção de profissionais da comunicação acerca da prática cotidiana do jornalismo regional.

De modo geral, em relação ao levantamento estrutural e organizacional das duas emissoras, constatamos os vínculos diretos de grupos políticos com os dois sistemas midiáticos. As emissoras aqui estudadas são controladas por duas famílias que possuem longa trajetória política. Tal fato mostra-se problemático em diversos sentidos, visto que as estreitas relações entre mídia e interfaces econômico-políticas fazem com que tenhamos um conjunto de informações moldadas por valores políticos

que interferem na qualidade da notícia (HALLIN; MANCINI, 2004; DEOLINDO, 2019; CABRAL, 2019). José Sarney, proprietário da TV Mirante, e Edison Lobão, da TV Difusora, são parceiros e controlam conjuntamente grande parcela do sistema de mídia do estado do Maranhão, tendo em vista que a TV Mirante alcança 216 dos 217 municípios, e está dividida entre cinco praças, e a TV Difusora 158 cidades, distribuída entre três praças.

Todavia, apesar de ter um alcance significativo, as cabeças de rede centralizam a maior parte do conteúdo, de equipes e aparatos que auxiliam na produção da notícia. A cabeça de rede da TV Difusora, por exemplo, cobre 140 das 158 cidades da área de cobertura da emissora, o que torna a distribuição de sinal e de cobertura desproporcional. Nos dois veículos, a produção é concentrada majoritariamente na capital do estado, São Luís.

De cinco praças da TV Mirante, apenas duas, TV Mirante de São Luís e de Imperatriz, possuem produção independente. Ainda assim, o telejornal da manhã é produzido somente por São Luís e retransmitido para as demais cidades. No caso da TV Difusora, apesar das três praças da TV Difusora terem produções desvinculadas, dois dos três telejornais diários são produzidos somente por São Luís e retransmitidos para todo o estado. Ainda que os veículos recebam participação das sucursais nos telejornais produzidos pela cabeça de rede, há limitação e dizibilidade referentes as multiplicidades que permeiam a região.

Todas essas questões estão associadas ao contexto de precarização que o jornalismo está vivenciando (SILES; BOCZKOWSKI, 2012; TAVARES, 2018). Dentro do jornalismo regional o cenário ainda se torna mais evidente. A construção da notícia nas praças do interior, por vezes, é constrangida por falta de equipamentos, aparatos e equipes suficientes que atendam todas as demandas e requisitos para a produção do jornalismo de televisão. Essa realidade atravessa também os demais estados do país. A estrutura técnica na capital é superior às das praças do interior, além da concentração de profissionais nas cabeças de rede.

A partir dessa circunstância, entrevistamos os editores-chefes e produtores que trabalham tanto nas praças da capital como nas do interior para observarmos a percepção de cada profissional, a partir de cada contexto, frente ao conceito e prática do jornalismo regional. No geral, constatamos que os profissionais, inclusive os que não são formados em Jornalismo, interpretam o exercício do jornalismo regional como

legitimador para a integração e identificação do público nas notícias retransmitidas pelos telejornais. Contudo, os constrangimentos que ocorrem diariamente nas rotinas de produção prejudicam a contemplação efetiva das diversidades regionais existentes dentro do próprio estado.

Por meio do primeiro eixo de análise – características e conceito do jornalismo regional – verificamos que os profissionais compreendem o significado de jornalismo regional, sobretudo a partir de sua principal característica: o princípio da proximidade. Além disso, os profissionais elencaram a identificação do público, interesse e uso de fontes locais como alguns dos atributos do jornalismo regional. Como temáticas, relataram que, quando podem e possuem disponibilidade de equipamentos, equipes e tempo, trabalham com matérias aprofundadas sobre particularidades do estado, com a finalidade de oferecer espaço para todas as esferas regionais. Entretanto, poucos entrevistados relataram a existência de debates sobre jornalismo regionalizado nas universidades ou dentro das empresas em que trabalham.

No segundo eixo analítico – rotinas de produção da notícia regional – identificamos que o contexto de precarização tem interferido diretamente na produção da notícia das duas emissoras. As praças do interior dependem da cabeça de rede por não possuírem, de modo satisfatório, equipamentos, aparatos técnicos e mão-de-obra que auxiliem nas rotinas de trabalho dos profissionais. De modo geral, o problema que mais afeta a produção nas cabeças de rede é o *deadline*, fato presente no jornalismo como um todo. Assim, observamos que as praças do interior são as que mais enfrentam problemas técnicos para a construção da notícia. Mas, além de questões estruturais, constatamos que os vínculos das empresas de comunicação com grupos econômicos-políticos afetam a produção do jornalismo regional, tanto na cabeça de rede como nas praças, mesmo que alguns profissionais defendam que sejam interferências sutis.

Já no terceiro eixo de análise, procuramos saber como ocorre a participação do público na construção da notícia regional e o processo de *apropriação* nas redações. Percebemos que a participação da audiência é um quesito positivo para a construção da notícia, uma vez que auxilia na rotina desses profissionais, que por vezes são coagidos por problemas estruturais, além de servir como meio para a representação regional. No entanto, mais uma vez, são ações inviabilizadas pelo fato de os veículos, principalmente as praças inseridas no interior, não possuírem nenhum

canal oficial que facilite o processo de troca entre audiência e emissora. São utilizados os números de WhatsApp pessoal de cada profissional que trabalha nas redações. Em alguns casos, ainda há o aplicativo disponibilizado inteiramente para alguns telejornais. De toda forma, a participação do público acaba não sendo legitimada pelas emissoras, sobretudo pelo fato de que, na maioria das vezes, o material enviado pela audiência não é aproveitado ou devidamente creditado, restringindo a interação com apenas envio de “alôs” e “abraços” ao vivo para o público que envia mensagens nos aplicativos e redes sociais.

