

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Michelle Fabiene Pires Ferreira Guimarães

**A REPRESENTAÇÃO DE MINAS GERAIS E SUAS IDENTIDADES
CULTURAIS NO *BOM DIA MINAS***

**Juiz de Fora
Fevereiro de 2015**

Michelle Fabiene Pires Ferreira Guimarães

**A REPRESENTAÇÃO DE MINAS GERAIS E SUAS IDENTIDADES
CULTURAIS NO *BOM DIA MINAS***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito para a obtenção do título de Mestre.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Christina Ferraz Musse

**Juiz de Fora
Fevereiro de 2015**

Michelle Fabiene Pires Ferreira Guimarães

**A REPRESENTAÇÃO DE MINAS GERAIS E SUAS IDENTIDADES
CULTURAIS NO *BOM DIA MINAS***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito para a obtenção do título de Mestre.

Área de Concentração: Comunicação e Sociedade

Linha de Pesquisa: Comunicação e Identidades

Orientadora: Prof^ª. Dra. Christina Ferraz Musse

Aprovado pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof^ª. Dra^a Christina Ferraz Musse – Orientadora

Prof^ª. Dra. Iluska Maria da Silva Coutinho – Convidada

Prof^ª. Dra. Cristiane Finger Costa (Pontifícia Universidade Católica – RS) – Convidada

Conceito obtido: _____

Juiz de Fora, _____ de _____ de 2015.

Ao pequeno Nicolas. Pequenino...

Pequenicolás!

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter me concedido capacidade intelectual, luz, força, saúde, inspiração e muita determinação para chegar até aqui.

A meus pais, Ivan e Cida, pelo incentivo constante aos estudos e à qualificação profissional, por terem moldado meu caráter e minha personalidade à maneira que sou hoje, por terem acreditado em mim e feito de mim uma pessoa melhor a cada dia, por estarem sempre na retaguarda, me dando todo o apoio necessário, por ficarem felizes com todas as minhas vitórias.

Ao meu marido, Fellip, pela compreensão e paciência nos momentos de ausência, pelo *abstract* e ajuda na logística de impressão, pelo incentivo constante, por ouvir minhas lamentações e sempre me colocar pra cima, pelo amor incondicional e eterno.

Ao meu filho Nicolas, hoje com três anos, mas que desde a barriga já me acompanhava nas disciplinas isoladas, nas leituras dos livros para a prova do mestrado durante as manhãs que começavam beem mais cedo, por ter suportado as ausências durante minhas participações em congressos e, principalmente, na conclusão desta etapa, pela compreensão da justificativa de que “a mamãe precisa ficar estudando” enquanto ele insistentemente dizia: “vem, Mommy, vem brincar comigo” ou “vem Mommy, o desenho já vai acabar”. Que todo esse meu momento sirva de exemplo para o seu empenho nos estudos em um futuro muito breve!

Ao meu irmão Wallace, pelo companheirismo e por ter me dado, há quase 15 anos, meu sobrinho, Marcos Vinícius, que qualquer mãe quer ter como filho: educado, estudioso, centrado. Continue neste caminho que, certamente, teremos um novo médico na família!!!

À minha orientadora, Christina Musse, que me recebeu de braços abertos depois de algumas redistribuições do projeto de mestrado, pelos ensinamentos acadêmicos e de vida, pelos livros de presente e, principalmente, por entender a minha dificuldade em conciliar tantas “identidades que assumo nesta contemporaneidade” (RS!): mestranda, profissional, mãe, filha, amiga, esposa, dona de casa (por que não), enfim... mulher!

À professora Cristiane Finger, por tão prontamente ter aceitado o convite para sair de Porto Alegre e participar da minha banca. À professora Iluska Coutinho, que me viu criança no academicismo desde a monografia de conclusão da graduação, o TCC da especialização e, durante o mestrado, na avaliação do meu projeto, nas aulas, nos recortes metodológicos, na qualificação e, por fim, na banca. Ao professor Paulo Roberto, um querido,

por me ensinar, na prática, o que é ser um intelectual, pela generosidade em compartilhar seus conhecimentos de modo tão fácil de assimilar, por ter me aceitado no estágio docência (ainda que não tenha ido pra frente, por outro bom motivo) e pelas valiosas dicas na minha qualificação.

Ao professor Bruno Fuser, pela confiança que depositou em mim ao me selecionar como professora-bolsista na disciplina Técnica de Produção em Jornalismo Impresso, por ter dividido todo esse momento comigo e, assim, ter me dado a primeira oportunidade de prática acadêmica. Espero não ter decepcionado! Aos alunos do “Mergulhão de Impresso Noturno” do primeiro semestre de 2014, pela calorosa recepção e participação na elaboração das edições do Jornal de Estudo. Vocês são muito especiais!

Aos amigos Aline Maia, Roberta Oliveira e Chico Brinati que trilharam o caminho da academia antes de mim e foram grandes incentivadores nesta etapa da minha vida. À companheira de telejornalismo diário e de mestrado, Érica Salazar, pelas caronas, pela companhia nas aulas, artigos e congressos e pelas gravações em DVD das infinitas edições do *Bom Dia Minas*.

Às colegas de mestrado Rafaella Prata, Flávia Cadinelli, Paloma Destro, à doutoranda Fernanda Nalon, à mestranda, em Uberlândia, Fernanda Torquato, e aos companheiros de congressos Aline Maia, Chico Brinati, Érica Salazar, Jhonatas Franco, Flávio Lins, Roberta Oliveira, Laila Hallack Ivanna de Castro e Ludyane Agostini. Com vocês as “experiências antropológicas” vividas em Curitiba, Manaus e Foz do Iguaçu (e por que não falar do Paraguai e da Argentina) tiveram muito mais emoção!!!

À TV Integração, nominalmente aos diretores de Jornalismo, Paulo Eduardo Monteiro Vieira, e de Programação, Rafael Occhi, pelo incentivo ao mestrado, e à gerente de Jornalismo, Fernanda Lília, por permitir a impressão dos *scripts* diários do *Bom Dia Minas*.

À direção do PPGCOM, pelo apoio aos eventos e, em especial, às funcionárias Ana Cristina e Gabriella, por tornarem nossa aspiração à vida acadêmica muito mais tranquila. Vocês foram ótimas em todos os momentos!

Ao Clube da Luluzinha, aos parceiros do Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Juiz de Fora, aos membros de A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias e a todos os amigos, colegas, profissionais e familiares que, mesmo sem serem citados aqui, torceram por mim a todo o momento, sentiram minha falta e minha ausência em alguns períodos e, agora, vibram junto comigo pela minha conquista onde quer que estejam. Levo todos vocês em meu coração!

Todo o esforço vale a pena e nos leva a alcançar os mais altos degraus!

*“Sumiu tudo o que era firme
E somente o fugidio permanece e dura.”*

Francisco de Quevedo

RESUMO

O presente estudo visa investigar quais são as identidades mineiras representadas no jornalismo praticado pelo *Bom Dia Minas*, telejornal matutino da TV Globo Minas. O noticiário de rede estadual, que pretende dar conta das principais notícias mineiras logo pela manhã, veicula as reportagens produzidas pelas afiliadas do estado e pela emissora da capital. Minas Gerais é o estado brasileiro com o maior número de municípios no país. No total, são 853 cidades e, portanto, a maior área limítrofe criada dentro de uma Unidade Federativa. Partindo-se das premissas de que o estado é multifacetado, plural e constituído de inúmeras identidades culturais, e de que as reportagens enviadas pelas afiliadas são construídas sob a ótica regional, a pesquisa procura, por meio da Análise de Conteúdo (AC), classificar e analisar as identidades mineiras que mais têm destaque no telejornalismo regional da TV Globo Minas, líder de audiência no estado. O trabalho utiliza, ainda, o suporte teórico dos Estudos Culturais, para explicar o telejornalismo como mediador cultural e matriz de produção de sentidos na sociedade midiaticizada na qual vivemos contemporaneamente.

Palavras-chave: Telejornalismo. TV aberta. Identidades culturais. Mineiridade. Mídia regional.

