
Por que uma emissora pública regional precisa de um telejornal nacional? O caso do “Brasil em Rede” (Rede Minas-MG)

Why does a regional public broadcaster need a national news broadcast? The case of “Brasil em Rede” (Rede Minas-MG)

Gustavo Teixeira de Faria Pereira e Iluska Maria da Silva Coutinho



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/cp/5096>

DOI: 10.4000/cp.5096

ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Edição impressa

ISBN: 2183-2269

ISSN: 16461479

Referência eletrónica

Gustavo Teixeira de Faria Pereira e Iluska Maria da Silva Coutinho, « Por que uma emissora pública regional precisa de um telejornal nacional? O caso do “Brasil em Rede” (Rede Minas-MG) », *Comunicação Pública* [Online], Vol.14 nº 27 | 2019, posto online no dia 13 dezembro 2019, consultado o 13 novembro 2020. URL : <http://journals.openedition.org/cp/5096> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cp.5096>

Este documento foi criado de forma automática no dia 13 novembro 2020.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

Por que uma emissora pública regional precisa de um telejornal nacional? O caso do “Brasil em Rede” (Rede Minas-MG)

Why does a regional public broadcaster need a national news broadcast? The case of “Brasil em Rede” (Rede Minas-MG)

Gustavo Teixeira de Faria Pereira e Iluska Maria da Silva Coutinho

NOTA DO EDITOR

Recebido: 3 de Setembro de 2019

Aceite para publicação: 28 de Setembro de 2019

Introdução: A importância da TV no Brasil

- 1 Ainda que a Internet venha emergindo cada vez mais como uma mídia alternativa e que a sua difusão entre os meios de comunicação só tenha crescido, a televisão ainda ocupa um papel determinante no Brasil. Em pesquisa realizada no último trimestre de 2016 e divulgada pelo IBGE, apenas 2,8% dos 69 milhões de domicílios no país não possuem televisão em casa. Além disso, foram registrados mais de 102 milhões de TVs em lares brasileiros.
- 2 Outra pesquisa realizada em 2016, a “Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 - Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira”¹, revelou que 63% dos entrevistados utilizam a televisão como primeira fonte de informação sobre o que acontece no Brasil e no mundo, enquanto apenas 26% dos entrevistados declararam que a internet é o primeiro lugar em que buscam informações. Na mesma pesquisa, quando questionados

sobre os dois meios de comunicação que mais utilizam para buscar informações, a TV alcançou 89% da preferência dos brasileiros, contra 49% da internet. Tal número vai além da difusão da TV nas casas dos brasileiros, mas diz respeito também à credibilidade que ela passa, bem como ao valor cultural da oralidade, muito presente no país.

- 3 A partir de estudos realizados no âmbito da Rede Telejor, a TV, e nela o telejornalismo, ocupa um papel central na vida dos brasileiros, já que “os telejornais são hoje a principal fonte de informação da sociedade brasileira: mais barata, mais cômoda e de fácil acesso” (Porcello, 2011, p. 43).
- 4 Dominique Wolton (1996), em livro intitulado *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*, discute a questão da televisão e sua inegável importância na sociedade, bem como o seu uso para variados mecanismos de poder, além de sua inegável relevância na criação de laços sociais.
- 5 No entanto, o autor destaca que a diferença do modelo brasileiro em relação ao modelo europeu está no papel da televisão privada, que dita os padrões e exerce predominância em comparação com a televisão pública.

Nela encontramos, com efeito, o sucesso e o papel nacional de uma grande televisão, assistida por todos os meios sociais, e que pela diversidade de seus programas constitui um poderoso fator de integração social. Ela contribui também para valorizar a identidade nacional, o que constitui uma das funções da televisão geralista (Wolton, 1996, p. 152).
- 6 Wolton (1996) destaca ainda que a televisão é uma mídia difícil de ser estudada e analisada, principalmente devido ao envolvimento quase intrínseco do cidadão com esse meio de comunicação, que torna mais árdua a tarefa de se distanciar da TV para conseguir estudá-la sem que algumas concepções já estabelecidas sobre essa mídia tenham influência.
- 7 Nesse sentido, o telejornal de caráter local ganharia importância e notoriedade no país por ser uma possibilidade a mais de criar narrativas que sejam cada vez mais próximas do público e que, portanto, consigam trazer de forma mais intimista a relação de identidade e de criação de laços com o telespectador.
- 8 No entanto, no presente artigo analisaremos uma terceira via de se fazer telejornalismo, que poderia eventualmente ser compreendida a partir do conflito nacional e local e busca fazer o caminho inverso do que é comumente reproduzido nas TVs brasileiras. Nestas, em geral, há uma cabeça de rede responsável pela programação nacional, enquanto apenas a programação local seria responsabilidade das emissoras afiliadas (locais) e se encaixaria como parte da grade, como forma de gerar identificação entre emissora e telespectador e de cumprir exigências legais.
- 9 O objeto empírico a ser analisado nesse artigo é o programa Brasil em Rede, que nasce em 2018 em uma emissora pública local, a Rede Minas, e tem uma proposta de, a partir de parcerias com outras emissoras públicas espalhadas pelo país, produzir um telejornal de caráter nacional. A partir dos dados apresentados e da análise empreendida, levanta-se a seguinte questão: a proposição do Brasil em Rede em uma emissora mineira tem relação com a falta de representação do estado de Minas Gerais por parte de outros telejornais de veiculação nacional?
- 10 Além disso, busca-se entender a proposta do programa como um outro lugar de fala, já que, mesmo estando no Sudeste do Brasil, o centro de emissão (Minas Gerais) encontra-se fora do eixo Rio-São Paulo-Brasília, e, portanto, teria uma maior possibilidade de

promover um conteúdo que seja diferenciado tanto do ponto de vista da representação de outros locais, aí dependendo da participação de emissoras parceiras, como também a partir de um outro olhar sobre a questão da mineiridade e do ser mineiro.

