

# Novos fluxos comunicacionais no telejornalismo: análise do Brasil em Rede<sup>1</sup>

Gustavo PEREIRA<sup>2</sup>

Doutorando

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

**Resumo:** O objetivo do presente trabalho é trazer uma investigação do programa Brasil em Rede, que foi veiculado na Rede Minas entre 2017 e 2019, e que tinha como intuito ser um telejornal nacional em uma emissora regional, representando uma inovação no que diz respeito aos fluxos comunicacionais que se estabelecem na radiodifusão brasileira. A metodologia utilizada será a Análise da Materialidade Audiovisual, que busca trabalhar texto e para-texto como uma unidade e sem que seja necessária a decomposição dos elementos que compõem uma narrativa audiovisual. Como resultados preliminares destaca-se o pioneirismo do Brasil em Rede em propor um contra-fluxo comunicacional que buscava ir do micro para o macro, apresentando novas possibilidades de construção de narrativas.

**Palavras-chave:** História das Mídias Audiovisuais; TV Pública; Desterritorialização; Fluxos Comunicacionais; Brasil em Rede.

## Fluxos e contra-fluxos comunicacionais

Ao trabalhar com o fenômeno da globalização, Martín-Barbero (2004) aponta para um fluxo local x global(ização) que tinha como objetivo a mundialização da cultura e a reconfiguração do sentido de cidadania, muito ancorado na quebra e queda das fronteiras e de um cidadão mundial, e com isso, destaca uma redefinição da ideia de nação e em uma redefinição da relação centro/periferia.

Desta forma, a partir do contexto da América Latina, Martín-Barbero (2004) destaca uma relação de dualidade que ocorre pela abertura nacional para o globo, ou seja, um processo de transnacionalização, e ao mesmo tempo para uma maior integração regional, que leva a uma revalorização do local/regional.

Ao trabalhar com as questões de global e local, Torre (2018) aponta para uma complementariedade entre as duas escalas.

Desde os anos noventa, e sobretudo por parte dos cientistas sociais teóricos da globalização, se tem insistido em fazer com que o local e o global sejam dimensões complementares, que se reafirmam uma a outra. Tem se sustentado que a dimensão local permite apreciar a substância da dimensão global (TORRE, 2018, p. 52, tradução nossa).

O autor busca entender ainda o fluxo entre global x local a partir da “glocalidade”, que seria uma junção entre global + local em que o local seria como um localizador de fenômenos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT História das Mídias Audiovisuais, integrante do XIII Encontro Nacional de História da Mídia.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação pela UFJF. Pesquisador do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA) e da Rede Telejor. E-mail: gustavo\_tfp@yahoo.com.br

gerais, mais relacionado ao espaço e menos à localidade, e os vínculos com o mercado global serviriam para construir e reforçar a identidade local.

Já Haesbaert (1999) afirma que há duas escalas geográficas para se discutir esses fluxos da questão do global-local, que estão ligadas a um processo de “desequalização” e de diferenciação: na primeira escala “o global associado com processos de totalização, de generalização/universalização, e o local com processos de fragmentação, de particularização/singularização, como se o global fosse o locus da homogeneização e o local o da heterogeneização” (HAESBAERT, 1999, p. 25) e na segunda ocorre uma junção entre os termos, resultando na palavra “glocalização”, que tem em sua essência a relação de fluxo que perpassa tanto o local como o global, na medida em que os dois são ao mesmo tempo dependentes entre si e se complementam.

Haesbaert (1999) ressalta ainda que a partir do fluxo global-local são impostas condições para a realização do processo de globalização e homogeneização cultural. Já no sentido local-global ocorre um movimento de heterogeneização e diversidade, como no caso das diásporas imigrantes, ou a ressignificação de um hábito local a partir de outra cultura, casos da cultura chinesa e japonesa.

Com relação aos fluxos comunicacionais, Adams (2009) afirma que eles vão do nível micro, que seria exemplificado por uma conversa/ “fofoca” no quintal, ao macro, representado pela Internet e sua potencialidade. Nesse sentido, os fluxos comunicacionais não tem barreiras, podendo ser uni, bi ou multidirecionais, e vão além do espaço e do tempo em uma dinâmica de deslocamento e relocação.

O autor (2009) trabalha ainda com a perspectiva da Internet como sendo a espinha dorsal dessa nova geografia, bem como os fluxos comunicacionais como globais, mas ressalta que as redes de comunicação mais importantes não são as tecnológicas e provenientes da Internet, mas sim as interpessoais, que trazem a relevância das escalas global, nacional, regional e local.