Acerca do uso de aplicativos digitais dentro dos grupos midiáticos, constatamos que, no caso da TV Mirante, o processo de transposição do conteúdo de telejornais para as plataformas online ocorre somente pela capital, São Luís, enquanto as demais praças apenas publicam matérias isoladas. No caso da TV Difusora, as três praças possuem espaço online, em que divulgam seus telejornais. Apesar disso, os profissionais que atuam nos dois veículos percebem que ainda não se apropriam do ambiente online e digital conforme o esperado, mas que utilizam as redes sociais como ferramentas aliadas para a construção da notícia.

No quarto e último eixo analítico – relação entre as praças das emissoras – constatamos que a dependência das praças do interior com a cabeça de rede é vista pelos profissionais como positiva para o funcionamento do jornalismo regional no Maranhão. Apesar de alguns entrevistados considerarem que, na verdade, há independência ou interdependência, a maioria dos profissionais a interpreta como necessária para que a emissora alcance todas as vertentes que circunscrevem o estado. Por um lado, entende-se que a integração entre as praças em rede contribui para a efetivação do jornalismo regional. Em contrapartida, é uma problemática quando há sujeição das praças com a cabeça de rede, em que, por exemplo, é preciso consultar diariamente a direção para saber o que pode e o que não deve ser produzido, como observamos pelas falas de alguns entrevistados.

Por fim, apesar de todos os entraves que envolvem a produção jornalística, quando questionados se as emissoras em que trabalham produzem jornalismo regional, boa parte dos entrevistados defende que sim. Ainda há uma parcela, principalmente os profissionais da TV Mirante, que sustenta que o grupo exerce o jornalismo comunitário. O argumento de que os telejornais são caracterizados como comunitários por parte dos veículos e dos profissionais que produzem a notícia nos leva a refletir

até que ponto um jornal ligado a emissoras tradicionais pode ser ou não considerado comunitário.

A literatura ensina que um dos requisitos para um jornalismo ser considerado comunitário é o necessário envolvimento da população na produção do conteúdo desde a sua concepção. Além disso, observa-se também que mesmo havendo participação direta do público, muitas plataformas comunitárias possuem vínculos com grupos econômicos-políticos e, na prática, acabam atuando como ferramenta de autopromoção desses grupos e meio de sustentação dos veículos.

Analisando as falas dos entrevistados, constatamos que muitas pessoas colaboram com a construção dos telejornais, com envio de sugestões de pautas, fotos, vídeos e áudios, e os profissionais consideram importante para que consigam alcançar as demandas regionais, mesmo com algumas ressalvas. Em vista disso, por que não podemos considerar que, em certa medida, esses telejornais veiculem um conteúdo que dialogue com os princípios do jornalismo comunitário? Seria possível pensar em níveis de jornalismo comunitário? E, com isso, os meios de comunicação de massa também poderiam desenvolver pautas estritamente comunitárias?

Acreditamos que são reflexões necessárias para entender que o fato de termos meios de comunicação de massa vinculados a interesses econômicos, políticos e religiosos não exclui a possibilidade de dispormos, em algum grau, de espaço para a mídia e jornalismo comunitário no conteúdo produzido dentro desses meios, tendo em vista que todo jornalismo comunitário é regional, mesmo que todo jornalismo regional não seja comunitário. São tensionamentos que uma pesquisa teórico-metodológica mais aprofundada poderá responder, ou oferecer pistas para se pensar como jornalismo regional e comunitário percorrem conjuntamente o âmbito local atualmente, com o avanço do acesso à internet.

Ao final deste trabalho, concluímos, portanto, que as percepções do jornalismo regional no ambiente (tele)jornalístico são o ponto de partida para a prática, ainda que as reflexões sejam pouco levantadas dentro das matrizes curriculares dos cursos de jornalismo e nas emissoras regionais. Todavia, ainda há diversos pontos que precisam ser reconfigurados para que o jornalismo regional seja legitimado dentro dos cenários locais e regionais, e grande parte disso vai além do trabalho que os jornalistas exercem.

Em vista disso, consideramos que este tema não se esgota e que, inclusive, as lacunas deixadas dentro desta dissertação abrem agenda para pesquisas que se dediquem a estudar jornalismo regional no Brasil. Existe um campo múltiplo para novas investigações, como analisar o espaço para conteúdo regional, para além dos telejornais, disponibilizado pela grade de programação de emissoras regionais. Além disso, é possível levantar questões epistemológicas acerca do que seria ideal para o jornalismo regional ser considerado efetivo, além de observar a relação entre meios de comunicação de massa e a práxis do jornalismo comunitário, pensando até que ponto se imbricam. Esperamos que esse estudo sirva como fonte para trabalhos futuros para a área acadêmica, como também para o meio social.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Sonia. **Territórios do Jornalismo**: geografias da mídia local e regional no Brasil. Petrópolis: Vozes, Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2016.

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz. **A invenção do Nordeste e outras Artes**. 5 ed. São Paulo: Cortez, 2011.

ALEXANDRE, Marcos. O papel da mídia na difusão das representações sociais. **Comum**, v. 6, n. 17, 2001, p. 111-125.

ALVES, Marcelli. **O percurso do amador para integrar o “mundo do telejornalista”**: uma análise dos vídeos colaborativos que participam da notícia televisiva. 2017. 404f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2017

ÁREA DE COBERTURA (Maranhão). **Difusora HD**. Maranhão, 2018.