ABSTRACT

The present study's aim is to investigate what the identities from the state of Minas Gerais represented in the Bom Dia Minas TV journalism, Globo Minas' matutinal TV journalism, are. The state news, that intends to handle all the main news from the state of Minas Gerais early in the morning, transmits the news produced by the state affiliates and by the capital's station. Minas Gerais is the Brazilian state that has the biggest number of municipalities. There is a total of 853 cities making the state the biggest territorial area within a federative unit. Taking into account the fact that the state is divided, it is plural and it is constituted of a variety of cultural identities, and that the news sent by the affiliates are built up under a regional point of view, this research intends, through Content Analysis, classify and analyze the State of Minas' identities which stand out the most in the Globo Minas regional TV journalism, audience leader in the state. Yet, this work makes use of the Cultural Studies theoretical support to explain the TV journalism as cultural mediator and as sense production matrix in the mediated society in which we live nowadays.

Keywords: TV journalism; open TV; free-to-view TV; cultural identities; mineiridade; regional media.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Apresentação do <i>Bom dia Minas</i>	53
Figura 2: Cobertura das emissoras própria e afiliadas à Rede Globo no estado de Minas Gerais.....	59
Figura 3: Mosaico de enquadramentos.....	62
Figura 4: Conteúdos x Editorias.....	66
Figura 5: Mosaico entrevista em estúdio.....	70
Figura 6: <i>Link</i> saída para o Carnaval.....	72
Figura 7: <i>Link</i> “Vamos agora falar ao vivo”.....	73
Figura 8: Imagens ao vivo do Globocop.....	76
Figura 9: Repórteres ao vivo do interior.....	77
Figura 10: Conteúdos x Emissoras.....	81
Figura 11: Portal do <i>Bom Dia Minas</i>	90
Figura 12: <i>Links</i> do Twitter, Google Plus e Facebook.....	91
Figura 13: O <i>Bom Dia Minas</i> no aplicativo <i>Globo.TV</i>	92

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Produto Interno Bruto (PIB), Impostos e Valor Adicionado Bruto (VA) a preços de mercado correntes (R\$ milhões).....	36
Quadro 2: Evolução da Pirâmide Etária de Minas Gerais.....	38
Quadro 3: Mapa da religiosidade mineira.....	40
Quadro 4: <i>Fato da Semana</i>	63
Quadro 5: Matérias que abrem o <i>Bom Dia Minas</i>	64
Quadro 6: Total de conteúdos no <i>Bom Dia Minas</i>	66
Quadro 7: Conteúdos x Editorias.....	67
Quadro 8: Conteúdos x Formatos.....	68
Quadro 9: <i>Links</i> x Editorias.....	71
Quadro 10: Lauda abre tempo.....	75
Quadro 11: Conteúdos x Editorias x Trimestre “neutro”.....	78
Quadro 12: Conteúdos x Editorias x Trimestre com eventos culturais.....	79
Quadro 13: Conteúdos x Regiões x Cidades.....	80
Quadro 14: Conteúdos x Emissoras.....	81
Quadro 15: Editorias x Regiões.....	82
Quadro 16: Lauda VT Santuário Bom Jesus do Matozinhos.....	84
Quadro 17: Matérias de Economia do Triângulo Mineiro.....	86
Quadro 18: Conteúdos de Política no <i>Bom Dia Minas</i>	87

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 O JOGO DAS IDENTIDADES.....	17
2.1 A CONFORMAÇÃO DAS IDENTIDADES NA CONTEMPORANEIDADE.....	18
2.2 MÍDIA E IDENTIDADES: RELAÇÕES PRÓXIMAS.....	23
3 Ó, MINAS GERAIS, QUEM TE CONHECE?.....	29
3.1 A “MINEIRIDADE” EM QUESTÃO.....	29
3.2 AS GERAIS DAS MUITAS MINAS.....	34
3.2.1 Economia.....	36
3.2.2 Indicadores sociais.....	37
3.2.3 Religiosidade.....	40
4 TELEJORNALISMO LOCAL E REGIONAL.....	42
4.1 O TELEJORNALISMO REGIONAL NO BRASIL.....	44
4.2 O <i>BOM DIA MINAS</i> NO CENÁRIO DO TELEJORNALISMO REGIONAL BRASILEIRO.....	52
5 SE “MINAS SÃO MUITAS”, QUAL É A MINAS DA TV?.....	55
5.1 METODOLOGIA.....	55
5.2 RECORTE E AMOSTRAGEM.....	60
5.3 ANÁLISE DE CONTEÚDO DO <i>BOM DIA MINAS</i>	61
5.3.1 A estrutura do <i>Bom dia Minas</i>	63
5.3.2 Principais conteúdos e editoriais.....	65
5.3.3 Formatos: atenção especial aos VTs e estúdios.....	68
5.3.4 “Vamos agora ao vivo...”: um olhar sobre a utilização dos <i>links</i>	70
5.3.5 Uma leitura sobre cultura, regiões e emissoras.....	78
5.3.6 Algumas lacunas.....	86
5.3.6.1 A negação da política.....	87
5.3.6.2 Digitalização sem interação.....	88
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	94
REFERÊNCIAS.....	101
APÊNDICES.....	107
ANEXOS.....	119

1 INTRODUÇÃO

Vivemos em uma época na qual os meios de comunicação se fazem cada vez mais presentes na vida das pessoas. As narrativas, as imagens, enfim, os produtos veiculados pela mídia, fornecem os símbolos e os recursos que ajudam a constituir identidades, verdadeiras chaves de acesso às sociedades nas quais os indivíduos estão inseridos. Neste trabalho, propomos uma discussão que, a princípio, pode parecer antagônica ou contraditória a este momento: analisar a representação de Minas Gerais, suas diversas regiões e identidades culturais no telejornal de rede estadual *Bom Dia Minas*, portanto, de caráter regional, tendo em vista que o mesmo se propõe a informar sobre o que acontece nas diversas regiões do estado, por meio da seleção e utilização de materiais enviados pelas diversas emissoras afiliadas à Rede Globo em Minas, bem como daqueles produzidos pela própria TV Globo Minas de Belo Horizonte.

A primeira contradição poderia estar no fato de mergulharmos em uma pesquisa sobre o meio televisivo, mais especificamente sobre o telejornalismo, quando são muitas as afirmações que prenunciam a morte da TV, devido ao rápido desenvolvimento de novos formatos para a web. De fato, o consumo da internet cresce a cada dia. De acordo com o *Media Book Brasil 2013*¹, cujas pesquisas foram desenvolvidas pelo Ibope Media, 60% da população brasileira acessam a internet com frequência, sendo que, deste grupo, 86% se conectam de casa e 24% também o fazem no trabalho. Ainda segundo a publicação, 63% dos brasileiros possuem computador ou *laptop* e 94% celular, dispositivo que hoje também permite o acesso à rede. E os investimentos de anunciantes na internet, em 2013, foram de 6% do total do bolo publicitário. No entanto, os números sobre a televisão ainda demonstram a força deste veículo de comunicação. Os dados do *Media Book* revelam que 96% da população brasileira têm o hábito de assistir TV aberta e, em 2013, a televisão ganhou ainda mais força no país, com o crescimento de 10% no consumo de TV paga pela população. Os televisores estão presentes em 99% dos lares brasileiros e em 53% deles já foram adquiridos aparelhos de plasma, LED ou LCD. A televisão também herdou, em 2013, a maioria dos investimentos em publicidade no Brasil, nada menos que 53% do total do bolo ou mais de 2,4 bilhões de dólares.

Diante dos dados apresentados, como negar a centralidade que a televisão ainda ocupa na sociedade brasileira e anunciar a sua extinção? Muito se “profetizou” sobre o fim do

¹Disponível em <http://www.mediabook.ibope.com/pais/brasil/2013/>

jornal impresso com a chegada do rádio e, posteriormente, sobre o fim deste veículo com o advento da televisão. Mas segundo o *Media Book*, 71% da população brasileira ainda escuta, com frequência, a programação do rádio. Um meio de comunicação não acaba com a criação de outro, mas se transforma. E é por este processo que vem passando a televisão e o telejornalismo, buscando se reencontrar, testando novos formatos, novas linguagens, justificando, portanto, a continuidade das pesquisas acerca deste veículo de comunicação.

A segunda contradição deste trabalho também poderia estar no interesse da pesquisa sobre telejornalismo regional, enquanto a disseminação de informações globais se multiplica pela rede, pelas TVs internacionais, pelo rádio, com uma instantaneidade muito característica da contemporaneidade. Contudo, quando tratamos, por exemplo, da globalização e suas consequências para a sociedade, sabemos que, ao mesmo tempo em que o fenômeno tende à criação de uma cultura global, homogeneizadora e comum a todas as pontas envolvidas no processo, cresce também o interesse pelo local como forma de preservar e perpetuar as culturas regionais e, em casos mais extremos, até como forma de reação, fundamentalismo e xenofobismo.