Nesse sentido, a globalização dos fluxos comunicacionais produz um “global” que não é homogêneo, mas que possui uma alta desigualdade na geografia dos fluxos, com a comunicação confirmando os valores e subjetivamente representando o mundo através de um olhar enviesado e dominante.

Outro autor a pesquisar a relação dos fluxos comunicacionais é Daya Thussu (2007), que propõe a ideia de fluxos e contra-fluxos globais, destacando que nossa sociedade é construída em volta dos fluxos. O autor afirma que esses fluxos podem se dar em várias categorias: fluxos de capital, fluxos de informação, fluxos de tecnologia, fluxos de interações organizacionais, fluxos de imagens e fluxos de símbolos.

Nesse sentido, estabelecem-se dois tipos de fluxos, os dominantes e os periféricos ou “subalternos”, que estão muito ligados ao poder e a dominação política e mercadológica que dividem o mundo.

Thussu (2007) busca entender os fluxos comunicacionais a partir de três categorias, sendo a global, a transnacional e a geo-cultural, e busca compreender o aumento dos fluxos de mídia nas direções Norte-Sul, Leste-Oeste e Sul-Sul, com enfoque na mídia audiovisual.

Os fluxos globais ou dominantes são aqueles que se mundializam a partir de um fluxo dominante, como por exemplo os fluxos culturais produzidos pelos Estados Unidos (Hollywood); os fluxos transnacionais são aqueles que se mundializam a partir de uma cultura periférica, ou seja, por meio de um contra-fluxo, e portanto não chegarão a serem globais, como por exemplo os produtos chineses, a rede de TV Al-Jazeera e a indústria de filmes indiana de Bollywood; e os fluxos geo-culturais são aqueles que também estão na condição subalterna e periférica, sendo um contra-fluxo, mas diferentemente do transnacional, produzem uma linguagem cultural centrada em uma cultura local, como por exemplo a Zee TV, a NHK e a World TV.

A partir desse movimento produzido pelos fluxos transnacionais e geo-culturais, Thussu (2007) aponta para um movimento de “Glocalização”, em que global se junta ao local para produzirem um contra-fluxo em relação ao fluxo dominante e que tentam fazerem frente a esse fluxo. Para o autor essa tendência do local justifica o crescimento regional ou local dos conteúdos periféricos, o que resulta em uma ressignificação das identidades, bem como valorização de culturas antes desconhecidas (periféricas), mais que agora se tornam visíveis graças a comunicação em rede.

E essa relação dialógica e complementar entre local e global tem sido cada vez mais explorada pelos meios de comunicação de massa e também pelas mídias e redes sociais digitais, já que os limites entre local e global tem se misturado cada vez mais, não sendo possível identificar algo que é estritamente local e que não impacte no cenário global e vice-versa.

### **Legislação e experiência brasileira de TV Pública**

Segundo a Constituição Federal de 1988, no Capítulo V, artigo 223, está previsto que todas as emissoras de radiodifusão são concessões públicas, que podem ser renovadas a cada 15 anos mediante aprovação no Congresso Nacional de no mínimo dois quintos dos deputados federais.

Entretanto, a TV no Brasil já nasce comercial, após Assis Chateaubriand trazer equipamentos dos Estados Unidos para o país, inaugurando em 18 de setembro de 1950 a TV

Tupi, fundada em São Paulo e primeira emissora a entrar no ar. Desde então, pouco a pouco um número pequeno de empresas passou a monopolizar o espectro radioelétrico, fazendo com que as concessões públicas praticamente se transformem em canais de exploração dessas empresas, que não se submetem a nenhum tipo de fiscalização para que tenham suas renovações automáticas.

Por outro lado, diferentemente de modelos europeus como ocorre em Portugal e na Inglaterra, no Brasil sempre houve uma dificuldade de uma emissora se constituir como pública, principalmente devido a pressão de emissoras comerciais.

Além disso, a Constituição Federal de 1988 também estabelece em seu Capítulo V, artigo 223, o princípio de complementariedade entre os sistemas de exploração privado, público e estatal.

No entanto, para a presente pesquisa, o enfoque principal não se concentrará na mídia hegemônica ou tradicional, em que as emissoras do âmbito local na maioria das vezes funcionam com o sistema de afiliadas ou filiadas, e que já possui diversos estudos na área.