A TV fora da TV

- 11 Para além de se constituir como um meio de comunicação, a Internet possibilitou também uma maior difusão dos conteúdos de meios já consolidados, já que permite a utilização de todos os tipos de linguagens, bem como torna possível a utilização do ambiente da *web* como um novo formato para se consumir o conteúdo.
- 12 Nesse sentido, a Internet tem se tornado cada vez mais um espaço de repositório dos conteúdos audiovisuais, seja por meio dos próprios *sites* das emissoras, ou mesmo via YouTube, já que agora é possível assistir às matérias dos telejornais sem ser no momento exato da grade de programação, e ainda existe a possibilidade de o público interagir com a narrativa, bem como uma maior repercussão do conteúdo, por meio das curtidas ou *likes*, e compartilhamentos em redes sociais.
- 13 Paulo Eduardo Cajazeira (2015) destaca que o perfil do público de TV é bastante diverso no Brasil, e isso é reflexo do modelo de televisão aberta gratuita estabelecido no país. O autor ressalta ainda que o modo de assistir televisão tem mudado, principalmente com o aparecimento da Internet, que cria um modelo de “telejornalismo *online*” em que é possível arquivar informações, e com isso o público tem acesso aos conteúdos mesmo se não conseguir acompanhar a grade de programação das emissoras. “A internet mudou o comportamento dos indivíduos em várias esferas, entre elas, a hora e o local de consumo de notícias. De certa forma, dá-se o «poder de escolha» ao usuário, que, nesse novo modelo, passa a não ser mais refém da programação fixa do canal de TV” (Cajazeira, 2015, p. 198).
- 14 Ainda sobre a apropriação da Internet por parte de emissoras de televisão, Edna de Mello Silva e Yago Modesto Alves (2016) afirmam que ocorreram três fases desse telejornalismo pós-Internet: a transpositiva “ocorre quando as emissoras de televisão lançam os portais na web a partir dos anos 2000 e começam a articular o conteúdo dos programas jornalísticos em sites, além de oferecer o acesso aos vídeos dos telejornais (na íntegra – para assinantes) para os seus espectadores” (Silva & Alves, 2016, p. 5); a hipermediática “ocorre quando as emissoras de televisão passam a transmitir seus telejornais simultaneamente na televisão e na internet, em tempo real, fazendo uso da convergência entre suportes diferentes com características complementares ou da disseminação de um mesmo produto em várias plataformas” (Silva & Alves, 2016, p. 5); e a expandida “ocorre quando os telejornais passam a criar conteúdos, exclusivos ou não, para outras plataformas, sejam redes sociais ou aplicativos, de forma a expandir os conteúdos jornalísticos para novos formatos” (Silva & Alves, 2016, p. 5).
- 15 E é a partir da apropriação dessas fases do telejornalismo na Internet que se mudam os modos de assistir televisão, bem como se ampliam as possibilidades de um conteúdo regional chegar a um público cada vez maior, não mais se limitando à sua região, mas se tornando um conteúdo global.
- 16 Além disso, muitos telejornais têm utilizado a Internet como um espaço a mais para a difusão de seus conteúdos, na medida em que na *web* não se encontram limitações geográficas de sinais de transmissão. Isto possibilita, por exemplo, que o Brasil em

Rede, telejornal de uma emissora regional, a Rede Minas, tenha um maior potencial de expansão e visualização de seu conteúdo a nível nacional e mundial, criando novas janelas para que um telejornal nacional seja produzido por uma emissora que sequer alcança todo o espectro radioelétrico do estado de Minas Gerais.

Conflito Local X Nacional

- 17 Para entendermos essa relação de local e nacional, dois conceitos emergem como essenciais nesse percurso: o conceito de identidade, que seria um conjunto de características que tem como objetivo produzir narrativas que aproximam grupos, e o conceito de representação, que vai além da identidade por possibilitar que o indivíduo esteja inserido na narrativa audiovisual, ou seja, se sinta parte dela.
- 18 Uma primeira observação conceitual sobre identidade ocorre a partir dos Estudos Culturais, podendo ocorrer em três dimensões: simbólica-cultural, social e psíquica. Estas dimensões são compostas de características intrínsecas ao cidadão, por meio da linguagem e de sistemas simbólicos, por exemplo, a partir da questão geográfica, já que o local onde nascemos carregaria por si só uma identidade própria, e também por meio da questão cultural e de escolhas adquiridas ao longo do tempo, que vão igualmente compor seu conjunto de ideais e serão determinantes na construção de sua identidade. “A afirmação da identidade e a enunciação da diferença traduzem o desejo dos diferentes grupos sociais, assimetricamente situados, de garantir o acesso privilegiado aos bens sociais” (Silva, 2005, p. 81).
- 19 Hall (1996) aponta para dois caminhos para se pensar a identidade, partindo o primeiro de uma cultura partilhada por um grupo ou sociedade que se conecta por fatores históricos ou por experiências culturais em comum:

Pelos termos desta definição, nossas identidades culturais refletem as experiências históricas em comum e os códigos culturais partilhados que nos fornecem, a nós, como um “povo uno” quadros de referência e sentidos estáveis, contínuos, imutáveis por sob as divisões cambiantes e vicissitudes de nossa história real (Hall, 1996, p. 68).
- 20 O segundo caminho é uma identidade que se constrói justamente a partir da diferença e de experiências de ruptura com tradições e fatores históricos que, apesar de serem carregados pelo cidadão, são deixados de lado para que outros costumes e laços identitários se desenvolvam. “As identidades culturais não provêm de alguma parte, têm histórias. Mas como tudo o que é histórico, sofrem transformações constantes” (Hall, 1996, p. 69).
- 21 Por sua vez, Peter L. Berger e Thomas Luckman (1985) abordam o conceito de identidade ligada à questão geográfica, sendo construídas tanto por fatores coletivos, como também individuais, fruto do repertório cultural de cada cidadão, o que resulta em diferentes tipos de identidade para cada pessoa.

A identidade é evidentemente um elemento-chave da realidade subjetiva, e tal como toda realidade subjetiva, acha-se em relação dialética com a sociedade. A identidade é formada por processos sociais. Uma vez cristalizada, é mantida, modificada, ou mesmo remodelada pelas relações sociais. Os processos sociais implicados na formação e conservação da identidade são determinados pela estrutura social (Berger & Luckman, 1985, p. 228).
- 22 Já Sawaia (1999) afirma que a identidade pode ser compreendida a partir dos vários processos de identificação do ser humano que pode ocorrer por meio de um

reconhecimento do que cada um julga relevante e próximo, o que gera um sentimento de pertença, ou a partir do que é diferente, e por isso gera admiração e curiosidade em conhecer e também se sentir parte de algo que é novo.

23 Nessa perspectiva, a identidade pode ser tanto individual, se referindo exclusivamente ao cidadão e às suas apropriações culturais, gostos e interesses, como coletiva, versando sobre uma sociedade, sobre pessoas que dividem o mesmo território ou através de grupos que partilham de interesses comuns e por isso acabam gerando identificação entre eles, ainda que em localidades diferentes.

24 Aproximando as discussões identitárias do universo do telejornalismo, Iluska Coutinho (2012) observou que os telejornais têm buscado cada vez mais se aproximar do cidadão, ou seja, tentam afetá-los em suas narrativas, e assim gerar uma identificação e representação do seu público em suas matérias. Com isso, os telejornais têm utilizado uma espécie de contação de história da vida real, com começo, meio e fim, enredo e principalmente personagens, que seria justamente onde ocorreria a maior aproximação com o público.

Assim, o que os telespectadores acompanham nos telejornais é uma soma de pequenas tentativas de repetição de alguns fatos, amarrados pelos textos de repórteres e apresentadores, uma “imitação da ação” ou das ações humanas, tal como a definição de Aristóteles para a palavra drama. O sentido de “imitação” tal como proposto pelo filósofo abrange o de representação, no caso, de um conflito que se desenvolveria, sempre com a busca de sua resolução, através das ações dos personagens da estória, da narrativa (Coutinho, 2012, p. 198-199).

25 Essa aproximação com o público por meio das histórias da vida real tem o objetivo principal de gerar uma empatia entre produtor de conteúdos e cidadão, que passaria a ser representado na figura das personagens, que passam pelos mesmos problemas e que têm características que levam o grande público a identificar-se com elas.

26 No âmbito desse texto as questões de identidade e representação serão relacionadas com o conceito de mineiridade, que seria as várias formas de a mídia trazer a perspectiva do mineiro para as narrativas, bem como suas qualidades, suas atitudes e seus jeitos de ser como fonte de tensionamento entre local e nacional. Simone Maria Rocha trabalha desde 2001 com a questão da mineiridade, quando defendeu sua tese de doutorado, intitulada: *Mineiridade em Questão: do discurso mítico ao discurso midiático*. A autora aponta que há duas formas de se identificar a mineiridade: a primeira é a partir da formação de identidades, que se dá pela ideia de nação, região e sentimentos de pertença; e a outra é a partir da imagem do mineiro que é construída pela mídia, muitas vezes com um tom humorístico e com uma imagem estereotipada.

27 Simone Rocha (2003) ressalta que, apesar de Minas Gerais ter a influência cultural de outros estados, existem características que reforçam um sentimento de mineiridade que é motivo de orgulho do mineiro por onde quer que ele vá. Em sua pesquisa de campo, a autora identificou que até mesmo o conteúdo midiático produzido sobre o “mineiro puro”, que seria aquele ligado a tradições rurais e do período colonial, mesmo que de forma estereotipada, ajudou em alguma medida na legitimação da mineiridade.

Mas, a força do discurso da “mineiridade” faz-se presente e vem até mesmo da televisão, o que é um fato curioso. Quando fazíamos as sessões de vídeo, embora tenha havido alguma exceção, a maioria das pessoas confirma que as personagens representam “o mineiro” de alguma forma. Em alguns casos eles alegaram a ridicularização, em outros consideram apenas o mineiro da zona o rural, o “mineiro puro”, mas em geral, pudemos perceber que o estereótipo atua num plano

comunicacional de maneira positiva. Ele confirma alguns valores, alguns traços que já fazem parte do imaginário social (Rocha, 2003, p. 11).