Dada a centralidade da televisão na sociedade atual e a busca pelo fortalecimento das culturas regionais, buscamos aliar essas duas premissas, a fim de investigar como as identidades culturais são representadas pela mídia televisiva. Para isso, precisávamos buscar um objeto que nos fornecesse elementos substanciais para a pesquisa. Neste sentido, optamos por analisar as representações de Minas Gerais e suas regiões por se tratar de um estado plural, com o maior número de municípios do Brasil, que faz divisa com outros seis estados e, portanto, sofre influências diretas de seus vizinhos, mas que, por outro lado, possui um discurso de si mesmo muito forte, o discurso da “mineiridade”, forjado com interesses políticos e econômicos depois da decadência da extração do ouro, na tentativa de criar uma identidade única e no intuito de fortalecer a imagem do estado frente a outros que se desenvolviam política e economicamente. Sabemos que as “tradições de Minas” são muito divulgadas pela mídia nacional, pelas agências de turismo e que também são muito desejadas pelos visitantes que chegam ao estado. Mas nossa intenção é desvelar a existência de outras Minas e saber se elas possuem espaço no telejornalismo.

Para selecionarmos o programa a ser analisado, levamos em consideração uma emissora que fosse líder de audiência no estado, portanto a Rede Globo. Para se investigar as identidades mineiras, seria necessário escolher um telejornal que fosse exibido para toda Minas Gerais. Descartamos, portanto, o *MGTV 1ª e 2ª Edição* porque, apesar destes noticiários também exibirem reportagens não só sobre Belo Horizonte e região Metropolitana,

mas também de outras cidades do estado quando acontecem fatos relevantes pelo interior, o foco destes telejornais é local e os mesmos são exibidos apenas para a área de cobertura da TV Globo Minas². Já o *Bom Dia Minas* é um telejornal de rede estadual, ou seja, veiculado para toda Minas Gerais. Guardadas as proporções, sua função seria a mesma, por exemplo, do *Jornal Nacional* ou do *Bom Dia Brasil*, que levam as principais notícias do dia para telespectadores de todo o país. Além de “dialogar” com todo o estado, o *Bom Dia Minas* conta com a produção de reportagens não só das equipes da TV Globo Minas, mas se utiliza também das reportagens das emissoras afiliadas à Rede Globo espalhadas pelo interior.

Com o objeto de pesquisa definido, partimos, então, para as nossas questões e problemáticas. A primeira delas era investigar se o *Bom Dia Minas* representa uma única identidade mineira ou se é possível identificar várias Minas Gerais, de acordo com as características históricas, econômicas, culturais e geográficas das diversas regiões de planejamento do estado, já que o telejornal utiliza fragmentos da realidade, compostos pelas diversas reportagens produzidas e enviadas pelas emissoras afiliadas. Outra questão era descobrir em que momentos as reportagens exibidas no *Bom Dia Minas* retomam os mitos fundadores do estado, as características da mineiridade existentes no imaginário coletivo (tais como a Minas das montanhas, da religiosidade, da estrada real, do ouro e pedras preciosas) e quando afloram as matérias que dão vez e voz a outras Minas Gerais (da contemporaneidade, do desenvolvimento econômico...).

A fim de desenvolver o tema até então proposto, sobre as identidades mineiras veiculadas no *Bom Dia Minas*, utilizamos como suporte teórico os Estudos Culturais e estabelecemos um diálogo com outras pesquisas sobre telejornalismo, culturas regionais e mineiridade. O trabalho teve início com uma pesquisa bibliográfica, por meio de leitura e fichamento de livros, artigos e revistas científicas acerca dos conceitos de identidades, bem como sobre as mediações promovidas pelos meios de comunicação na sociedade, particularmente a televisão e, sobretudo, o telejornalismo. São muitos os autores que nos auxiliam no desenvolvimento da pesquisa, tais como Stuart Hall, Zigmunt Bauman, Kathryn Woodward, Néstor García Canclini, Otávio Soares Dulci, Alceu Amoroso Lima, Simone

² A TV Globo Minas foi inaugurada na capital Belo Horizonte, em 5 de fevereiro de 1968, depois que a Rede Globo adquiriu a TV Belo Horizonte (que pertencia à extinta TV Rio, segundo alguns autores, uma emissora tipicamente romântica, do amadorismo, que não resistiria – e não resistiu – ao impacto da TV Globo). A TV Globo Minas produz cinco programas diários: *Bom Dia Minas*, *Radar MG*, *MGTV 1ª Edição*, *Globo Esporte* e *MGTV 2ª Edição*. Dois programas semanais complementam a grade regional: *Terra de Minas*, exibido aos sábados, e *Globo Horizonte*, aos domingos. Ao todo, por dia, são produzidas duas horas e dois minutos de jornalismo regional. Atualmente, a empresa tem 287 funcionários e atinge 185 municípios no estado de Minas Gerais, com 2.163.582 domicílios com TV e 7.037.237 telespectadores potenciais.

Maria Rocha, Dominique Wolton, Beatriz Becker, Alfredo Vizeu, Iluska Coutinho, Christina Musse, Cristiane Finger, Rogério Eduardo Rodrigues Bazi, Darci Debona e Odil Fontella, entre outros.

Para realizarmos a investigação empírica, foram gravadas 30 edições do *Bom Dia Minas*, divididas da seguinte forma, a fim de levantar uma amostragem referente a seis meses de telejornal: três semanas do segundo semestre de 2013 (setembro, outubro e novembro, considerados meses sem grandes eventos nem coberturas de grandes casos); e três semanas do primeiro semestre de 2014 (fevereiro, março e abril), período com grandes eventos culturais tradicionais no estado de Minas Gerais, como Carnaval e Semana Santa nas cidades históricas. A reflexão sobre o material gravado, bem como sobre os respectivos *scripts*,³ se deu pela metodologia da Análise de Conteúdo (AC). Para tanto, os conteúdos veiculados foram categorizados dentro de conceitos de editorias (Cultura, Esporte, Economia, Política, etc.), formatos (reportagem, nota, nota coberta) e origem (Zona da Mata, Triângulo Mineiro, Sul de Minas...). A partir da tabulação e classificação das reportagens, traçamos inferências e interpretações, cruzando os dados obtidos com o referencial teórico utilizado.

A abordagem teórica e o desenvolvimento do tema ora proposto foram organizados da seguinte forma: no capítulo 2, discutimos os conceitos de identidades, as transformações sociais que levaram ao deslocamento ou à “crise” das identidades na contemporaneidade e a importância da mídia na construção e conformação de identidades na atualidade; no capítulo 3, tratamos do discurso da mineiridade, levantamos um breve histórico sobre o estado para resgatar seus mitos fundadores, colocamos em questão a forma como essa identidade mineira foi cunhada e procuramos, a partir de dados atuais fornecidos por institutos de pesquisas, demonstrar qual é a realidade mineira atual, a fim de explicitar que são possíveis outras Minas além daquela do discurso da mineiridade; no capítulo 4, traçamos um panorama histórico da televisão no Brasil, destacando que a TV brasileira surge local, depois torna-se nacional com a chegada do videoteipe e dos sistemas de transmissão via satélite e, mais recentemente, na década de 1980, investe na regionalização em busca de novos mercados, além de proximidade e identificação com os telespectadores em âmbito local e, por fim, localizamos o *Bom Dia Minas* no cenário atual do telejornalismo regional; no capítulo 5, apresentamos, com mais detalhes, a metodologia utilizada da Análise de Conteúdo, as categorias criadas, o recorte e a amostragem e, finalmente, trazemos à luz dados, inferências e interpretações sobre o telejornal em questão, que nos permitirão elucidar as problemáticas

³ *Script* é o roteiro do telejornal, com todas as laudas sobre os assuntos previstos para entrarem no ar na ordem determinada pelo espelho.

desta pesquisa focada na representação das identidades culturais de Minas Gerais. Concluindo, teceremos nossos comentários nas Considerações Finais, que darão conta dos resultados da verificação empírica baseada nos referenciais teóricos utilizados.

Acreditamos que, ao investigar as representações de Minas Gerais e suas identidades culturais no telejornal de rede estadual *Bom Dia Minas*, estamos contribuindo para o fortalecimento das pesquisas sobre cultura, mídia e telejornalismo regional no Brasil, bem como estabelecendo chaves de leitura crítica acerca desse veículo de comunicação ainda tão relevante em nossa sociedade, que é a televisão.