Utilizaremos como objeto de análise conteúdos de emissoras públicas de TV, que possuem seus princípios e objetivos ancorados no Manual de Jornalismo da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) de 2013 e que se centra na busca por produções que sejam de interesse público.

No Manual de Jornalismo da EBC (2013), resultado de um processo anterior, ocorrido entre 2006 e 2007, em que começou-se a discutir a criação de um órgão capaz de implantar e gerir os serviços de radiodifusão pública federais.

O surgimento da Empresa Brasil de Comunicação começou a ser discutido durante o I Fórum Nacional de TVs Públicas, que ocorreu em Brasília e envolveu os mais diferentes setores da sociedade civil, como acadêmicos, comunicadores, cineastas, jornalistas, movimentos sociais, dirigentes de emissoras de rádio e televisão não-comerciais, assim como grupos e entidades dedicados a refletir sobre a comunicação e acabou resultando num proposta básica denominada Carta de Brasília.

A partir de então, a Presidência da República, à época no Governo Lula (PT), comprometeu-se com sua implantação. Após o estudo de diversos modelos e alternativas para a criação de um órgão capaz de gerir a radiodifusão pública no Brasil, elaborou as bases da Medida Provisória 398, que propôs a criação de uma nova empresa pública federal, com base jurídica no artigo 223 da Constituição Federal.

No mês de outubro de 2007, a Medida Provisória 398 foi convertida pelo Congresso na Lei 11 652/2008, e assim foi autorizada a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC).

Ao herdar os canais de rádio e TV geridos pela estatal Radiobrás e pela TVE do Rio de Janeiro, a EBC ficou encarregada de unificar e gerir, sob controle social, as emissoras federais já existentes, instituindo o Sistema Público de Comunicação. Além disso, adquiriu como missão articular e implantar a Rede Nacional de Comunicação Pública. (EBC, 2018).

Com a criação da Empresa Brasil de Comunicação, é criada também a TV Brasil, em dezembro de 2007, com o objetivo de ser a principal emissora de televisão pública nacional.

A TV Brasil veio atender à antiga aspiração da sociedade brasileira por uma televisão pública nacional, independente e democrática. Sua finalidade é complementar e ampliar a oferta de conteúdos, oferecendo uma programação de natureza informativa, cultural, artística, científica e formadora da cidadania (TV BRASIL, 2018).

Outro fator importante na constituição da Empresa Brasil de Comunicação foi o Conselho Curador, presente na Lei 11.652/2008 e que teria como principal função garantir a comunicação de interesse público, bem como a isenção do conteúdo transmitido.

O Conselho Curador existe para zelar pelos princípios e pela autonomia da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), impedindo que haja ingerência indevida do Governo e do mercado sobre a programação e gestão da comunicação pública. Além disso, visa representar os anseios da sociedade, em sua diversidade, na aprovação das diretrizes de conteúdo e do plano de trabalho da empresa (EBC, 2018).

A principal potencialidade do Conselho Curador é a de contar com a participação de membros da sociedade civil, do congresso nacional, do governo federal, além de presidente e vice-presidentes que costumam ser da área da comunicação.

Em 2013 é lançado o Manual de Jornalismo da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), resultado de um processo anterior, ocorrido entre 2006 e 2007, em que começou-se a discutir a criação de um órgão capaz de implantar e gerir os serviços de radiodifusão pública federais. O surgimento da Empresa Brasil de Comunicação começou a ser discutido durante o I Fórum Nacional de TVs Públicas, que ocorreu em Brasília e envolveu diferentes setores da sociedade civil, “como acadêmicos, comunicadores, cineastas, jornalistas, movimentos sociais, dirigentes de emissoras de rádio e televisão não-comerciais, assim como grupos e entidades dedicados a refletir sobre a comunicação” (EBC, 2012) e acabou resultando numa proposta básica denominada Carta de Brasília.

Esse Manual de Jornalismo tem como principal objetivo nortear a comunicação pública no Brasil e promover a cidadania, bem como desenvolver o pluralismo e a diversidade, tão importantes no Brasil, dado a grande extensão do país e de sua cultura notadamente plural e diversa.

No entanto, após assumir o governo em 2016, o presidente Michel Temer fez algumas sanções que culminaram em um verdadeiro desmonte da Empresa Brasil de Comunicação, o que acabou por enfraquecer e fragilizar alguns dos principais objetivos da EBC que era o de possuir independência política e econômica. Tais sanções vieram primeiramente como Medida Provisória 744 ou MP744/2016 e depois foram convertidas na Lei 13.417/2017.