ASSIS, Francisco de. Imprensa do interior: conceitos a entender, contextos a desvendar. IN: ASSIS, Francisco de. **Imprensa do interior**: conceitos e contextos. Chapecó: Argos, 2013. p. 13-19.

ATLAS DE COBERTURA REDE GLOBO (Maranhão). **Área de cobertura**. Maranhão, 2020.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo**: Os segredos da notícia na TV. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAVARESCO, Marcionize Elis; LOCATELLI, Carlos Augusto. As identidades acionadas no jornalismo a partir da dicotomia entre proximidade e afastamento. **Contracampo**, Niterói, v. 38, n. 3. p. 110-129, 2019.

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. **TV Regional**: trajetórias e perspectivas. Campinas: Alínea, 2001.

_____. Aspectos da TV Regional e a Globo no cenário da regionalização. **Acervo On-line de Mídia Regional**, v. 6, n. 7, 2007, p. 3-16.

BERNARDO, Cristiane Hengler Corrêa; LEÃO, Inara Barbosa. Análise das matrizes curriculares dos cursos de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Brasil: um retrato da realidade nacional. **Intercom – RBCC**, v. 35, n. 1, 2012, p. 253-274.

BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luís Felipe. **Notícias em Disputa: Mídia, democracia e formação de referências no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2017.

BIROLI, Flávia. A reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico. In: **Notícias em Disputa: Mídia, democracia e formação de referências no Brasil**. BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luís Felipe. São Paulo: Contexto, 2017, p. 117-145.

BOLANÕ, César Ricardo Siqueira. **Mercado Brasileiro de Televisão: Uma abordagem dinâmica**. 1986. 220f. Dissertação (Mestrado em Ciência Econômica) – Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Aracaju, 1986.

BONNER, William. **Jornal Nacional: modo de fazer**. São Paulo: Globo, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Tradução: Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRAGA, José Luiz. A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (E-Compós)**, v. 14, n. 1, 2011, p. 1-33.

BRANDALISE, Roberta. **A Televisão Brasileiras nas Fronteiras do Brasil com o Paraguai, a Argentina e o Uruguai**. 2011. 591f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição: República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 2016.

_____. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2016

BRITO, Nayane Cristina Rodrigues de. **Panorama do radiojornalismo nas emissoras radiofônicas do sul do Maranhão** - mapeamento, rotinas produtivas e produtos jornalísticos. 2017. 360f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2017.

BUZAR, Benedito. **A televisão chega a São Luís**. O Estado do Maranhão, São Luís, 10 nov. 2013. Disponível em: <http://www.academiamaranhense.org.br/blog/a-televisao-chega-a-sao-luis/> Acesso em: 15 mar. 2020.

CABRAL, Eula Dantas Taveira. Entre o local e o global: estratégias dos conglomerados de mídia no Brasil. **Eptic**, v. 18, n. 3, 2016, p. 76-94.

_____. Entre políticas e o marco legal: a comunicação nas Constituições federais brasileiras. **Eptic**, vol. 22, n. 1, 2019, p. 29-43.

CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. IN: CORREIA, João Carlos. **Ágora Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades**. Portugal: Labcom, 2012. p. 35-48.

CERETTA, Kellen Ayana Alves. **Audiência participativa?** Uma análise sobre a atuação do telespectador no JMTV 1ª edição. 71f. Monografia (Bacharelado em Comunicação) – Curso de Comunicação Social/Jornalismo, Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2018.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Editoria Vozes, 2004.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros 2018**. São Paulo: CGI.br, 2019. p. 392 Disponível em https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/12225320191028tic_dom_2018_livro_eletronico.pdf . Acesso em: 25 maio 2020.

COUTINHO, Iluska; EMERIM, Cárlica. Lugares, espaços, telas e reconhecimento: o local do telejornalismo na contemporaneidade. In: **Telejornalismo Local: Teorias e Conceitos**. COUTINHO, Iluska; EMERIM, Cárlica. Florianópolis: Insular, v. 8, 2019, p. 23-40.

COUTO, Carlos Agostinho Almeida de M. **Estado, Mídia e Oligarquia: poder público e meios de comunicação como suporte de um projeto político para o Maranhão**. 2007.

202f. Tese (Doutorado em Políticas Públicas) – Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2007.

DANTAS, Sarah. **O que há de regional na programação do jornal hoje?** Representatividade do Nordeste na mídia nacional. 2018. 123f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo) – Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2018.

DANTAS, Sarah; TAVARES, Camilla Quesada. O (inter)agendamento no jornalismo regional: um estudo de dois telejornais de Imperatriz, no Maranhão. **Revista Observatório**, vol. 6, n. 1, 2020, p. 1-24.

DEOLINDO, Jacqueline da Silva. **Regiões jornalísticas:** uma abordagem locacional e econômica da mídia do interior fluminense. 2016. 343f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

_____. Mídia e centralidade urbana: um estudo comparado da série Regiões de Influência das Cidades do IBGE. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 15, n. 4, 2019, p. 56-68.

DÓRIA, Palmério. **Honoráveis bandidos:** um retrato do Brasil na era Sarney. São Paulo: Geração Editorial, 2011.

DORNELLES, Beatriz. O futuro dos jornais do interior. **Intratexto**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, p. 21-36, 2012.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. São Paulo: Atlas, 2005, p. 62-83.

ENNINGER, Rossana Zott. **Análise Cultural do telejornalismo local:** representação e identidade na RBS TV Santa Rosa. 2015. 199f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015.

FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan. **Jornalismo e identidade cultural:** construção da identidade gaúcha em Zero Hora. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2008.

FERREIRA, Franklin Douglas. **Mídia e poder político:** a disputa entre grupos políticos pelas concessões de canais de televisão sob a oligarquia Sarney no Maranhão São

Luís. 2018. 269f. Tese (Doutorado em Políticas Públicas) – Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2018.