2 O JOGO DAS IDENTIDADES

O conceito de identidade tem sido cada vez mais discutido e questionado, sobretudo no âmbito dos Estudos Culturais. Isto porque a ideia de um indivíduo único, fixo e imutável está sendo desconstruída à medida que a sociedade se desenvolve ao longo dos séculos. O principal fator que contribuiu para o deslocamento das identidades foi a globalização, que colocou em contato várias culturas de diferentes pontos do planeta, numa velocidade nunca vista anteriormente. Na contemporaneidade, o sujeito conta com a possibilidade de se investir de identidades tantas quantas forem as situações que se apresentarem perante ele. Essa condição de identidades cambiantes e flutuantes só é possível por vivermos em um momento considerado por muitos estudiosos como pós-modernidade ou modernidade tardia, em que as relações humanas e as instituições também se degradam e se tornam “fluidas e líquidas”.

O desenvolvimento das tecnologias, no seio da globalização, é determinante na conformação das identidades atuais. O jornal, o rádio e o cinema foram os primeiros meios de comunicação de massa que interligaram as pessoas em prol de um produto cultural. Em seguida, surgiu a televisão que, no Brasil, ainda possui papel preponderante devido a seu alcance e facilidade de “diálogo” e reconhecimento com os telespectadores, mesmo em uma época em que a internet ganha força e também oferece a possibilidade de trocas mais interativas e instantâneas. O telejornal ainda é o principal meio pelo qual as pessoas se mantêm informadas e, portanto, é por meio dele que identidades são forjadas, na medida em que os telespectadores se veem compartilhando de um mesmo referencial comum e, portanto, pertencentes a uma “comunidade imaginada”.

E se os telejornais são capazes de cunhar uma identidade nacional única – como já o fizeram no período militar, fazendo parte de um projeto de integração nacional – seriam eles capazes de veicular identidades múltiplas? Neste cenário, os telejornais locais e regionais emergem como potenciais disseminadores das culturas e identidades que surgem às margens, na periferia do processo de globalização, e que passam a contar com grande interesse e apelo em meio à homogeneização e aculturação provocada por esse sistema. Esses são alguns aspectos que serão discutidos no desenvolver deste capítulo.

2.1 A CONFORMAÇÃO DAS IDENTIDADES NA CONTEMPORANEIDADE

“Ser ou não ser, eis a questão”. A famosa dúvida de Hamlet, escrita há mais de 400 anos pelo escritor inglês William Shakespeare, continua mais atual do que nunca, e também muito mais complexa, pois, na contemporaneidade, o questionamento não é simplesmente binário entre “ser ou não ser”, mas seria “se ser, o que ser, como ser, quando ser”. Isto porque o sujeito atual não é constituído de apenas uma identidade como aquele de séculos passados. Hoje é possível assumir identidades diferentes conforme as situações enfrentadas, os núcleos sociais e as pessoas com as quais convivemos e, até mesmo no ambiente virtual, podermos ser investidos de diferentes características e personalidades, afinal, em muitos desses ambientes não passamos de meras personas ou avatares.

Kathryn Woodward esclarece que as crises globais de identidade têm a ver com aquilo que Ernesto Laclau chamou de “deslocamento”.

As sociedades modernas, ele argumenta, não têm qualquer núcleo ou centro determinado que produza identidades fixas, mas em vez disso, uma pluralidade de centros. Houve um deslocamento de centros [...]. Isso tem implicações positivas porque esse deslocamento indica que há muitos e diferentes lugares a partir dos quais novas identidades podem emergir e a partir dos quais novos sujeitos podem se expressar (WOODWARD, 2000, p.29).

De acordo com Stuart Hall, “as identidades modernas estão sendo ‘descentradas’, isto é, deslocadas ou fragmentadas” (1999, p.8) ao passarmos por um processo mais amplo de mudança, conhecido como “crise de identidade”, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável ao mundo social. “As velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado” (HALL, 1999 p.7).

Hall continua sua descrição sobre o sujeito e, conseqüentemente, suas identidades, em uma análise sobre a mudança do mesmo de acordo com a evolução do tempo. Para o autor, existem três concepções de sujeito. A primeira delas seria o “sujeito do Iluminismo”, que seria “um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação, cujo centro consistia em um núcleo interior, que emergia pela primeira vez quando o sujeito nascia e com ele se desenvolvia [...] ao longo da existência do indivíduo”

(HALL, 1999, p.10). De acordo com essa concepção “individualista” do ser humano, o centro essencial do eu era a identidade da pessoa.

À medida que o mundo moderno se desenvolve em complexidade, a noção do sujeito do Iluminismo dá lugar ao “sujeito sociológico”, cujo núcleo interior é formado na relação com o outro, com o próximo. Trata-se de uma concepção mais interativa da identidade, ao ser formada na relação entre o eu e a sociedade. “O sujeito não era autônomo e auto-suficiente, mas era formado na relação com outras pessoas importantes para ele, que mediavam para o sujeito os valores, sentidos e símbolos – a cultura – dos mundos que ele/ela habitava” (HALL, 1999, p.11).

Por fim, ao passo que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicaram, o indivíduo passou a ser confrontado por uma multiplicidade de identidades possíveis com as quais podia se identificar, ao menos temporariamente. Surge então a concepção do “sujeito pós-moderno”, composto não de uma, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas, sem uma identidade fixa, essencial ou permanente.

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. Se sentimos que temos uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora “narrativa do eu” (HALL, 1999, p.13).

O sociólogo Zygmunt Bauman faz coro a esta afirmação ao defender que as identidades, no mundo contemporâneo, não são algo sólido, mas bastante negociáveis e revogáveis, estão em constante movimento e são formadas de acordo com a situação, ideias e princípios aos quais as pessoas são expostas.

Tornamo-nos conscientes de que o “pertencimento” e a “identidade” não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o “pertencimento” quanto para a identidade. Em outras palavras, a ideia de “ter uma identidade” não vai ocorrer às pessoas enquanto o “pertencimento” continuar sendo o seu destino, uma condição sem alternativa (BAUMAN, 2005, p.17).

Para Bauman, vivemos em uma época “líquido-moderna”, onde “o mundo a nossa volta está repartido em fragmentos mal coordenados, enquanto as nossas existências

individuais são fatiadas numa sucessão de episódios fragilmente conectados” (2005, p.18). Bauman afirma, ainda, que “a principal força motora por trás desse processo tem sido, desde o princípio, a acelerada ‘liquefação’ das estruturas e instituições sociais. Estamos agora passando da fase ‘sólida’ da modernidade para a fase ‘fluida’” (2005, p.57). A fase fluida da qual trata Bauman é considerada, por alguns autores, como a modernidade tardia, pós-modernidade ou contemporaneidade. É neste contexto que surge o fenômeno conhecido como globalização. “À medida em que áreas diferentes do globo são postas em interconexão umas com as outras, ondas de transformação social atingem virtualmente toda a superfície da terra – e a natureza das instituições modernas” (GIDDENS *apud* HALL, 1999, p.15).

As transformações globais, advindas da globalização influenciaram não apenas as instâncias sociais, econômicas e políticas, como também impactaram diretamente as identidades culturais. “A globalização envolve uma interação entre fatores econômicos e culturais, causando mudanças nos padrões de produção e consumo, as quais, por sua vez, produzem identidades novas e globalizadas” (WOODWARD, 2000, p.20). Teixeira Coelho afirma que vivemos em uma época de “identidades em inflação”, decorrente do processo de desterritorialização ou mesmo de ampliação dos territórios. O território não é mais um domínio fixo, rígido, duro. Ele se descolou da ideia de nação e está ali onde está uma sociedade ou comunidade. A sociedade e a comunidade carregam o território, não mais o inverso.

Neste universo de intensos deslocamentos de tudo para todas as direções – pessoas, coisas, ideias, informações e criações – a identidade passou por processo similar de renovação e adaptação. Os conceitos e modelos tradicionais evaporaram-se. A ideia de uma identidade nacional, derivada apenas de um solo ou, como se prefere chamar, um território definido, não mais basta para definir uma pessoa ou um grupo (COELHO, 2008, p.63).

Para Coelho, o que mais interessa é a polifonia gerada pelas identidades múltiplas, de muitas vozes, jogando-se umas contra as outras sem ter a necessidade de reconciliarem-se, fazendo apenas o suficiente para se manterem juntas. Segundo o autor, as identidades polifônicas também começam a existir nos tempos de globalização e são alguns dos instrumentos mais positivos para o desdobramento da personalidade e da cultura.