Dentre os seus vários movimentos com vista a enfraquecer a comunicação pública, estava a vinculação da Empresa Brasil de Comunicação à Casa Civil da Presidência da República; e a destituição do Conselho Curador da EBC, que acabou substituído por um Conselho de Administração e por uma Diretoria Executiva que em sua composição conta com um Conselho Fiscal e um Comitê Editorial e de Programação, segundo o segundo integrado por entidade representativas da sociedade, mediante lista tríplice, mas designados pelo Presidente da República, tirando o caráter participativo do antigo Conselho Curador.

A partir da Lei 13.417/2017, a radiodifusão pública representada pela Empresa Brasil de Comunicação acabou sofrendo um grande desmonte, que também se refletiu em diminuição de verbas e corte de pessoal.

Após esse desmonte, a TV Pública voltou a sofrer um outro golpe, já que ao assumir o Governo do Brasil em 2019, Jair Bolsonaro anunciou uma nova TV Pública para o país, de caráter Estatal e chamada de “TV do Governo” pelo próprio presidente.

Com isso, foram promovidas diversas mudanças na grade de programação da TV Brasil, considerada o maior expoente da TV Pública brasileira, inclusive mudanças das diretrizes e de programas, que passaram a ter uma programação mais específica na cobertura de assuntos e temáticas do governo.

No dia 06 de fevereiro de 2019 o Governo Bolsonaro, por meio da SECOM (Secretaria de Comunicação) do Palácio do Planalto, distribuiu para chefes de gabinete e para a assessoria de comunicação do Governo o que propunha com a nova “TV do Governo”: “Informamos que o Governo Federal irá inaugurar uma nova TV pública com um objetivo mais voltado para o cidadão. A nova TV do governo terá uma programação toda nova e totalmente voltada para o povo brasileiro” (SECOM, 2019)

E após essa nova etapa da TV Brasil, concretizou-se o desmonte do que é chamado de TV Pública de caráter nacional no Brasil, deixando apenas rastros de uma experiência curta, e exemplo para emissoras regionais de caráter público, ainda que não nos mesmos moldes e independência que possuía a TV Brasil.

Nesse panorama, e no contexto de 2019, a Rede Minas se estabelecia como possibilidade para a continuidade da programação nacional na TV Pública, já que, passou a produzir em



dezembro de 2017 o Brasil em Rede, telejornal produzido em Belo Horizonte e que se propunha a ser nacional, ainda que em uma emissora regional.

### **Rede Minas como possibilidade diante do desmonte da TV pública no Brasil**

Criada em dezembro de 1984, por Tancredo Neves, a Rede Minas se anunciava como uma emissora pública e educativa, estabelecendo como objetivo “potencializar o intercâmbio de valores, educação e cultura para a população, por meio da produção e veiculação de programas de televisão de interesse público” (RTVM, c2017).

E em um movimento contrário ao que ocorreu com a TV Brasil, que destituiu o Conselho Curador como parte do desmonte da emissora pública, a Rede Minas instituiu, em 2016, o Conselho Curador da Fundação TV Minas Cultural e Educativa (FTVM), com base nos termos do artigo 5º do Decreto nº 46.540 de 11 de junho de 2014, constituído por: Presidente; Vice-presidente; Secretário Executivo; Secretaria de Estado de Educação; Instituições de ensino superior com sede em Minas Gerais, com curso regular de Jornalismo; Entidades da classe empresarial do Estado; Sindicato dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão do Estado de Minas Gerais; Cidadão de ilibada reputação e de destacada atuação na área cultural.

Além disso, a emissora se notabilizou por buscar um maior diálogo com a população e emissoras parceiras, tanto em âmbito local e regional, como também nacional, o que contribuiu para um conteúdo mais próximo do cidadão.

Em seu site a Rede Minas traz como missão “enriquecer a vida das pessoas, por meio de serviços, produção, distribuição e exibição de conteúdos audiovisuais informativos, culturais e educativos”, além de se comprometer com o cidadão e com o investimento em cultura, educação e informação.

Nesse sentido, a Rede Minas, emissora pública de Minas Gerais, se colocou como uma opção ao desmonte da TV Brasil, e mais especificamente, como um expoente da comunicação de caráter público nacional, que se deu a partir da criação de um telejornal nacional em uma emissora regional, o Brasil em Rede, que foi no ar em dezembro de 2017.