- 28 Também Liana Maria Reis (2007) busca entender a mineiridade a partir da forte ligação do mineiro com suas origens (geograficamente falando) e características, o que acaba por gerar um sentimento de pertencimento muito forte entre quem nasce em Minas Gerais, identificando-se em geral com algumas características da mineiridade que são reconhecidas nacionalmente: ser um povo acolhedor, que come quieto e que está sempre desconfiado. A autora rechaça que a concepção de mineiridade seja um mito, como apontado por alguns autores, e destaca que ela é uma construção baseada na história, principalmente por uma elite política, e é por isso que deve ser estudada a partir da identidade do que é ser mineiro.

A questão central, entretanto, parece-me ser a reflexão de que a mineiridade foi e continua sendo construída como elemento de identidade regional, mas, principalmente, como ideologia. Ou seja, se podemos falar que as identidades-ideias de pertencimento- são plurais e dinâmicas, originadas das características peculiares da formação e vivência históricas (e aí, portanto, as várias comunidades possuem suas particularidades locais e regionais e, nessa medida, lembram e comemoram os fatos mais marcantes e significativos vividos coletivamente) de cada sociedade ou grupo social, a mineiridade é uma dentre tantas outras identidades, considerando o Brasil como um todo ou internamente, no próprio Estado de Minas Gerais (Reis, 2007, p. 90).

- 29 No entanto, apesar de o sentimento de mineiridade já ser algo conhecido e reconhecido nacionalmente, não é comum que o estado de Minas Gerais tenha espaço nos principais telejornais de rede nacional, mesmo sendo o estado com mais cidades do Brasil, e um dos estados com maior extensão territorial. Apesar de estar no Sudeste, Minas Gerais acaba sendo preterido muitas vezes pelo eixo Rio-São Paulo, que concentra parte significativa do poderio político e econômico do país, e pelo Distrito Federal, mais especificamente Brasília, que concentra os principais órgãos dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.
- 30 Com isso, o estado de Minas Gerais, e principalmente a mineiridade, acaba ficando em segundo plano, e o mineiro muitas das vezes não se vê representado na mídia nacional.

Por que é necessário um Telejornal Nacional em uma Emissora Regional?

- 31 A análise parte do silenciamento de diversos segmentos da sociedade, seja esse silenciamento geográfico, seja mesmo cultural e social, o que gera uma necessidade de representação, associada à concentração das redações dos principais telejornais nacionais nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília.
- 32 Nesse sentido buscaremos investigar se as várias formas que o mineiro é representado nos telejornais nacionais acabam por criar um sentimento único de mineiridade (forma identitária que pessoas nascidas no estado de Minas Gerais ou com relações diretas com este apresentam) ou se são representadas várias formas de identificação dos mineiros.
- 33 Para tal, utilizamos a análise da Materialidade Audiovisual, metodologia proposta por Iluska Coutinho (2016), que tem na unidade “texto + som + imagem + tempo + edição” (Coutinho, 2016, p. 10) uma possibilidade de investigação dos conteúdos audiovisuais.

- 34 Coutinho (2016) explica que o primeiro passo é o mapeamento do produto audiovisual em questão e que depois ocorre um diálogo entre objeto de pesquisa e referenciais teóricos utilizados. Após seguir esses passos, definem-se os eixos de avaliação, observando o objeto de pesquisa, e por último monta-se a ficha de análise.
- Por se caracterizar como um método quali-quantitativo a análise da materialidade audiovisual pode incluir itens de avaliação previamente identificados pelo autor, com categorias definidas à priori, como aquelas relacionadas à temática; caracterização das fontes de informação (governo, oposição, iniciativa privada, especialista, cidadão); presença ou não de pontos de vista conflituais, de inserção de arte, entre outros (Coutinho, 2016, p. 11 e 12).
- 35 Inicialmente realizamos um levantamento de matérias realizadas em Minas Gerais ou tendo como foco esse estado a partir de um recorte estabelecido de duas semanas: a primeira na semana da Páscoa, de 26 de março a 1 de abril de 2018, por ser uma semana em que a mineiridade teria uma maior potencialidade de aparecer, principalmente devido à tradição religiosa histórica do estado, ligado ao catolicismo, e a segunda na mesma semana do mês seguinte, de 23 a 29 de abril, tomada como semana controle, a fim de observarmos a presença ou não do mineiro nas narrativas dos telejornais, sem que haja algum tipo de data especial que remeta ao estado.
- 36 Nesse primeiro levantamento foram tomados como recortes empíricos o Jornal Nacional, da Rede Globo, o telejornal mais antigo e de maior audiência entre as emissoras brasileiras, e o Repórter Brasil, o principal telejornal nacional da TV Brasil, emissora pública, já que assim poderíamos ter uma ideia sobre a presença ou não do mineiro na narrativa.
- 37 No Jornal Nacional, foram contabilizadas 214 matérias nos períodos analisados e, dentre elas, apenas oito fazem referência ao estado de Minas Gerais ou a alguma personagem mineira. Essas materialidades audiovisuais identificadas estiveram distribuídas entre as editorias de justiça, com seis inserções, com destaque para uma notícia sobre a Samarco (barragem que rompeu e causou grande estrago para a população que vivia no local), três sobre o político Eduardo Azeredo², uma sobre o governador Pimentel³, e outra sobre o senador de Minas Gerais, Aécio Neves⁴.
- 38 Além disso, foram identificados uma matéria da editoria de polícia, sobre um acidente com mortes; e ainda uma sobre clima, referente ao cancelamento de uma operação do Ibama na Zona da Mata Mineira.
- 39 No outro telejornal analisado, o Repórter Brasil, foram contabilizadas 117 matérias, enquanto apenas três delas tinham o estado de Minas Gerais ou uma personagem mineira como importantes na narrativa audiovisual; uma notícia da editoria de polícia, exibida no dia 28 de março, sobre uma investigação de tráfico de bebês⁵; uma de cultura, veiculada no dia 29 de março, sobre a tradição de tapetes na Páscoa, em Ouro Preto⁶; e outra de política, que integrou a edição de 26 de abril, sobre uma abertura de *impeachment* contra o governador Fernando Pimentel⁷.
- 40 A partir da constatação do pequeno espaço e da quase ausência do mineiro, em sua diversidade, das muitas Minas Gerais existentes nas narrativas do Jornal Nacional e do Repórter Brasil, evidencia-se a demanda acerca de um espaço telejornalístico em que o mineiro possa ser representado nas narrativas audiovisuais.
- 41 Uma possível alternativa percebida como eventual resposta a essa carência foi o Brasil em Rede, programa da Rede Minas, emissora pública de caráter regional, que em