Segundo Bauman, nesta era de globalização, “o Estado não tem mais o poder ou o desejo de manter uma união sólida e inabalável com a nação” (2005, p. 34). Portanto, as identidades ganham livre curso, cabendo ao indivíduo orientá-las. De acordo com esta teoria, surgem as identidades híbridas (HALL, 1999, p.89). Para Hall, refletir sobre a identidade na

era da globalização pode nos levar a pensar no desaparecimento da diversidade, através da homogeneização muitas vezes imposta por este fenômeno, o que seria, para o autor, um falso dilema, pois “as culturas híbridas constituem um dos diversos tipos de identidade distintivamente novos produzidos na era da modernidade tardia” (HALL, 1999, p.89). Peter Burke compartilha da mesma posição, ao afirmar que “*la globalización más que homogeneizar ha hibridado*”⁴ (BURKE, 2010, p.64). As identidades híbridas são caracterizadas por comportamentos menos influenciados pela “tradição” do que pela “tradução”⁵ (BHABA, *apud* HALL, p.87), ou seja, que negociam com as novas culturas, sem serem assimiladas por estas e, também, sem perder completamente sua própria característica.

No interior do discurso do consumismo global, as diferenças e as distinções culturais, que até então definiam a *identidade*, ficam reduzidas a uma espécie de *légua franca* internacional ou de moeda global, em termos das quais todas as tradições específicas e todas as diferentes identidades podem ser traduzidas (HALL, 1999, p. 75).

Canclini afirma que as identidades dos sujeitos se formam, agora, em processos interétnicos e internacionais, entre fluxos produzidos pelas tecnologias e corporações multinacionais, intercâmbios financeiros globalizados, repertórios de imagens e informação criados para serem distribuídos a todo o planeta pelas indústrias culturais. O autor continua dizendo que, em um mundo conectado pelas redes, a desconstrução dos sujeitos ligados a um território se radicaliza. Em vez das estruturas duráveis de sentimentos, surge a relocalização tática de experiências e condutas. Nasce, então, um novo sujeito que Canclini vai chamar de “sujeito intercultural”.

Más mestizajes étnicos y sincretismos religiosos que em cualquier época, nuevas formas de hibridación entre lo tradicional y lo moderno, lo culto y lo popular, entre músicas e imágenes de culturas alejadas, nos vuelven a todos sujetos interculturales. La tarea de ser sujeto se presenta más libre, sin las restricciones que imponía antes la fidelidad a una sola etnia o nación. Pero al aumentar la heterogeneidad e inestabilidad de referencias identitarias se incrementa a incertidumbre filosófica y afectiva⁶ (CANCLINI, 2004, p.162).

⁴ “A globalização cultural mais do que homogeneizar está provocando hibridismos” (tradução nossa).

⁵ Segundo Hall (1999, p.88), o conceito de Tradução descreve aquelas formações de identidades que atravessam e intersectam as fronteiras naturais, compostas por pessoas que foram dispersadas para sempre de sua terra natal. Elas não são e nunca serão unificadas no velho sentido, porque são o produto de várias histórias e culturas interconectadas, pertencem a uma e, ao mesmo tempo, a várias “casas”.

⁶ “Mais mestiçagens étnicas e sincretismos religiosos que em qualquer época, novas formas de hibridização entre o tradicional e o moderno, o culto e o popular, entre músicas e imagens de culturas isoladas, fazem de todos nós sujeitos interculturais. A tarefa de ser sujeito apresenta-se mais livre, sem as restrições que antes impunha a fidelidade a uma única etnia ou nação. Mas ao aumentar a heterogeneidade e instabilidade de referências identitárias, cresce também a incerteza filosófica e afetiva” (tradução nossa).

Burke salienta que os encontros culturais favorecem a criatividade, mas ao mesmo tempo alerta que existem traços negativos, pois nem sempre todos os lados saem ganhando neste processo.

No pienso afirmar que el intercambio cultural sea siempre enriquecedor, olvidando que hay a quien se le hace muy costoso [...]. La hibridación tiene un precio, sobre todo si están rápida como la que está teniendo lugar en nuestro días, pues conduce a la pérdida de tradiciones regionales y al desarraigo local. Evidentemente no es casualidad que esta época, de una globalización cultural a la que, en ocasiones, se califica muy superficialmente de “americanización” sea también la era de los nacionalismos y las identidades reactivas: serbio e croata, tutsi y hutu, árabe e israelí, vasco y catalán, etcétera⁷ (BURKE, 2010, p.68).

Enquanto a homogeneização cultural seria, portanto, o “grito angustiado daqueles/as que estão convencidos/as de que a globalização ameaça solapar as identidades e a unidade das culturas nacionais” (HALL, 1999, p.77) – quadro que é considerado simplista, exagerado e unilateral na visão do futuro das identidades num mundo pós-moderno –, Hall aponta que também esteja acontecendo um movimento de contratendência: a globalização estaria reforçando as identidades nacionais e outras identidades locais ou particulares, como forma de resistência a esse fenômeno. Neste âmbito, temos desde a fascinação com a diferença e com a mercantilização da etnia e da alteridade – um novo interesse pelo local, pelo lugar, pela raiz – até formas mais extremas de forte reação defensiva, nas quais grupos étnicos sentem-se ameaçados pela presença de outras culturas – “racismo cultural” (HALL, 1999, p.85). Paralelamente à homogeneização global e à hibridização encontra-se uma contratendência de “*revival* da etnia” (HALL, 1999, p.85), no que diz respeito ao fortalecimento de identidades nacionais, de natureza essencialista. Dois exemplos dessas fortes tentativas de se reconstruir identidades purificadas, para restaurar a coesão, o “fechamento” e a tradição, frente ao hibridismo e à diversidade, são o nacionalismo na Europa Oriental e o crescimento do fundamentalismo. Movimentos xenofóbicos e de racismos culturais são considerados por Coelho como “identidades sociófugas, que se isolam das outras e deixam de fora os que não são ‘do pedaço’ ou, mais trágico, os infieis”⁸ (2008, p.64).

⁷ “Não pretendo afirmar que o intercâmbio cultural seja sempre enriquecedor, me esquecendo que para alguns ele se mostra muito oneroso. A hibridização tem um preço, sobretudo se é tão rápida como a que está tendo lugar em nossos dias, pode conduzir à perda de tradições regionais e desapego local. Evidentemente, não é coincidência que esta época, de uma globalização cultural que, em certas ocasiões, se qualifica muito superficialmente como ‘americanização’, seja também a era dos nacionalismos e das identidades reativas: sérvios e croatas, tutsis e hutus, árabes e israelitas, bascos e catalães e etc.” (tradução nossa).

⁸ Ao contrário, as identidades “sociópetas” são as que não se preocupam em incluir ou excluir e se animam apenas pela ideia de estar ao lado ou *alone together*: sozinhos, porém juntos de seus iguais que são diferentes dos outros, sem os quais não há a mútua validação que é o sal das identidades.

Uma terceira vertente desencadeada pela globalização, também descrita por Stuart Hall, é a de que as identidades nacionais estão em declínio, mas novas identidades estão tomando seu lugar. Assim,

ao invés de pensar no global como ‘substituindo’ o local seria mais acurado pensar numa nova articulação entre o “global” e o “local”. Este “local” não deve, naturalmente, ser confundido com velhas identidades, firmemente enraizadas em localidades bem delimitadas. Em vez disso, ele atua no interior da lógica da globalização. Entretanto, parece improvável que a globalização vá simplesmente destruir as identidades nacionais. É mais provável que ela vá produzir, simultaneamente, novas identificações “globais” e novas identificações “locais” (HALL, 1999, p.78).

Woodward acredita que a globalização também produza resultados contraditórios em termos de identidades. Se, por um lado, a homogeneidade cultural promovida pela globalização pode levar ao distanciamento da identidade relativa à cultura local, de forma alternativa pode levar a uma resistência que fortalece e reafirma algumas identidades nacionais e locais e, ainda, sob uma terceira ótica, pode levar ao surgimento de novas posições de identidade.

Para lidar com a fragmentação do presente, algumas comunidades buscam retornar a um passado perdido, ordenado por lendas e paisagens, por histórias de eras de ouro e antigas tradições, por fatos heróicos e destinos dramáticos localizados em terras prometidas, cheias de paisagens e locais sagrados. O passado e o presente exercem um importante papel nesses eventos. A contestação no presente busca justificação para a criação de novas – e futuras – identidades nacionais, evocando origens, mitologias e fronteiras do passado (WOODWARD, 2000, p.23).