Para isso, o jornalístico buscava contar com parcerias de emissoras de todas as regiões do país, não se limitando ao estado de Minas Gerais, apesar de possuir um olhar a partir do mineiro em grande parte dos conteúdos produzidos.

A partir de um modelo que se apresentou como inovador, principalmente devido ao sinal de transmissão da Rede Minas contemplar apenas parte do estado de Minas Gerais, a grande aposta do telejornal esteve em sua veiculação via Internet, com a perspectiva da expansão de

conteúdos através das redes e para além das localidades, tornando-se assim, de alcance nacional e/ou global.

### **A experiência do Brasil em Rede como potencial telejornal nacional**

Entre os dias 11 de dezembro de 2017 e o dia 03 de janeiro de 2019, a Rede Minas produziu o Brasil em Rede, jornalístico que se propunha ser nacional em uma emissora regional, o que tornou o telejornal como uma possibilidade ao desmonte que a TV Brasil vinha sofrendo desde o Governo de Michel Temer, principalmente por ser desenvolvido fora do eixo Rio-São Paulo-Brasília, o que representou uma experiência pioneira do segmento telejornalístico.

Figura 1: Logotipo Brasil em Rede



Fonte: Site da Rede Minas

O Brasil em Rede era transmitido de segunda à sábado, às 20:15, com duração de 30 minutos, e a apresentação era de Raquel Capanema e Luciano Correia. Em sua apresentação no site da Rede Minas o telejornal se define como:

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 (RTVM, c2017).

De modo a refletirmos sobre essa experiência do Brasil em Rede, realizamos a análise de duas semanas do telejornalístico, entre 26 de março e 01 de abril de 2018 (período em que matérias do estado de Minas Gerais normalmente ganham espaço na mídia pelas tradições religiosas) e de 23 à 29 de abril de 2018 (escolhida ao acaso), através da Análise da Materialidade Audiovisual, metodologia proposta por Coutinho (2016) e que busca analisar os conteúdos audiovisuais em uma unidade “texto + som + imagem + tempo + edição” (COUTINHO, 2016, p. 10), sem que ocorra uma decomposição das narrativas construídas pela combinação desses elementos.



A pesquisadora ressalta que após a pesquisa bibliográfica, o segundo passo seria a definição de categorias de análise que vão nortear a investigação do objeto de investigação.

Nesse sentido, dividimos a investigação em três eixos temáticos que nos permitem lançar um olhar mais atento ao objeto, a partir de questionamentos teóricos importantes para o entendimento da experiência do Brasil em Rede: relação local-global; Internet como espaço para expansão de escalas; e Territorialização/Desterritorialização.

Um primeiro eixo a ser observado é o da relação local-global, que centra-se na questão do Brasil em Rede ter sido produzido em um contexto de uma emissora de televisão local, o que em um primeiro momento poderia restringir o alcance de seus conteúdos, devido ao sinal de transmissão, mas que com a Internet transforma-se essa lógica, já que agora um conteúdo local/regional pode não apenas ser expandido a nível nacional, como também global.

Essa potencialidade da Internet se faz importante na compreensão do ambiente online, que contribui significativamente para um espaço cada vez mais globalizado e conectado.

Nesse sentido, o território que o Brasil em Rede ocuparia se fosse transmitido apenas na TV, amplia-se com a Internet, já que no espaço em rede, é possível que qualquer pessoa, de qualquer lugar do mundo, acesse o conteúdo do telejornal na web, seja ao vivo, ou mesmo no Youtube, espaço utilizado pelo telejornal como repositório dos materiais produzidos pelo Brasil em Rede.

O segundo eixo de análise é o da utilização da Internet não apenas para a expansão da globalização, como também para a propagação de culturas locais e promoção de contato de produtos como o Brasil em Rede tanto para quem não está no estado de Minas Gerais e ainda guarda sua origem, como também para um segundo grupo, que tenha tido pouco ou nenhum contato com a cultura mineira, e agora pode se familiarizar com a forma de representação de sua cultura.

Retomando os fluxos globais de Thussu (2007), o Brasil em Rede estaria no âmbito geocultural no sentido de produzir um conteúdo que apesar de nacional e por vezes até global, guarda características muito próximas com Minas Gerais, ou seja, uma forma de identidade cultural, que está associada a um grupo, não se limitando territorialmente.