FERNANDES, Mario Luiz. A proximidade como valor-notícia na imprensa do interior. IN: ASSIS, Francisco de. **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013. p. 103-136.

FIGUEIREDO, Marcos Arruda Valente de. **TV Difusora: a política na história da televisão no estado do Maranhão – 1962 a 1991**. 2016. 250f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

FINGER, Cristiane. Crossmedia e transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital. **Em Questão**, v. 18, n. 2, p. 121-132, 2012.

FONTCUBERTA, Mar de. **La noticia: pistas para percibir el mundo**. Barcelona: Paidós, 1993.

GALTUNG, Johan; RUGE, Mari Holmboe. The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. **Journal of peace research**, v. 2, n. 1, 1965, p. 64-90.

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

GHETTI, Mariana de Carvalho; RIBEIRO, Renata Rezende. A produção telejornalística cotidiana no tempo de redes sociais digitais: os usos do WhatsApp no RJTV. **Líbero**, v. 21, n. 42, p. 175-188, 2018.

GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO. **Mídia Dados Brasil 2018**. São Paulo: GM, 2018. Disponível em <https://www.gm.org.br/midia-dados-2018>. Acesso em: 27 maio 2020.

_____. **Mídia Dados Brasil 2019**. São Paulo: GM, 2019. Disponível em <http://159.89.80.182/midia-dados-sp/public/Midia%20Dados%202019.pdf>. Acesso em: 27 maio 2020.

GUERRERO, Manuel Alejandro. The 'Captured Liberal' Model of Media Systems in Latin America. In: **Media systems and communication policies in Latin America**.

GUERRERO, Manuel Alejandro; MÁRQUEZ-RAMÍREZ, Mireya. Springer: Palgrave Macmillan UK, 2014, p. 43-65.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

_____. **Cultura e representação**. Tradução de Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.

HALLIN, Daniel C; MANCINI, Paolo. **Comparing media systems**: three models of media and politics. New York: Cambridge University Press, 2004.

HAUSER, Vanessa. **A PRÁXIS DAS REDAÇÕES EM CONTEXTO DE CRISE**: Continuidades e rupturas no jornalismo. 2017. 206f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio Sinos, São Leopoldo, 2017.

HESS, Kristy. Breaking boundaries: Reformulation of the “local” newspaper as “Geo-social” news in a digital setting. **Digital Journalism**, v. 1, n.1, 2013, p. 48-63.

HESS, Kristy; WALLER, Lisa. Geo-social journalism: reorienting the study of small commercial newspapers in a digital environment. **Journalism Practice**, v. 8, n. 2, 2014, p. 121-136.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Contas nacionais trimestrais**: indicadores de volume e valores correntes. Brasília: IBGE, 2016. Disponível em https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/48b3330f95f562605540cd463190d13b.pdf . Acesso em: 31 jul. 2020.

_____. **Cidades e estados**. Brasília: IBGE, 2018. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados.html>. Acesso em: 31 jul. 2020.

_____. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNAD Contínua 2018**. Brasília: IBGE, 2018. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?edicao=27138&t=resultados>. Acesso em: 31 jul. 2020.

INTERVOZES. **Direito à comunicação no Brasil 2016**. São Paulo: Intervezes, 2016. Disponível em: <https://intervezes.org.br/arquivos/interliv010dac2016.pdf>. Acesso em: 08 fev. 2021.

JAVORSKI; Elaine; BARGAS, Janine. A informação sobre a Covid-19 nos desertos de notícias: a relevância do jornalismo interior do Pará. **Liinc**, v. 16, n. 2, 2020, p. 1-16.

LACERDA, Lorena; BUENO, Thaísa. O WhatsApp na redação: o uso do aplicativo nas rotinas dos jornalistas de Imperatriz - MA. In: XXI Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste, 2019, São Luís. **Anais eletrônicos**. São Luís: Universidade Federal do Maranhão, Uniceuma, Estácio, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2019/resumos/R67-0537-1.pdf>. Acesso em: 08 fev. 2021.

LACERDA, Lorena. **WhatsApp na rotina produtiva do interior**: um estudo a partir das perspectivas dos jornalistas de Imperatriz (MA) e Araguaína (TO). 2020. 90f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo) – Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2020.

LIMA, Daniele Silva. **A presença das mulheres como fontes de informação no telejornalismo**: uma análise do Jornal Hoje e do JMTV 1º edição. 2020. 76f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo) – Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2020.

LIMA, Edgley Duarte; FILHO, Pedro Oliveira. Discurso e identidade: a construção discursiva do Nordeste na mídia paraibana. **Revista Psicologia Política**, v. 15, n. 34, 2015, p. 497-514.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis – RJ. Vozes, 2008.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

_____. O imaginário é uma realidade. [Entrevista cedida a] Juremirr Machado da Silva. **Revista Famecos**, v. 8, n. 15, p. 74-82, 2001. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3123/2395>. Acesso em: 10 ago. 2020.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**: a vida pelo vídeo. São Paulo: Morderna, 1988.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação dos dados. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARQUES, Renan da Silva; DOURADO, Jacqueline Lima. A discussão da cidadania nos meios de comunicação piauienses, a partir do caso da Rede Clube. In: **Economia Política do Jornalismo: Tendências, Perspectivas, e Desenvolvimento Regional**. DOURADO, Jacqueline Lima; LOPES, Denise Maria Moura da Silva; MARQUES, Renan da Silva. Teresina: Edufpi, 2 ed, 2016, p. 453-476.

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

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de Pesquisa em Comunicação**: Projetos, ideias, práticas. Petrópolis: Vozes, 2018.