De alguma forma, o passado e a memória atuam como âncoras em um mundo onde as identidades se tornam cada vez mais desapegadas, fragmentadas e “liquefeitas”. A valorização e o interesse pelo local e a produção de novas identidades nos parecem positivas se tomarmos como referência o âmbito do telejornalismo regional, em tese, praticado pelo *Bom Dia Minas*, ainda que este local seja consumido de forma mediada, como explicaremos na próxima seção.

2.2 MÍDIA E IDENTIDADES: RELAÇÕES PRÓXIMAS

A reflexão acerca da função dos meios de comunicação na estruturação social se faz necessária à medida que estes veículos assumem lugar privilegiado na construção da

realidade simbólica das pessoas. A despeito da realidade objetiva – vivenciada junto a amigos, familiares, colegas de trabalho e em outros laços de convivência – é por meio de jornal, rádio, televisão e internet que a maioria das pessoas tem acesso a informações sobre o que acontece no mundo que as envolve. A partir do confronto entre esses fragmentos de realidade, exibidos pela mídia, e as experiências adquiridas em seu cotidiano, o indivíduo passa a processar aquilo que Berger e Luckman (2007) vão chamar de “construção social da realidade”. Além disso, para os autores, as instituições da mídia desempenham um papel-chave na orientação moderna.

São intermediadoras entre a experiência coletiva e a individual, oferecendo interpretações típicas para problemas definidos como típicos. Tudo o que as outras instituições produzem em matéria de interpretações da realidade e de valores, os meios de comunicação selecionam, organizam (empacotam), transformam, na maioria das vezes no curso desse processo, e decidem sobre a forma de sua difusão (BERGER; LUCKMAN, 2004, p.68).

De modo semelhante, ocorre o processo de formação identitária. Em uma sociedade na qual os meios de comunicação são instrumentos essenciais, não só para garantir informação, mas também influenciam na formação dos indivíduos, a mídia tem papel de destaque na composição das identidades. Neste sentido, reafirma-se o poder dos veículos de comunicação na difusão de novos grupos identitários, uma vez que a relação entre os indivíduos e a sociedade torna-se cada vez mais mediada pelos discursos dos produtos midiáticos (MARTÍN-BARBERO, 1997). Exemplo disso é a mediatização da esfera pública (WOLTON, 2006), processo em que o palco dos debates é deslocado das praças públicas, dos cafés, dos teatros para, fundamentalmente, os cenários televisivos, em especial os telejornais.

Canclini considera que “a esfera pública foi absorvida, substituída pela mídia” (2008, p.58). Para o autor, a mídia é o espaço onde, por exemplo, a política acontece, e as campanhas eleitorais migraram dos comícios em palanques para as telas da TV.

Os meios de comunicação substituíram partidos, sindicatos, intelectuais. A aparição súbita desses meios põe em evidência uma reestruturação geral das articulações entre o público e o privado que pode ser percebida também no novo ordenamento da vida urbana, no declínio das nações como entidades que comportam o social e na reorganização das funções dos atores políticos tradicionais (CANCLINI, 2008, p.50).

Alfredo Vizeu (2008) defende que a mídia é hoje essencial para participarmos da vida em sociedade e que os telejornais são a grande “praça pública” do Brasil. Com base nesses dois fatores, para o autor, vivemos hoje na “sociedade do telejornalismo”.

Os telejornais cumprem uma função de sistematizar, organizar, classificar, e hierarquizar a realidade. Dessa forma contribuem para uma organização do mundo circundante. É o *lugar* em que os grandes temas nacionais ganham visibilidade, convertendo o exercício de publicização dos fatos como a possibilidade prática da democracia. Todo esse processo se produz num campo complexo de construção, desconstrução, significação e ressignificação de sentidos (VIZEU, 2008, p.7).

Vizeu segue argumentando que, dentro deste contexto de centralidade do telejornalismo no Brasil, o noticiário televisivo representa um “lugar de referência” para a população, podendo ser considerado “um lugar muito semelhante ao da família, dos amigos da escola, da religião e do consumo. Assistimos à televisão e vemos o mundo, ele está, ele nos vê” (VIZEU, 2010, p.83).

A televisão no cotidiano das pessoas representaria esse *objeto transicional*, uma espécie de referência, de estabilidade, diante da violência, da insegurança e da complexidade do cotidiano. Os telejornais funcionam como uma *janela* para a realidade, mostrando que o mundo circundante existe, está lá e tudo não se transformou num caos e a vida segue a sua normalidade (VIZEU, 2008, p.21).

O telejornal é o produto de informação de maior alcance e abrangência da atualidade. É por meio dele que o grande público tem acesso às notícias, que, a partir da produção de significados no repertório cultural dos telespectadores, constroem uma realidade formada por fragmentos, baseada nos fatos pautados pela mídia. Desta forma, os vínculos sociais passam a ser cada vez mais mediados pelos veículos de comunicação.

A televisão, como sempre dizemos, é o “espelho” da sociedade. Se ela é seu espelho, isso significa que a sociedade se vê – no sentido mais forte do pronome reflexivo – através da televisão, que esta lhe oferece uma representação de si mesma. E ao fazer a sociedade refletir-se, a televisão cria não apenas uma imagem e uma representação, mas oferece um laço a todos aqueles que a assistem simultaneamente. Ela é, além disso, um dos únicos exemplos em que essa sociedade se reflete, permitindo que cada um tenha acesso a essa representação (WOLTON, 1996, p. 124).

Dominique Wolton descreve a televisão como um meio promotor de um “laço social” indispensável, invisível, especular e silencioso. Um laço duplo mantido entre indivíduos dispersos geograficamente que assistem a determinado programa e sabem que outras pessoas o assistem também.

O mais importante não é o que se vê, mas o fato de se falar sobre isso. A televisão é um objeto de conversação. Falamos entre nós e depois fora de casa. Nisso é que ela é um laço social indispensável, numa sociedade onde os indivíduos ficam frequentemente isolados e, às vezes, solitários. [...] A força da televisão está no

religamento dos níveis da experiência individual e da coletiva. Ela é a única atividade a fazer a ligação igualitária entre ricos e pobres, jovens e velhos, rurais e urbanos, entre os cultos e menos cultos. Todo mundo assiste à televisão e fala sobre ela. Qual outra atividade é, hoje, tão transversal? (WOLTON, 1996, p.16).

Começam-se, então, a se constituírem novas formas e sentimentos de pertencimento que não são mais aqueles do encontro, do espaço físico, da conversa face a face com os amigos e familiares. Os vínculos hoje, “se encontram dispersos geograficamente, mas são celebrados via encontro catódico, à frente da telinha / telejornais” (COUTINHO; MUSSE, 2009, p.21). Nas palavras de Beatriz Becker,

o telejornalismo, na TV aberta, funciona como experiência única, cotidiana e coletiva, de representação e construção da realidade, refletindo e interferindo na expressão da(s) identidade(s) nacional(is). Pelo telejornal, a TV cria e procura dar visibilidade a uma experiência coletiva de nação. É um espaço importante de construção de sentidos do nacional como um ritual diário (BECKER, 2006, p.67).

Neste sentido, a televisão corrobora a afirmação de Benedict Anderson, de que a identidade nacional é uma “comunidade imaginada” (Anderson *apud* Hall, 1999, p.51). Uma vez que o telejornal tece uma narrativa carregada de elementos da cultura nacional, ainda que para indivíduos distantes uns dos outros, estes se identificam como parte de um todo e passam a viver a nação de forma imaginada.

Uma cultura nacional é um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos. (...) As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre a “nação”, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades. (HALL, 1999, p. 51).

Para Coutinho, “ao narrar o cotidiano, os telejornais também tecem laços de inclusão e pertencimento com um público que, pelo vínculo e identificação com a trama apresentada, se reconhece brasileiro, no caso dos telespectadores dos programas veiculados em rede” (2010, p.133). Partindo das afirmações supracitadas, podemos tomar como exemplo que, cada pessoa que mora dentro das fronteiras do Brasil vai se sentir um pouco mais brasileira ao assistir, na televisão, que milhares de outras pessoas estão vestindo roupas “verde-amarelas” a fim de torcerem pela seleção brasileira em uma Copa do Mundo – ou por um atleta em uma Olimpíada.