dezembro de 2017 lançou o primeiro telejornal em cadeia nacional produzido em Minas Gerais.

- 42 O telejornal foi transmitido entre os dias 11 de dezembro de 2017 e 3 de janeiro de 2019 e pode ser observado como uma experiência pioneira de um produto jornalístico de caráter nacional que foi produzido fora do eixo Rio-São Paulo-Brasília e que tinha na Internet sua principal fonte de expansão de conteúdo, além de se valer de parcerias com outras emissoras regionais para que pudesse construir um telejornal de fato nacional.

Primeiro telejornal de notícias nacionais produzidas em MG com cobertura dos fatos de maior impacto em todo o Brasil. Direto da nova e moderna newsroom, conteúdos diferenciados e com credibilidade sobre economia, política, saúde, prestação de serviços e cultura. Colaborativo, conta com a parceria de emissoras de todas as regiões do país. Jornalismo com mais tecnologia e comunicação pública fortalecida (*Site da Rede Minas, 2018*).

- 43 Esse sistema de parcerias só é possível no telejornalismo público, já que o comercial se constitui de emissoras afiliadas que são subordinadas às emissoras sede ou cabeças de rede.
- 44 Nesse sentido, não há pluralidade nem diversidade de vozes, manifestações culturais, sotaques, entre outros elementos que marcam o local, ainda que exibido de forma nacional, como ocorreu no Brasil em Rede.
- 45 Apresentado por Raquel Capanema e Luciano Correia, o telejornal era exibido pela Rede Minas de segunda a sábado, às 20:15, com duração de 30 minutos. Por ser uma emissora regional, possui uma limitação de sinal, não sendo possível a transmissão em nível nacional por meio do espectro radioelétrico. No entanto, o Brasil em Rede transmite ao vivo toda sua programação em seu *site*⁸, e é possível baixar o aplicativo do Brasil em Rede na Google Play Store. Além disso, os programas na íntegra estão disponíveis no canal do Brasil em Rede no YouTube⁹, local de onde foram retirados os materiais na pesquisa documental que possibilitou a análise apresentada a seguir.
- 46 A partir da proposta do Brasil em Rede, que parte de uma geração e de um cenário locais para abordar o nacional, e considerando que a Rede Minas é uma emissora pública regional, a tendência natural seria a de que o estado de Minas Gerais tivesse um maior espaço no telejornal, ainda que a proposta do programa seja de parcerias com exibição de conteúdos que cheguem de emissoras de outras localidades.
- 47 Para realização dessa análise, de viés comparativo, o período de análise escolhido foi o mesmo do levantamento anterior, realizado no Jornal Nacional e no Repórter Brasil: a semana da Páscoa, de 26 de março a 1 de abril de 2018, e a última semana do mês seguinte, de 23 a 29 de abril. Os períodos, conforme explicitado anteriormente, permitiriam uma amostragem em que a mineiridade poderia aparecer em maior evidência, caso da semana da Páscoa, servindo a mesma semana do mês posterior para investigarmos se houve ou não uma diferença discrepante na presença de matérias que remetessem ao estado de Minas Gerais.
- 48 A análise se dá em dois momentos distintos: um, primeiro, de investigação acerca da presença ou não do estado de Minas Gerais ou de alguma personagem mineira nas matérias; e outro, depois, de análise acerca da identidade e da representação do mineiro nas narrativas do Brasil em Rede, em que há a presença do mineiro no conteúdo audiovisual.