MATTOS, Sérgio. **História da Televisão Brasileira**: uma visão econômica social e política. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

_____. A Diversidade e o Regionalismo na Televisão Brasileira. **Bibliocom**, v. 4, n. 1, 2012, p. 18-28.

MCCOMBS, Maxwell. **A teoria da Agenda: mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2004.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom**, v. 39, n. 1, 2016, p. 39-56.

MENDONÇA, Fabíola; REBOUÇAS, Edgard. **Oligarquia, coronelismo e coronelismo eletrônico**: A radiodifusão como arma para manutenção e ampliação do poder. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. Anais eletrônicos. Curitiba: Universidade Positivo, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1640-1.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2021.

MESQUITA, Giovana Borges. **Intervenho, logo existo**: a audiência potente e as novas relações no jornalismo. 2014. 198f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.

MILLER, Judith. News deserts: no news is bad news. In: **Urban policy**. HENDRIX, Michael. New York: Manhattan Institute, 2018. p. 59-76.

MORAES, Adriana; TEMER, Ana Carolina Pessoa; COELHO, Bernadete. **Brazilian Journalism Research**, v. 9, n. 2, p. 130-149, 2013.

MOSCO, Vincent. **The political economy of communication**. 2. ed. London: Sage Publications, 2009.

_____. Economia Política do Jornalismo. In: **Economia Política do Jornalismo: Tendências, Perspectivas, e Desenvolvimento Regional**. DOURADO, Jacqueline Lima; LOPES, Denise Maria Moura da Silva; MARQUES, Renan da Silva. Teresina: Edufipi, 2 ed, 2016, p. 43-68.

MOSCOVICI, Serge. La representación social: un concepto perdido. **El Psicoanálisis, su imagen y su público**, v. 2, p. 27-44, 1979.

MOURA FILHO, Washington José de Sousa. **Aspectos de regionalização na imprensa piauiense: olhar sobre o editorial dos jornais O Dia, Meio Norte e Diário do Povo**, Teresina, Piauí. Teresina, 2014. 131 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2014

MOURA, Flávia de Almeida. **Representações do trabalho escravo a partir da mídia: olhares de trabalhadores rurais maranhenses**. 2015. 246f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. São Paulo: Atlas, 2005, p. 269-279.

_____. Da invisibilidade à visibilidade da Geografia na Comunicação: travessias de territórios em uma década. In: **10 anos: o percurso do grupo de pesquisa Geografias da Comunicação no Brasil**. MOREIRA, Sonia Virgínia et al. São Paulo: Intercom, 2019, p. 11-24.

MUNHOZ, Eliane Regina. **A Rede Globo de Televisão no território brasileiro através do sistema de emissoras afiliadas**. 2008. 156f. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) – Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana, Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

MUSSE, Christina Ferraz; PERNISA, Mila Barbosa. Telejornalismo: novos formatos no cenário de crise da TV aberta. **Revista Alterjor**, v. 1, n. 3, p. 1-12, 2011.

NASCIMENTO, Carlos. Imprensa regional: abrir-se para o mundo. IN: SAVENHAGO, Igor. **Jornalismo regional: estratégias de sobrevivência em meio às transformações da imprensa**. Jundiá: Paco Editorial, 2012. p. 13-25.

OLIVEIRA, Roberto Reis. Espaço, território, região: pistas para um debate sobre comunicação regional. **Ciberlegenda**, n. 29, 2013, p. 108.

OLIVEIRA FILHO, José Tarcísio da Silva. Proximidade em programas televisivos: perspectivas no telejornalismo local e regional. In: XXVII Encontro Anual da Compós, Belo Horizonte, 2018, **Anais [...]** Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2018, p.1-22.

_____. **Relações de proximidade e espaços televisivos em telejornais locais e regionais de Minas Gerais: o caso dos Praça 1**. 2019. 207f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.

PARIS, Maria Stela. **A influência da mídia no desenvolvimento regional: um estudo nos municípios de Santo Augusto e Santa Rosa**. 2018. 264f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2018.

PEREIRA, Fábio Henrique; NEVES, Laura Maria. A entrevista de pesquisa com jornalistas: algumas estratégias metodológicas. **Intexto**, n. 29, pp. 35-50, 2013.

PEREIRA, Ariane; CALEFFI, Renata. O macro com proposta de micro: o local ampliado dos telejornais e o local reduzido nos telejornais. In: **Telejornalismo Local: Teorias e Conceitos**. COUTINHO, Iluska; EMERIM, Cárilda. Florianópolis: Insular, v. 8, 2019, p. 127-145.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte, 2003, **Anais [...]** Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2003, p. 1-30.

_____. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**, v. 1, n. 38, p. 67-84, 2005.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling; VOLPATO, Marcelo de Oliveira. Comunicação para o desenvolvimento: aspectos teóricos desde a modernização ao “*Buen Vivir*”. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 15, n. 4, p. 11-26, 2019.

PINTO, Pâmela Araújo. **As interfaces do jornalismo nacional e regional no Brasil: Roseana Sarney e o caso Lunus**. 2010. 154f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2010.

_____. **Brasil e as suas mídias regionais: estudo dos mercados das regiões Norte e Sul**. Rio de Janeiro, Multifoco, 2017.

PORCELLO, Flávio. Telejornalismo regional gaúcho e suas relações com o poder. In: **Telejornalismo Local: Teorias e Conceitos**. COUTINHO, Iluska; EMERIM, Cárilda. Florianópolis: Insular, v. 8, 2019, p. 239-254.

REINO, Lucas; BUENO, Thaísa. Ciberjornalismo em dispositivos móveis: uma análise da conjuntura brasileira. **Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação**, v. 5, n. 10, 2017, p. 125-132.