Por outro lado, Hall afirma que o discurso da cultura nacional “se equilibra entre a tentação por retornar a glórias passadas e o impulso por avançar ainda mais em direção à modernidade” (1999, p.56). Sendo assim, o autor aponta que as identidades nacionais “não

estão livres do jogo de poder, de divisões e contradições internas, de lealdades e de diferenças sobrepostas” (1999, p.65). Partindo dessa prerrogativa, é possível, portanto, que os telejornais veiculem em suas reportagens, identidades tantas quantas forem possíveis ser vividas, experienciadas e compartilhadas em uma sociedade considerada, por alguns autores, como pós-moderna. Ou podem, pelo contrário, reforçar o passado idealizado, o mito fundador, as identidades tradicionais e fixas, os estereótipos.

Se os telejornais em rede são os principais responsáveis por veicular o discurso de uma cultura nacional, ao nos transpormos para a realidade regional, que é de total interesse nesse estudo que pretende investigar as identidades culturais mineiras, são os telejornais locais e regionais que vão cunhar essas identidades.

Denominamos telejornal local aquele que é produzido na mesma área de emissão do canal, enquanto o telejornal regional seria aquele produzido em parte da área de penetração do canal (em geral nas cidades-pólo em que se localiza a sede da emissora), mas cujo material se destina a uma mesma região geocultural (COUTINHO, 2008, p.101).

Ainda de acordo com Coutinho, esses noticiários locais e regionais buscam constituir com o público da região ou localidade na qual se inserem um laço local simbolicamente construído por meio do encontro e da proximidade, da partilha de especificidades de caráter social e cultural.

Os telejornais de produção local seriam o lugar prioritário desse encontro, da criação de uma relação de pertencimento entre emissora e público e ainda um dos espaços privilegiados de construção da própria identidade da região/localidade, uma vez pressuposta a credibilidade de emissora e noticiário(s) junto a seus telespectadores (COUTINHO, 2008, p.98).

Essa tentativa de construção de laços de reconhecimento e pertencimento locais e regionais e a possibilidade de produção de novas identidades nessas instâncias interessam às nossas questões de pesquisa, ainda que este localismo e regionalismo sejam consumidos de forma mediada, conforme nos recorda Canclini.

A expansão territorial e a massificação da cidade, que reduziram as interações entre os bairros, ocorreram dos anos 1950 para cá, ou seja, no mesmo lapso em que se difundiram por toda a cidade o rádio, a televisão e o vídeo, novos vínculos eletrônicos, invisíveis, que reconstroem de modo mais abstrato e despersonalizado os nexos entre os habitantes [...] (CANCLINI, 2008, p. 108).

Debona e Fontella (1996, p.18) afirmam que a TV Regional pode servir para desenvolver as características culturais de cada comunidade, combatendo uma homogeneização, o que normalmente acontece com as grandes redes de comunicação. Para Campos (2013), a TV Regional tem, atualmente, a responsabilidade de fornecer ao telespectador uma programação local que o ajude a pensar globalmente. Em tese, ela deve desenvolver conceitos e textos que expliquem as ligações entre as comunidades locais e os sistemas mais amplos, não se fechando, portanto, a tradições, culturas e identidades locais puramente. Podemos então observar que

as notícias veiculadas no telejornal possuem características capazes de conquistar a atenção do telespectador, ou seja, elas agregam fatores que estão, de certa forma, ligados aos interesses da comunidade. Dessa forma, o telejornalismo regional contempla aspectos que podem ajudar a criar e/ou fortalecer a identidade do indivíduo e da sociedade local. (CAMPOS, 2013).

Dentro desta perspectiva é que se insere o presente estudo, na intenção de pesquisar se um telejornal de rede estadual, como o *Bom Dia Minas*, cumpre a função de criar novas identidades culturais regionais ou fortalecer aquelas já existentes na memória social e no imaginário coletivo, sobre as quais discutiremos no capítulo 3.

3 Ó, MINAS GERAIS, QUEM TE CONHECE?

“Oh! Minas Gerais!/ Quem te conhece não esquece jamais”. É tendo esses versos como refrão que o hino de Minas Gerais exalta o estado que parece ter uma identidade única, comum a todos os seus habitantes – os mineiros. Mas será realmente que conhecemos a fundo esta Minas Gerais ou apenas aquilo que se diz dela, de sua população, de seus mártires, de seus artistas? Afinal, o termo “mineiridade” é aquele mais difundido para descrever “a” identidade mineira. Mas se “Minas são muitas”, conforme descreveu o escritor Guimarães Rosa, será que essas outras vozes conseguem ser representadas pelas narrativas midiáticas contemporâneas?

Para responder a esta questão crucial ao desenvolvimento deste trabalho, é preciso percorrer um caminho histórico para tentarmos entender o que é e como surgiu o mito da mineiridade para, em seguida, tentarmos desconstruí-lo, a partir de informações que contradizem a unicidade do estado central do Brasil. Nesta perspectiva, contaremos com o suporte teórico de estudiosos do tema, como Otávio Dulci, Simone Maria Rocha, Mila Pernisa, Liana Reis e outros autores mais recentes que têm se dedicado ao estudo de um assunto tão relevante, quando as identidades culturais estão sendo tão discutidas.

3.1 A “MINEIRIDADE” EM QUESTÃO

Quando os primeiros exploradores chegaram ao Brasil, ainda no século XVI, o maior objeto de desejo era o ouro. As primeiras expedições foram frustrantes. O metal precioso só seria encontrado anos depois, já no final do século XVII. Em 23 de junho de 1698, a “bandeira” comandada por Antônio Dias de Oliveira chegou aos pés de um pico, chamado Itacolomi, onde foi fundada Vila Rica (atual Ouro Preto), que virou capital da província das Minas Gerais – eram tantas minas das quais surgiam o ouro, que o nome escolhido não poderia ter sido outro. O século XVIII era de grande efervescência econômica. A “Corrida do Ouro” ou o “Ciclo do Ouro”, como ficou conhecido o período, foi bastante próspero e congregou “indivíduos de várias localidades, níveis sociais, credos e etnias” (ROCHA, 2003, p.59).

Minas se tornou a “menina dos olhos” da metrópole. Transformou a história colonial ao demandar o desenvolvimento de outros setores produtivos – em regiões externas e internas – e deslocou o eixo da América portuguesa para a região sudeste

(transferindo a sede administrativa de Salvador para o Rio em 1763). Concentrou um número enorme de habitantes vindos de várias partes de Portugal, da colônia e do continente africano (REIS, 2013).

Mas o “Século do Ouro” entrou em decadência a partir da sua segunda metade, com o progressivo esgotamento das minas. Teve início, então, um processo de ruralização econômica, quando a população que ali vivia começou a buscar outras possibilidades de sobrevivência. Neste contexto, nos aparece o movimento dos inconfidentes – a Inconfidência Mineira. “Crime de lesa-majestade, abortada antes de sua consumação, a conjuração foi uma rebelião anticolonial” idealizada em 1789 por ‘homens poderosos’” (REIS, 2013). Envolto por um ideal republicano e libertário, o alferes Joaquim José da Silva Xavier – o Tiradentes – e seus companheiros tentaram romper com o pacto colonial e libertar-se do jugo metropolitano, mas Tiradentes acabou sendo enforcado e esquartejado, por ordem de D. Maria I, a Louca. Mais tarde, o alferes foi transformado em mártir pelo regime republicano que precisava de símbolos que o legitimassem: o hino, a bandeira e o herói.

O corpo esquartejado do herói expressa muito mais a realidade brasileira do que o corpo inteiro, símbolo da nossa unidade. Porém, Minas representa simbolicamente nossa unidade e confunde-se com a própria procura da identidade nacional, pois é percebida como síntese da nação. [...] A imagem física do alferes, pintada no século XIX, para retirar-lhe o caráter de revolucionário e dar-lhe a conotação de messiânico, serviu como uma luva para uma população de tradição católica. Tiradentes e Jesus Cristo: fisicamente semelhantes, ambos mártires, deram a vida por um ideal. [...] Tiradentes consolida-se como herói e transforma-se em mito. Os inconfidentes, ideológica e simbolicamente passam a ser identificados com a determinação de romper com a opressão, transformando-se em exemplos cívicos (REIS, 2013).

Segundo Dulci, a esta altura, a cafeicultura constituía-se em uma importante atividade econômica em todo o estado. No entanto, em fins do século XIX, houve a primeira crise de superprodução, levando ao que se designou como “perda de substância” da economia mineira no âmbito nacional. A imagem de declínio persistia forte frente ao desenvolvimento das regiões vizinhas, sobretudo São Paulo.