- 49 Nesse primeiro levantamento realizado, foram contabilizadas 141 matérias somando as duas semanas de análise, com exceção do dia 27 de março de 2018, em que não foi encontrado o material no YouTube, repositório em que se realizou a busca documental dos materiais para realização das análises. Do universo total de matérias, 16 colocam o estado de Minas Gerais em evidência, seja com conteúdo sobre o estado, seja por meio da apresentação de alguma personagem identificada como mineira. Além disso, observou-se que grande parte das matérias trata de temáticas nacionais, ou até mesmo internacionais, principalmente por meio de conteúdos sobre tempo, gols das rodadas dos estaduais e sobre política e economia.
- 50 Mesmo que o número de matérias em que o estado de Minas Gerais aparece não seja tão significativo (correspondendo a 11,35% do total de reportagens veiculadas), este tem aqui uma maior presença em comparação com os conteúdos do Jornal Nacional e do Repórter Brasil. Observa-se ainda um esforço da emissora para, sempre que possível, trazer matérias nacionais e até mesmo internacionais para o contexto mineiro, além de investir em “povo fala” realizados na capital mineira, Belo Horizonte, e na apresentação de entrevistados que estejam em Minas Gerais, sejam especialistas, sejam apenas personagens, aumentando assim a mineiridade das fontes.
- 51 Nesse sentido, foi possível identificar nove matérias em que o estado de Minas Gerais não está em evidência, mas nas quais o programa buscar trazer os conteúdos para a realidade mineira, seja com dados que transmitam o contexto mineiro, seja buscando ouvir fontes que sejam mineiras e tenham alguma identificação com o assunto em questão, como por exemplo no dia 23 de abril¹⁰. Nessa edição, ao tratar de um caso de racismo na Espanha, o Brasil em Rede busca trazer o episódio para o contexto mineiro, ouvindo uma cientista política negra e indo até um colégio de Belo Horizonte em que são entrevistados alunos e professores, abordando o racismo como um problema conjuntural da sociedade, também em Minas.
- 52 Dentre as matérias especificamente sobre o Estado, elas foram divididas entre diversas editorias, sendo: quatro matérias de economia, como nas matérias sobre a regulamentação dos aplicativos de transporte e colecionadores de álbuns da Copa, em que, apesar de serem conteúdos nacionais, há uma contextualização para a realidade mineira; quatro sobre justiça relacionada com política, com duas matérias sobre a condenação de Eduardo Azeredo e uma sobre o depoimento de Aécio Neves à Polícia Federal; três de segurança pública, como na notícia sobre um atleta francês desaparecido na Serra da Mantiqueira; duas sobre religião, ligadas à semana da Páscoa; uma de polícia, na matéria sobre protestos em Belo Horizonte; e uma sobre esportes eletrônicos, em uma matéria sobre o fato de Belo Horizonte ir receber um campeonato nacional da modalidade.
- 53 Dessas 16 matérias, foram estabelecidos três eixos de análise que norteariam questões e diálogos teóricos propostos nesse artigo: identidade, representação e representatividade.
- 54 Observou-se que 14 das reportagens analisadas apenas traziam matérias para o contexto mineiro ou falavam de personagens ligadas ao estado de Minas Gerais, mas em um contexto nacional. Nessas, em nenhuma das quatro matérias sobre política foi possível sequer a identificação com características mineiras, até porque abordaram casos individualizados de corrupção e, nas outras dez matérias, foi possível encontrar uma certa identificação com a mineiridade, principalmente devido à contextualização

dos conteúdos com a realidade mineira. Registra-se, contudo, o baixo poder de representação do sentimento do que é ser mineiro, ou das mineiridades possíveis.

- 55 Por outro lado, em duas matérias, justamente sobre a semana da Páscoa, uma exibida no dia 30 e outra no dia 31 de março, que trataram da sexta-feira da Paixão¹¹ e do Sábado de Aleluia¹², respectivamente, foi possível observar características tipicamente mineiras em toda a construção do material. Nesse caso, ambas as matérias se desenrolam em ambientes bem marcantes para a cultura mineira – igrejas católicas em estilo colonial que têm como cenário ruas e casas que remetem ao imaginário da mineiridade do interior do estado. Nas duas matérias é possível notar a religiosidade católica, que é um traço muito marcante do "ser mineiro". Há ainda a valorização desses espaços como patrimônio cultural e turístico, já que são entrevistados não apenas líderes religiosos e fiéis, como também pessoas que vieram de outros estados do Brasil para visitarem as cidades mineiras no período da Semana Santa.
- 56 Diferentemente das outras dez matérias, em que há apenas uma identificação da mineiridade, nos conteúdos relacionados com a Semana Santa é possível encontrar ainda características bem marcantes que representam o que é ser mineiro. Ainda que remetendo ao modelo estereotipado do imaginário de uma mineiridade de interior, há a narrativa do mineiro e de sua ligação muito forte com a religião católica, muito por conta das belas igrejas coloniais, que acabam sendo representativas na questão da única forma de mineiridade que emerge das narrativas do telejornal.

Considerações Finais

- 57 Uma primeira consideração a ser feita a partir da discussão proposta é que o telejornalismo brasileiro tem estado cada vez mais fora da tela da TV, já que o ambiente *web* se constitui como um espaço mais amplo e não está diretamente relacionado com questões territoriais e mesmo técnicas, uma vez que é diferente do espectro radioelétrico, em que são propagadas as ondas da televisão; na Internet é necessária apenas a conexão para que se consumam todos os conteúdos disponíveis na rede, sem nenhum tipo de limitação territorial, tornando todos os conteúdos ao mesmo tempo locais e globais.
- 58 Tomando por base a investigação do Brasil em Rede, observamos que o telejornal só consegue se constituir como um telejornal nacional por meio de narrativas de outros locais do Brasil, revelando a importância da Internet como espaço de propagação desses materiais para além do estado de Minas Gerais, o que o tornaria, de fato, nacional, ou até mesmo global, já que ele pode ser consumido por qualquer usuário do ambiente *web*.
- 59 Mas, ao mesmo tempo, o telejornal ser produzido e veiculado em uma emissora de TV também se revela positivo, na medida em que a televisão é o principal meio de comunicação de massa e possui um valor-notícia e uma credibilidade ainda maiores para o público do que se esse telejornal fosse produzido exclusivamente no ambiente digital.
- 60 Nesse sentido, a ideia das parcerias com emissoras de outros estados e regiões do Brasil se faz ainda mais importante para a construção de conteúdos mais representativos e passíveis de gerar um sentimento de pertencimento e uma relação identitária entre esse telejornal e os cidadãos que o consomem.