ROBERTSON, Roland. A promessa conceitual da glocalização: comunalidade e diversidade. **ART-e-FACT: ESTRATÉGIAS DE RESISTÊNCIA**. Uma revista on-line de arte e cultura contemporânea, n. 4, 2005. Disponível em: http://artefact.mi2.hr/a04/lang_en/theory_robertson_en.htm Acesso em: 30 jun. 2020.

SANTOS, Milton. **A Natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SANTOS, Clecia Carla Silva. **Geografias da TV por Assinatura na Região Nordeste: opções tecnológicas e modelos de negócios**. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, Universidade Federal de Sergipe, 2017.

SCHOENHERR, Rafael; GADINI, Sérgio Luiz. Estratégias regionais de produção jornalística: uma proposta ao estudo de casos de mídia impressa no Paraná. **Eptic**, v. 18, n. 3, p. 51-62, 2016.

SCHUEN, Li-Chang; ALMEIDA, Domingos Alves de; REIS, Rodrigo Nascimento. Exercícios de jornalismo adversário: mil dias do governo Flávio Dino nas páginas de O Estado do Maranhão. IN: **Comunicação & Política: Interfaces em esferas regionais**. MASSUCHIN; Michele Goulart et al. São Luís: EDUFMA, 2019, p. 229-250.

SILES, Ignacio; BOCZKOWSKI, Pablo. Making sense of the newspaper crisis: A critical assessment of existing research and an agenda for future work. **New Media & Society**, v. 14, n. 8, pp. 1375-1394, 2012.

SILVA, Christian Nunes; VERBICARO, Camila. O mapeamento participativo como metodologia de análise do território. **Scientia Plena**, v. 12, n. 6, p. 1-12, 2016.

SILVA, Elane Gomes da; BEZERRA, Ed Porto. Dispositivos móveis como potencializadores da Televisão Digital Interativa: desafios e usos da segunda tela no telejornalismo. **Revista Geminis**, vol. 4, n.1, p. 127-144, 2013.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005.

SILVA, Rodrigo Barbosa. Telejornalismo local: a construção da identidade cultural no processo comunicativo. **Aturá**, v. 4, n. 1, p. 200-215, 2020.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 73-102.

SPINELLI, Egle; VIEIRA; Giovanna. Telejornalismo em transformação: o processo de legitimação do smartphone nas práticas jornalísticas. In: **Telejornalismo contemporâneo: 15 anos da Rede TeleJor**. EMERIM; Cárilda; PEREIRA; Ariane; COUTINHO; Iluska. Florianópolis: Insular, v. 1, 2020, p. 14-28.

SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de; VIZEU, Alfredo. Jornalismo em transformação: as escolhas dos formatos de notícias na TV. In: **Telejornalismo em questão**. VIZEU, A. et al. Florianópolis: Insular, v. 3, 2014, p. 53-76.

SIMÕES, Cassiano Ferreira. TV a cabo, TV aberta e regionalização da televisão brasileira nos anos 90. **Revista Eptic**, v. 8, n. 3, 2011, p. 129-151.

SOUSA, Letícia Holanda de; MATOS, Marcos Fábio Belo. Mídia local: panorama dos veículos de comunicação de Imperatriz-MA. In: ENCONTRO NACIONAL DE JOVENS PESQUISADORES EM JORNALISMO (JPJOR), 8., 2018, São Paulo. **Anais [...]** SBPJor - Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2018, p. 1-16.

SOUSA, Jorge Pedro. Comunicação regional e local na Europa Ocidental. **Comunicação Veredas**, v. 2, n. 2, 2002.

TAVARES, Camilla Quesada. **A CRISE DO MODELO TRADICIONAL DE JORNALISMO**: Reconfiguração da prática profissional na redação da Gazeta do Povo. 2018. 213f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.

TAVARES, Camilla Quesada; XAVIER, Cintia; PONTES, Felipe Simão. Os jornalistas brasileiros em contextos de crises: uma análise das trajetórias profissionais de 2012 a 2017. **E-Compós**, Ahead of Print, 2020. DOI: <https://doi.org/10.30962/ec.2040>.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. Telejornalismo e Responsabilidade Social: A Análise de Conteúdo e a Análise de Discurso como base para a Leitura Crítica da Mídia. In: **Epistemologias do telejornalismo brasileiro**. EMERIM, Cárilda; COUTINHO, Iluska; FINGER, Cristiane. Florianópolis: Insular, v. 7, 2018, p. 195-214.

VERRI, Francisco. Publicidade institucional e o hábito de consumo de mídia: entre Dilma e Temer. **Revista Eptic**, v. 20, n. 2, 2018, p. 216-235.

VIZEU, Alfredo Eurico. Jornalismo e representações sociais: algumas considerações. **Revista FAMECOS**: mídia, cultura e tecnologia, n. 30, 2006.

VIZEU, Alfredo Eurico; CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: **A Sociedade do telejornalismo**. VIZEU, Alfredo Eurico. Petrópolis: Vozes, 2008, p. 11-28.