Reduzindo a escala da análise de Thussu (2007), no âmbito nacional (brasileiro), o Brasil em Rede se coloca como um telejornal translocal, já que se configura como um contra-fluxo muito claro em relação ao eixo Rio-São Paulo-Brasília, locais onde normalmente vem os conteúdos dominantes, até pela grande quantidade de emissoras de televisão em rede que estão localizadas nesse lugar.

Nesse sentido, diversas regiões se tornam zonas de sombra e silêncio, estando presentes nos telejornais nacionais apenas quando algo com um grande valor-notícia ocorre, incluindo Minas Gerais, que está próximo dos três locais que predominam nos noticiários, mas que muitas das vezes acaba sendo silenciado.

A partir da análise das duas semanas do Brasil em Rede<sup>3</sup>, das 141 matérias presentes no telejornal entre os períodos analisados, 16 delas possuíam algum vínculo com Minas Gerais e/ou com a mineiridade, gerando um total de 11,3% do total.

Nessa análise, pudemos observar um outro fator importante dessa nova proposta de um telejornal nacional em uma emissora regional. Até por conta da falta de equipe e de recursos, em várias das matérias investigadas é possível observar entrevistas, povo fala ou mesmo angulações de matérias que são de âmbito global ou nacional, mas que é produzida em Minas Gerais, dando um caráter mais próximo e representativo do estado e de seus cidadãos. Com isso, a revalorização do local se faz essencial para a compreensão do contra-fluxo produzido pelo Brasil em Rede, como na matéria sobre a Paixão de Cristo, que é produzida no município de Caeté-MG.

Figura 2: Edição do dia 30 de março de 2018 do Brasil em Rede



Fonte: Canal do Brasil em Rede no Youtube.

Além disso, essa relação de contra-fluxo produzido pelo Brasil em Rede ganha destaque a partir das parcerias<sup>4</sup> feitas entre o telejornal e emissoras que também estão na posição de

<sup>3</sup> Não conseguimos analisar o dia 27 de março de 2018 do Brasil em Rede, já que o material não foi encontrado no Youtube, plataforma em que os dados da análise foram retirados.

<sup>4</sup> Diferentemente do que ocorre nas emissoras comerciais, que possuem as cabeças de rede e as afiliadas, as emissoras de exploração pública produzem parcerias com outras emissoras de caráter público, não ocorrendo relações de domínio entre elas, mas sim de cooperação.

contra-fluxos, e possuem uma representação ainda menor nos principais telejornais da mídia dita tradicional e hegemônica. Com isso, é possível produzir conteúdos que tem diferentes lugares de fala e guardam as características locais dessas produções.

Durante o período analisado foi possível perceber matérias dos estados de Sergipe, Amazonas, Tocantins, Roraima, Paraná e ainda conteúdos internacionais, revelando novas culturas e identidades, que em geral também acabam silenciadas por outros telejornais. Uma das iniciativas transmitidas no Brasil em Rede em uma emissora parceira da Rede Minas é a série “África”, feita pela TV Cultura e produzida em Joanesburgo (África do Sul).

Figura 3: Edição do dia 29 de março de 2018 do Brasil em Rede



Fonte: Canal do Brasil em Rede no Youtube.

Além disso, devido ao sistema de parcerias estabelecido pela Rede Minas, emissora pública, não há um sistema de emissora de rede e afiliada, como ocorre comumente com as emissoras comerciais. Na emissora pública, as parcerias são construídas de modo a ampliar a área de atuação de uma emissora, e também de possibilitar novos diálogos, narrativas e olhares. Uma outra potencialidade das parcerias é de aumentar a área de cobertura e de produzir conteúdos de diferentes formatos e linguagens, valorizando os locais e possibilitando um diálogo mais próximo com a população.

Ao promover parcerias com emissoras de outros estados, o Brasil em Rede consegue não apenas criar materiais de caráter nacional, pela ampliação da área de cobertura do telejornal, como também valoriza o local, já que os vários locais tem liberdade para produzir pautas que possam trazer assuntos nacionais, mas com uma representação local, que se dá através das manifestações culturais, cenário, sotaque, entre outras características, como na matéria sobre ajuda aos refugiados na cidade de Boa Vista, produzida pela TV Universitária de Roraima.

Figura 4: Edição do dia 23 de abril de 2018 do Brasil em Rede



Fonte: Canal do Brasil em Rede no Youtube.

Um terceiro eixo de análise está na questão da Territorialização/ Desterritorialização, já que ao se propor sair de seu território/lugar de fala, o Brasil em Rede consegue produzir narrativas fora de Minas Gerais por meio dessas parcerias e com isso acaba res-significando até mesmo a identidade nacional, já que seu olhar é diferente daquele comumente observado nos principais telejornais nacionais.