- 61 Além disso, a ideia de se produzir um telejornal de caráter nacional em uma emissora pública regional mineira tem se apresentado como uma iniciativa (e também alternativa) muito interessante, já que, ao mesmo tempo que o telejornal busca uma representação mais brasileira e nacional, representando mais localidades, bem como seus discursos e traços culturais, sociais e regionais, a questão da mineiridade também acaba ganhando maior destaque, seja pelo maior número de conteúdos relacionados aos mineiros, seja pela busca por trazer matérias que são de impacto nacional, mas a partir da ótica mineira.
- 62 A partir desse olhar, foi possível observar que o Brasil em Rede busca fugir um pouco do eixo Rio-São Paulo-Brasília, trazendo matérias de emissoras parceiras de estados como Sergipe (região Nordeste do Brasil), Amazonas (região Norte) e Tocantins (região Centro-Oeste) e até mesmo conteúdos internacionais. E essas parcerias se mostram importantes para a construção dos telejornais, principalmente por darem mais espaço para as regiões e localidades, que normalmente acabam silenciadas na mídia hegemônica, além de expandirem também a cobertura do estado de Minas Gerais.
- 63 Além disso, essa proposta de promoção de um telejornal nacional em uma emissora regional se configura como um importante movimento para pensarmos no conflito local x nacional, já que temos a ação da globalização e do enfraquecimento de fronteiras, representada pela Internet, em que os conteúdos circulam livremente pelo ambiente *web*, independentemente de localidade, nacionalidade e língua, e também a revalorização do local ou dos locais, na medida em que, ao se propor um telejornal nacional a partir de produções locais ou regionais, o Brasil em Rede revela a importância de se representar os vários “Brasil” existentes no território brasileiro, assim como a grande diversidade social, cultural e regional presente no país de dimensões continentais.
- 64 A partir dessa potencialidade de o Brasil em Rede se propor nacional, ainda que com limitações do espectro radioelétrico, o ambiente *web* ganha importância como a principal forma de propagação e divulgação dos conteúdos do telejornal, devido a sua transmissão ao vivo para todo o mundo no *site* da Rede Minas ou YouTube, ou ainda por meio de interações (curtidas, comentários e compartilhamentos) nas redes sociais digitais.
- 65 Com isso, o Brasil em Rede consegue ampliar a pluralidade de vozes e a diversidade cultural, social e regional, já que, ao dar espaço para conteúdos que até então não tinham voz em telejornais nacionais, possibilita ao espectador conhecer novas realidades e também se sentir mais próximo desses conteúdos e representado por eles.
- 66 Nesse sentido, o Brasil em Rede vem se revelando como uma possibilidade a mais para a complementaridade de conteúdos, que é um compromisso das emissoras públicas em relação com as emissoras comerciais, já que tem buscado produzir uma maior diversificação geográfica, temática e de fontes.
- 67 No entanto, o Brasil em Rede, ao representar os mineiros, acaba criando apenas uma representação de mineiridade, sendo que o estado de Minas Gerais possui várias identidades e formas de estas serem representadas. Por ser uma emissora local, uma das potencialidades do programa seria a de tratar as identidades mineiras com maior proximidade, observando até mesmo as diferenças entre as representações sobre o que é ser mineiro.

- 68 Por fim, compreendemos que a proposta do Brasil em Rede se dá na busca de construir outros lugares de fala que vão além do eixo Rio de Janeiro-São Paulo e Brasília, ainda que esses outros lugares falem de forma local. Com isso, a proposta de se constituir como um telejornal nacional acaba ocorrendo muito mais a partir da perspectiva de trazer narrativas que até então eram silenciadas pelas emissoras comerciais, dando a elas espaço capaz de gerar maior identificação do público e das várias localidades e realidades presentes nessas narrativas.
- 69 Nesse sentido, ainda que Minas Gerais seja o lugar de segurança e de maior repercussão do Brasil em Rede, até mesmo por uma questão logística e de facilidade de produção de mais conteúdos, há uma busca por se criar um nacional juntando os vários conteúdos locais ou regionais, que, mesmo com os seus traços culturais específicos, podem trazer assuntos que tenham caráter nacional e possam ser relevantes, não para uma localidade apenas, mas, sim, para os brasileiros de forma geral.
-