VIZEU, Alfredo Eurico; CERQUEIRA, Laerte. “O lugar de referência” do telejornalismo local: o papel dos saberes, dos dispositivos didáticos e da temporalidade. In: **Telejornalismo Local: Teorias e Conceitos**. COUTINHO, Iluska; EMERIM, Cárilda. Florianópolis: Insular, v. 8, 2019, p. 41-60.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 7-72.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

APÊNDICES

APÊNDICE A - ROTEIRO DAS ENTREVISTAS

Identificadores

- Nome
- Formado em jornalismo: () sim () não () formado em outra área (indicar qual)
- Atual função:
- Há quantos anos está na atual empresa:
- Anos de carreira:
- Idade (em anos completos):

Perguntas

1. O que você entende por jornalismo regional? Você pode conceituar?
2. Em algum momento de sua formação acadêmica, ou dentro da empresa em que trabalha, foi discutido o conceito e as perspectivas do jornalismo regional?
3. De que modo você vê o exercício e a manifestação do jornalismo regional na vida das pessoas? Na sua visão, possui impacto?
4. Para você, quais são as principais características que a notícia regional deve ter para ser considerada regional?
5. Como são selecionados os acontecimentos locais e regionais de todos os municípios que a praça é responsável por cobrir? A prioridade é a cidade onde está localizada a emissora? Se sim, por quê?
6. De modo geral, quais temas regionais são priorizados na cobertura para ir ao ar?
7. Quais são os principais fatores que dificultam a produção plural e descentralizada da notícia regional?
8. A linha editorial do veículo em que você trabalha interfere no que é ou não produzido para os telejornais?
9. Como funciona a relação das praças com a cabeça de rede? Existe alguma dependência? Se sim, você acha que, de algum modo, prejudica a pluralidade da notícia local e regional?

10. Como você enxerga a participação da audiência na construção da notícia? É considerada aliada na manifestação e representação regional?

APÊNDICE B - TERMO DE AUTORIZAÇÃO E CONSENTIMENTO

Mestranda: Sarah Dantas do Rego Silva
Orientadora: Prof.^a Dr.^a Camilla Quesada Tavares

Termo de consentimento livre e esclarecido

A entrevista a seguir faz parte de uma pesquisa para dissertação de mestrado desenvolvida por Sarah Dantas do Rego Silva, sob a supervisão de sua orientadora, Prof.^a Dr.^a Camilla Quesada Tavares. O objetivo é compreender o conceito de jornalismo regional a partir da percepção e das rotinas de produção dos jornalistas das redações da TV Mirante e TV Difusora, do Maranhão. O caráter da entrevista é de aprofundamento sobre o assunto. Os dados fornecidos não serão identificados – estão, portanto, protegidos por sigilo. A entrevista será gravada e transcrita conforme a gravação. Nessas condições, eu, _____ (RG _____), (CPF _____) respondente das perguntas e participante da etapa de entrevistas, autorizo o uso dos dados fornecidos para pesquisas e futuras publicações de seus resultados (de caráter acadêmico) no ambiente nacional e internacional.

Assinatura

Data: _____

ANEXOS

ANEXO A - ÁREA DE COBERTURA DAS EMISSORAS

Área de cobertura da TV Difusora nos estados do Maranhão e Tocantins

Praça	Cidades da área de cobertura
TV Difusora de São Luís	Afonso Cunha, Alcântara, Aldeias Altas, Altamira do Maranhão, Alto Alegre do Pindaré, Anajatuba, Anapurus, Apicum-Açu, Araióses, Arame, Arari, Axixá, Bacabal, Bacabeira, Bacuri, Bacurituba, Balsas, Barão de Grajaú, Barra do Corda, Barreirinhas, Bela Vista do Maranhão, Belágua, Benedito Leite, Bequimão, Bom Jardim, Bom Jesus das Selvas, Bom Lugar, Brejo, Brejo da Areia, Buriti, Buriti Bravo, Buriticupu, Cachoeira Grande, Cajapio, Cajari, Cantanhede, Capinzal do Norte, Carolina, Cedral, Chapadinha, Codó, Coelho Neto, Colinas, Coroatá, Cururupu, Dom Pedro, Duque Bacelar, Esperantinópolis, Estreito, Formosa da Serra Negra, Fortaleza dos Nogueiras, Fortuna, Godofredo Viana, Governador Archer, Governador Nunes Freire, Grajaú, Guimarães, Humberto de Campos, Icatu, Igarapé Grande, Itapecuru Mirim, Itinga do Maranhão, Joselândia, Lago da Pedra, Lago do Junco, Lago dos Rodrigues, Lima Campos, Loreto, Magalhães de Almeida, Mata Roma, Matinha, Matões, Matões do Norte, Milagres do Maranhão, Mirador, Miranda do Norte, Mirinzal, Morros, Nina Rodrigues, Nova Iorque, Nova Olinda do Maranhão, Olho D'Água das Cunhas, Paço do Lumiar, Palmeirândia, Paraibano, Parnarama, Passagem Franca, Paulo Ramos, Pedreiras, Penalva, Peri Mirim, Peritoró, Pindaré-Mirim, Pinheiros, Pirapemas, Poção de Pedras, Porto Rico do Maranhão, Presidente Dutra, Presidente Juscelino, Presidente Vargas, Primeira Cruz, Raposa, Riachão, Rosário, Santa Helena, Santa Inês, Santa Luzia, Santa Luzia do Paruá, Santa Quitéria do Maranhão, Santa Rita, Santo Antônio dos Lopes, São Benedito do Rio Preto, São Bento, São Bernardo, São Domingos do Azeitão, São Domingos do Maranhão, São Félix de Balsas, São João Batista, São João dos Patos, São José de Ribamar, São Luís, São Luís Gonzaga do Maranhão, São Mateus do Maranhão, São Vicente Ferrer, Timbiras, Timon, Trizidela do Vale, Tuntum, Turiaçu, Turilândia, Tutoia, Urbano Santos, Vargem Grande, Viana, Vitória do Mearim, Vitorino Freire, Zé Doca.
TV Difusora Sul – Imperatriz	Municípios do estado do Maranhão: Amarante, Açailândia, Buritirana, Campestre, Cidelândia, Davinópolis, Governador Edison Lobão, Imperatriz, João Lisboa, Lageado Novo, Montes Altos, Porto Franco, Ribamar Fiquene, São Francisco do Brejão, Senador La Roque, Sítio Novo do Maranhão, Vila Nova dos Martírios. Municípios do estado do Tocantins: Araguatins, Augustinópolis, Axixá, Buriti, Cachoeirinha, Carrasco Bonito, Esperantina, Itaguatins, Maurilândia, Praia Norte, São Bento, São Sebastião, São Miguel, Sampaio, Sítio Novo do Tocantins e Tocantinópolis.
TV Sinal Verde – Caxias	Caxias

Fonte: Área de Cobertura Difusora (2018).