Além disso, observamos a importância do território Minas Gerais para a construção da narrativa, seja pela aproximação de um conteúdo para a realidade mineira, pelo maior volume de conteúdos sobre o estado, permitindo que a mineiridade esteja mais presente na agenda do Brasil em Rede, ou mesmo devido as fontes, que tem a potencialidade de trazerem informações diferentes daquelas que são trazidas por fontes do eixo Rio-São Paulo-Brasília.

Essa experiência do Brasil em Rede também se mostra importante, na medida em que as agendas noticiosas acabam mudando um pouco em relação à mídia tradicional, seja pelo lugar de fala e segurança do telejornal, que passa a ser Minas Gerais, e mais especificamente a capital Belo Horizonte, como nas matérias sobre a retirada de agentes dos ônibus em várias localidades do Brasil e sobre os acidentes de trabalho no Brasil, mas que são exploradas a partir de fontes de Belo Horizonte, ou pela possibilidade de trazer conteúdos de emissoras locais e até independentes que conseguem representação e visibilidade por meio do Brasil em Rede.

Figura 5: Edição do dia 28 de abril de 2018 do Brasil em Rede



Fonte: Canal do Brasil em Rede no Youtube.

Após a Análise da Materialidade Audiovisual do Brasil em Rede, identificamos no telejornal características que o tornam um potencial telejornal nacional, ainda que em uma emissora regional, já que é possível identificar matérias produzidas em várias partes do Brasil, apresentando-se assim diferentes narrativas e perspectivas de vários “Brasil” possíveis.

Ainda que com limitações técnicas e de parcerias, a busca por ser um telejornal nacional em uma emissora regional modifica a lógica da TV no Brasil, que se acostumou a ir do micro para o macro e agora passaria a ter novos fluxos comunicacionais que se estabelecem de diferentes formas e se modificam de acordo com que cada conteúdo é produzido e reproduzido, destacando-se ainda a Internet como espaço de expansão de narrativas.

### **Considerações finais**

A proposta do Brasil em Rede também se constituiu, além de pioneira, como uma forma de se pensar em novos modelos de representação de zonas de sombra e silêncio, já que, se pensarmos na atual conjuntura de redução das redações e das equipes de jornalismo, torna-se cada vez mais difícil construir um telejornal que seja de fato nacional e que consiga representar os vários “Brasil” presentes no território brasileiro.

Nesse sentido, o sistema de parcerias é fundamental para possibilitar ao Brasil em Rede conteúdos de locais que normalmente são silenciados nos telejornais comerciais. Assim, além de ampliar sua área de cobertura, abre espaço para uma maior representação do local presente em pautas nacionais, principalmente pela marcação do cenário, das fontes utilizadas, do sotaques e das diferenciações culturais que ganham força na construção desse telejornal.

Pensando na perspectiva dos fluxos comunicacionais, o Brasil em Rede acaba por propor um novo modelo que consegue alcançar tanto o nível micro, já que há demarcações locais muito claras nos conteúdos produzidos, quanto macro, pois expande para o território



nacional pautas que possivelmente são desconhecidas de outras regiões do país, mas que também fazem parte do cotidiano de milhões de brasileiros.

O que muda nas pautas do Brasil em Rede são os locais de onde se observa certas temáticas, abrindo novos espaços de diálogo e de ressignificações de assuntos que antes eram visualizados apenas com o olhar do eixo Rio de Janeiro-São Paulo-Brasília. A partir dessas novas possibilidades de observação, amplia-se também o pluralismo e a diversidade, principalmente no aspecto territorial e geográfico, mas que acaba reverberando em outros fatores como o econômico, político, cultural, social, racial, de gênero, entre outros, que estão imbricados nesses “outros locais” que muitas das vezes acabam silenciados pelos telejornais de veículos de comunicação comerciais.

Outro fator que torna a experiência do Brasil em Rede uma possibilidade de ser nacional é a sua inserção e divulgação ampliada na Internet, já que o telejornal depende do espaço web para de fato ser nacional, e ao mesmo tempo é produzido por uma emissora de televisão regional. Nesse sentido, o telejornal acaba se constituindo como um produto que já nasce entre a TV e a Internet, mas que acaba sofrendo influência dos dois meios de comunicação na criação de seu formato e linguagem, constituindo-se também como um telejornal dependente das interações, principalmente as curtidas, comentários e compartilhamentos provenientes das redes sociais digitais para sua expansão e perpetuação como telejornal nacional, destacando-se seu lugar inicial de produção que é a Rede Minas, emissora regional.