BIBLIOGRAFIA

- Berger, P. L., & Luckman, T. (1985). *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. Tradução de Floriano de Souza Fernandes. Petrópolis, Brasil: Vozes.
- Cajazeira, P. E. (2015). *A participação no Jornalismo em TV: do analógico ao digital. Telejornal e praça pública: 65 anos de telejornalismo*, (pp. 181-206). Coleção Jornalismo Audiovisual. V.4. Florianópolis, Brasil: Insular.
- Coutinho, I. (2016). O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. In: *Anais XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, SP. Anais eletrônicos...* São Paulo, Brasil: USP. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>> [Consult. em 10 de julho de 2018].
- Coutinho, I. (2012). *Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG*. Rio de Janeiro, Brasil: Mauad X.
- Hall, S. (1996). Identidade cultural e diáspora. *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional* (pp. 68-75). Rio de Janeiro, Brasil IPHAN.
- Porcello, F. A. C. (2011). Desafios, limites e possibilidades da Rede de pesquisadores em Jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 7(2), pp. 43-57. Disponível em: <<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Artigo%20rede%20telejor.pdf>> [Consult. em 15 de julho de 2018].
- Reis, L. M. (2007). Mineiridade: identidade regional e ideologia. *Cadernos de História, Belo Horizonte*, 9(11), 89-97..
- Rocha, S. M. (2003). Identidade Regional, Produção e Recepção: A “Mineiridade” na Televisão. In: *Congresso Nacional De Pós-Graduação Em Comunicação - Compós, 12 Recife, PE, Brasil*. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1026.PDF> [Consult. em 13 de junho de 2018].
- Sawaia, B. B. (1999). Comunidade como ética e estética da existência: uma reflexão mediada pelo conceito de identidade. *Psyke*. 8 (1), 19-25.
-

Secom, Secretaria de Comunicação da Presidência da República. (2016). *Pesquisa Brasileira de Mídia (PMB 2016)*. Disponível em: <<http://pesquisademidia.gov.br/#/Geral/details-917>> [Consult. em 15 de julho de 2018].

Silva, E. M. & Alves, Y. M.. (2016). *Telejornalismo Expandido: A Apropriação de Redes Sociais e Aplicativos pelo Jornalismo Televisivo*. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2503-1.pdf>> [Consult. em 16 de julho de 2018].

Silva, T. T., Hall, S. & Woodward, K. (2000). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, Rio de Janeiro, Brasil: Vozes.

Wolton, D. (1996). *Elogio do Grande Público: uma teoria crítica da televisão*. Tradução de José Rubens Siqueira, Série Temas, vol. 52. São Paulo, Brasil: Editora Ática.

NOTAS

1. A partir de dados disponíveis em <http://pesquisademidia.gov.br/>, a PBM 2016 entrevistou 15050 brasileiros sobre quais os meios de comunicação que eles mais utilizam para se informar.
2. Ex-governador de Minas Gerais pelo PSDB, e que vinha sendo julgado pelo mensalão tucano.
3. Deputados Estaduais abriram um pedido de *impeachment* para Fernando Pimentel. Porém esse pedido não foi aceito pela Assembleia de Minas.
4. Deu depoimento à Polícia Federal sobre uma investigação ao presidente Michel Temer.
5. Disponível em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/reporter-brasil/2018/03/policia-de-minas-gerais-investiga-possivel-rede-de-traffic-de-bebes>.
6. Disponível em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/reporter-brasil/2018/03/em-ouro-preto-tradicao-dos-tapetes-devocionais-e-marca-da-pascoa>.
7. Disponível em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/reporter-brasil/2018/04/assembleia-de-mg-autoriza-abertura-de-impeachment-contra-pimentel>.
8. Disponível em: <http://redeminas.tv/>.
9. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCPELzgMjUvH4Infg00VI5Dw>.
10. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZSzhpvTdTE>.
11. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=T1eVqBezSXI>.
12. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=G6Bw-V6LLSc>.

RESUMOS

Com o fenômeno da globalização, as sociedades têm se tornado cada vez mais abertas e a mídia cada vez mais mundial e (inter)nacional. No entanto, no caminho contrário temos a comunicação de caráter local, que novamente vem ganhando força, principalmente a partir da necessidade cada vez maior do cidadão regional ou local de se sentir representado nas narrativas construídas. Nesse sentido, temos o conceito de mineiridade como relevante para entendermos a identidade mineira, que é reconhecida nacionalmente, mas muitas das vezes acaba silenciada na mídia de veiculação nacional, por não ser o Estado uma potência nem política nem econômica, apesar de ser aquele com maior número de cidades do país. A partir dessa tensão, o objetivo desse artigo é

analisar o recém-implantado telejornal Brasil em Rede, buscando entender porquê uma emissora regional (Rede Minas) produz e veicula um telejornal de caráter nacional.

With the phenomenon of globalization, societies have become increasingly open and the media increasingly worldwide and (inter)national. However, in the opposite way we have the communication of local character, which again comes gaining momentum, mainly from the ever-increasing need of the regional or local citizen to feel represented in the built narratives. In this sense, we have the concept of minerity as relevant to understand the mining identity, which is nationally recognized, but often ends up silted in the media of national broadcasting, since the state is not one a politic or economic power, despite being the one with the largest number of cities in the country. Based on this tension, the objective of this article is to analyze the newly implemented network television news in Brazil, seeking to understand why a regional broadcaster (Rede Minas) produces and carries a national news broadcast.

ÍNDICE

Keywords: public telejournalism, local telejournalism, representation, Brasil em rede, audiovisual materiality

Palavras-chave: telejornalismo público, telejornalismo local, representação, Brasil em rede, materialidade audiovisual

AUTORES

GUSTAVO TEIXEIRA DE FARIA PEREIRA

Universidade Federal de Juiz de Fora
gustavo_tfp@yahoo.com.br

ILUSKA MARIA DA SILVA COUTINHO

Universidade Federal de Juiz de Fora
iluskac@globo.com