Área de cobertura da TV Mirante no estado do Maranhão

Praça	Cidades da área de cobertura
TV Mirante de São Luís	<p>Água Doce do Maranhão, Alcântara, Amapá do Maranhão, Anajatuba, Anapurus, Apicum-Açu, Araguanã, Araióses, Axixá, Bacabeira, Bacuri, Bacurituba, Barreirinhas, Belágua, Bequimão, Boa Vista do Gurupi, Cachoeira Grande, Cajapió, Cajari, Cândido Mendes, Carutapera, Cedral, Central do Maranhão, Centro do Guilherme, Centro Novo do Maranhão, Cururupu, Godofredo Viana, Governador Newton Bello, Governador Nunes Freire, Guimarães, Humberto de Campos, Icatu, Itapecuru Mirim, Junco do Maranhão, Luís Domingues, Magalhães de Almeida, Maracaçumé, Maranhãozinho, Mata Roma, Matinha, Milagres do Maranhão, Mirinzal, Morros, Nina Rodrigues, Nova Olinda do Maranhão, Olinda Nova do Maranhão, Paço do Lumiar, Palmeirândia, Paulino Neves, Pedro do Rosário, Penalva, Peri Mirim, Porto Rico do Maranhão, Presidente Juscelino, Presidente Médici, Presidente Sarney, Presidente Vargas, Primeira Cruz, Raposa, Rosário, Santa Helena, Santa Luzia do Paruá, Santa Quitéria do Maranhão, Santa Rita, Santana do Maranhão, Santo Amaro do Maranhão, São Benedito do Rio Preto, São Bento, São Bernardo, São João Batista, São João do Carú, São José de Ribamar, São Luís, São Vicente Férrer, Serrano do Maranhão, Turiaçu, Turilândia, Tutóia, Urbano Santos, Viana e Zé Doca.</p>
TV Mirante Cocais	<p>Afonso Cunha, Aldeias Altas, Alto Alegre do Maranhão, Arari, Bacabal, Barão de Grajaú, Bela Vista do Maranhão, Benedito Leite, Bernardo do Mearim, Bom Lugar, Brejo, Brejo de Areia, Buriti, Buriti Bravo, Cantanhede, Capinzal do Norte, Caxias, Chapadinha, Codó, Coelho Neto, Colinas, Conceição do Lago-Açu, Coroatá, Dom Pedro, Duque Bacelar, Esperantinópolis, Fortuna, Gonçalves Dias, Governador Archer, Governador Eugênio, Governador Luiz Rocha, Graça Aranha, Igarapé do Meio, Igarapé Grande, Jatobá, Joselândia, Lago da Pedra, Lago do Junco, Lago dos Rodrigues, Lago Verde, Lagoa do Mato, Lagoa Grande do Maranhão, Lima Campos, Marajá do Sena, Matões, Matões do Norte, Miranda do Norte, Monção, Nova Iorque, Olho D'Água das Cunhãs, Paraibano, Parnarama, Passagem Franca, Pastos Bons, Paulo Ramos, Pedreiras, Peritoró, Pindaré Mirim, Pinheiro, Pio XII, Pirapemas, Poção de Pedras, Presidente Dutra, Santa Filomena do Maranhão, Santa Inês, Santo Antônio dos Lopes, São Domingos do Azeitão, São Domingos do Maranhão, São Francisco do Maranhão, São João do Sóter, São João dos Patos, São José dos Basílios, São Luís Gonzaga do Maranhão, São Mateus do Maranhão, São Raimundo do Doca Bezerra, São Roberto, Satubinha, Senador Alexandre Costa, Sucupira do Norte, Sucupira do Riachão, Timbiras, Timon, Trizidela do Vale, Tuntum, Vargem Grande, Vitória do Mearim e Vitorino Freire.</p>
TV Mirante de Imperatriz	<p>Açailândia, Altamira do Maranhão, Alto Alegre do Pindaré, Alto Parnaíba, Amarante do Maranhão, Arame, Barra do Corda, Bom Jardim, Bom Jesus das Selvas, Buriticupu, Buritirana, Campestre do Maranhão, Carolina, Cidelândia, Davinópolis, Estreito, Fernando Falcão, Formosa da Serra Negra, Fortaleza dos Nogueiras, Governador Edison Lobão, Grajaú, Imperatriz, Itaipava do Grajaú, Itinga do Maranhão, Jenipapo dos Vieiras, João Lisboa, Lajeado Novo, Loreto, Mirador, Montes Altos, Nova Colinas, Porto Franco, Riachão, Ribamar Fiquene, Sambaíba, Santa Luzia, São Félix</p>

	de Balsas, São Francisco do Brejão, São João do Paraíso, São Pedro da Água Branca, São Pedro dos Crentes, São Raimundo das Mangabeiras, Senador La Rocque, Sítio Novo, Tasso Fragoso, Tufilândia e Vila Nova dos Martírios.
TV Mirante de Balsas	Balsas.

Fonte: Atlas de Cobertura Rede Globo (2020).