Com isso, a produção de conteúdos por jornalistas de emissoras parceiras de outras regiões do Brasil se fazem importantes não apenas na construção dos conteúdos, como também na reprodução deles, já que esses jornalistas tem a potencialidade de compartilhar suas produções, e assim “furar bolhas” geográficas, apresentando o Brasil em Rede para cidadãos que não conheçam o telejornal.

Ademais, esses jornalistas identificados com suas regiões, também possibilitariam um engajamento maior entre seus conteúdos construídos, o público e o telejornal, com os jornalistas sendo responsáveis por fazer a ponte que leva parte do público que interage com ele a também interagir com o Brasil em Rede.

Todavia, apesar de seu pioneirismo e de suas potencialidades de ser de fato um telejornal cada vez mais nacional, mas que guardasse características do (s) local (is), o Brasil em Rede acabou saindo da grade de programação da Rede Minas após a reformulação que a emissora passou no início do ano de 2019, em que não apenas o telejornal, como também outros programas de cunho jornalístico que eram produzidos pela Rede Minas deixaram de ser desenvolvidos e exibidos na grade de programação da emissora.



Após sua saída repentina do ar, sem qualquer explicação ou indicativo de que o programa deixaria de existir, todos os registros e rastros da experiência do Brasil em Rede estão nas redes sociais do programa, que ainda permanecem ativas, mas sem atividades desde 2018, além do canal do Brasil em Rede no Youtube, que acabou se tornando um repositório do programa por manter arquivado os telejornais que foram ao ar, permitindo também a análise do material. Já no site da Rede Minas, o Brasil em Rede está na aba “Baú da Rede Minas”, em que se tem a descrição como “Brasil em Rede foi o primeiro telejornal produzido em cadeia nacional produzido em Minas com cobertura dos fatos de maior impacto no Brasil e no mundo. Contou com a parceria de emissoras de todas as regiões do país” (BRASIL EM REDE, 2021), mas sem outras informações sobre o produto telejornalístico que apresentou-se como sendo um potencial de inovação na TV Pública, principalmente no momento em que emergia como uma possibilidade nacional em meio ao desmonte da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e da TV Brasil.

## REFERÊNCIAS

- ADAMS, Paul. **Geographies of Media and Communication: a critical introduction**. West Sussex: John Wiley & Sons, 2009.
- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil** — Brasília: Supremo Tribunal Federal, Secretaria de Documentação, 2019. 577 p. Disponível em: <http://www.stf.jus.br/arquivo/cms/legislacaoConstituicao/anexo/CF.pdf>. Acesso em: 08/06/2021.
- BRASIL. Decreto nº 4.901, 26 de novembro de 2003. Institui o Sistema Brasileiro de Televisão Digital – SBTVD. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 27 nov. 2003. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/2003/D4901.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/D4901.htm). Acesso em: 08/06/2021.
- COUTINHO, Iluska. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 39., 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: USP, 2016. Disponível em <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>. Acesso em: 09/06/2021.
- EBC. **Somente a verdade**: Manual de jornalismo da EBC. Brasília: Empresa Brasil de Comunicação. 144 p. 2013.
- HAESBAERT, Rogério. **Região, Diversidade Territorial e Globalização**. Volume 1, número 1, Niterói. Revista Geografia- Revista do Programa de Pós-Graduação da UFF, 1999.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de Cartógrafo**: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. Tradução Fidelina González. São Paulo: Editora Loyola, 2004.
- RTVM. **Rede Minas**. Belo Horizonte, c2017. Disponível em: <http://redeminas.tv/>. Acesso em: 09/06/2021.
- RTVM. **Rede Minas**. Belo Horizonte, c2021. Disponível em: <http://redeminas.tv/>. Acesso em: 14/06/2021.
- THUSSU, Daya Kishan. **Media on the Move**: Global flow and contra-flow. 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon: Routledge, 2007.
- TORRE, Angelo. **Micro/macro**: ¿local/global? El problema de la localidad en una historia espacializada. *Historia Crítica*, nº 69, p. 37-67, 2018.
- TV BRASIL. **Sobre a TV**. Brasília, 22 de mai. 2017. Disponível em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/sobreatv>. Acesso em: 09/06/2021.