Já antes da crise cafeeira de 1897, as elites mineiras tinham tomado uma decisão ousada, transferindo a capital da velha Ouro Preto para Belo Horizonte, cidade planejada em moldes modernos para representar o ingresso do Estado em uma fase de renovação e prosperidade. A análise da transferência da capital oferece indicações sugestivas sobre o que se debatia para o futuro. Retirar a capital de Ouro Preto era superar os ranços do passado e projetar o prestígio de Minas na República recém implantada. Minas ainda tinha a maior população e a maior bancada no Congresso, mas perdia substância – perdia capitais e mão de obra para São Paulo e o Rio de Janeiro, como acentuou Afonso Pena ao defender a mudança. A nova capital seria um meio de deter essa sangria (DULCI, 2004, p.71)

Dulci segue discorrendo que a localização da nova capital revelou o equilíbrio em que se baseia a política mineira. Mudava-se a capital, mas ela continuava na região central, pois deveria servir de eixo de integração de todas as partes do Estado.

A intenção que moveu as autoridades a mudar a capital foi, portanto, política e econômica ao mesmo tempo. O discurso da perda de substância, embora se referisse ao declínio econômico relativo dentro do país, tinha um significado adicional, o de declínio do sistema regional de poder tanto internamente quanto externamente (ou seja, no cenário nacional). Alcançar maior crescimento econômico era condição para fortalecer o sistema de poder (DULCI, 2004, p.72).

A situação apontava para a necessidade da construção de um discurso que tentasse resolver as diferenças internas e fortalecer Minas no cenário político nacional.

A construção desse discurso tinha por objetivo forjar uma unidade, privilegiar o consenso e excluir ou ignorar o conflito. Isso porque no início do século XIX, Minas estava marcada por um processo de formação econômica, política e cultural que lhe conferiu um estado fragmentado e diversificado com múltiplos interesses políticos e econômicos. [...] Sendo assim, partimos da hipótese de que a identidade mineira é uma construção discursiva cujas funções são legitimadoras do domínio de uma elite, revelando-se como estratégia para garantir interesses regionais e que foi apropriada pela mídia sem estabelecer uma relação com o real-histórico (ROCHA, 2014).

Para Musse, o projeto da “mineiridade” produziu um discurso, no final do século XIX e início do século XX, para dar conta das diversidades culturais e territoriais da região, que teriam que ser sobrepujadas para que se viesse a construir, dentro do ideal republicano, um Estado.

Os recursos simbólicos utilizados pelos republicanos apelavam para a “prudência”, a “conciliação”, o “equilíbrio”, a “unidade de Minas”, como mitos fundadores do imaginário urbano. Para o memorialista Pedro Nava, outros valores estariam ligados ao mito da mineiridade: a “moralidade”, um “certo fingimento” e uma “encucação”, que se traduziriam pelo respeito ao dinheiro, ao banco e à propriedade (MUSSE, 2008, p.22).

O processo histórico da construção da mineiridade continuou sendo paulatinamente reforçado. Na década de 1940, o cosmopolita Alceu Amoroso Lima escreveu *A Voz de Minas* em que traçou o perfil psicológico, cultural, espiritual e sociológico dos mineiros. Rodeado pelas montanhas, o mineiro seria mais introspectivo e equilibrado.

A Minas cabe, pois, a missão de preservadora do passado, de reformadora das influências cosmopolitas que vão levando o Brasil para o indistinto ou a servidão moral e finalmente de compensadora de todos os desequilíbrios extremistas. [...] Minas não é o Brasil. Mas está naturalmente fadada a ser o centro de gravidade do Brasil. [...] Minas, enfim, é a Montanha, é o Centro, é o ímã que atrai os brasileiros

de todas as regiões, não só com aquela concentração geológica que faz das Gerais o mais rico centro telúrico de todo o Brasil, mas ainda aquele sortilégio afetivo, que o clima de Minas, o silêncio de suas cidades, o ritmo tranquilo de sua vida, a hospitalidade do seu coração e a palpitação humana de suas inteligências derramam em todos os corações (LIMA, 1983, p.124).

Essa construção simbólica foi reafirmada por alguns artistas, memorialistas, literatos e intelectuais mineiros. Durante um retrospecto literário na busca de tentar entender a marca identitária dos mineiros, Pernisa descreve-os sob as seguintes características: “Desconfiado. Conservador. Tradicionalista. Ensimesmado. Honesto e trabalhador. Pão-duro. Religioso. Equilibrado. Tímido. Conciliador. Contador de *causos*. Devagar. Paciente” (2011, p.50). A pesquisadora conclui, ao analisar vários autores, que as características mineiras mais marcantes são as que representam a região central do estado, justamente aquela que sofre menos influências das regiões fronteiriças. As nuances das “regiões culturais”, de que trata Rocha (2014), que sofreram e sofrem interferências diversas e que fornecem uma espécie de “mapa cultural” do estado, parecem não ter espaço nas narrativas literárias. E como o texto literário dialoga com o texto jornalístico, coincidentemente ou não, as narrativas da imprensa também sempre reproduzem uma identidade mineira fixa, dura, imutável, que construiu o imaginário do estado. De acordo com Musse e Pernisa, é sempre esta Minas Gerais que é objeto de atenção especial na agenda noticiosa, especialmente a nacional.

Minas sempre parece estacionada num momento cristalizado da história: é a Minas barroca, das cidades coloniais, do ouro e do diamante, das igrejas, dos tropeiros, do sertão, que surge resgatada nos folhetos de turismo, mas também nas páginas dos cadernos especiais da imprensa escrita, nos textos da teledramaturgia, nas datas comemorativas, em especial aquelas do calendário religioso, em que as imagens das procissões do Senhor Morto ou os tapetes decorados de Corpus Christi têm entrada garantida nos telejornais de rede da mídia brasileira (MUSSE; PERNISA, 2009, p.159).

A relação entre a identidade mineira, sua constituição histórica e a religião é notória, não só na imprensa, na mídia e no turismo. Também no senso comum, na arte ou em trabalhos acadêmicos a figura do mineiro vem sempre imbricada à da religião, católica é claro. Gracino Souza nos traz a explicação para essa questão.

Podemos dizer que essa realidade é tributária de uma conjuntura histórica em que as organizações leigas foram estimuladas pela parca presença institucional católica durante os séculos XVIII e XIX, após a proibição das ordens religiosas regulares. Destarte, o vácuo institucional vivido por Minas durante esse período contribuiu para a formação de um catolicismo leigo bastante contundente, com uma ativa participação na organização de ritos, festas, devoções aos santos protetores e, principalmente, uma estreita intimidade com essa variante de culto católico. Em nosso entendimento, [...] essa proximidade entre fiel e culto católico gera um

sentimento identitário muito forte, em que os mitos de origem confundem-se com os mitos católicos adaptados e/ou ressignificados nas diversas localidades (GRACINO SOUZA, 2015).

A presença das artes em Minas Gerais, no século XVIII, é um destaque no panorama nacional, especificamente no que concerne à música. De acordo com Senra Coelho (2015), a então capitania de Minas Gerais registrava um número de músicos profissionais que, em 1780, excedia o número de músicos no conjunto do Reino. Esses músicos eram, em sua grande maioria, mulatos, responsáveis pela tradição da música erudita mulata em Minas Gerais, que influenciaria diretamente, por exemplo, cantores renomados como Milton Nascimento. Outra manifestação musical que se destacou no estado, entre os séculos XVIII e XIX foram as bandas militares. Em várias cidades do interior de Minas Gerais, é possível encontrar, ainda hoje, várias bandas de música atuantes (diferentemente de algumas tradições mineiras que talvez estejam extintas do “fio histórico invisível”). As bandas influenciariam músicos mais contemporâneos, como o guitarrista Toninho Horta, integrante do Clube da Esquina, que afirma ter sido levado a seguir uma carreira artística pelo trabalho desenvolvido com bandas de músicas pelo avô.

Mesmo sendo um movimento musical contemporâneo, surgido na segunda metade do século XX, a produção do Clube da Esquina revela ao ouvinte uma essência profundamente conectada com a história de seu estado-natal, Minas Gerais. Seja pelas letras, de sentido por vezes obscuro ou velado, de formas estranhas e distorcidas - quase barrocas - seja pelas melodias e arranjos, que se fazem tão exóticos e peculiares quanto as letras, há algo presente nas canções que denunciam sua identidade (SENRA COELHO, 2015).

Como podemos notar, até mesmo na música e nas artes, a mineiridade está presente. Mas será que esse discurso está também permeado nas mensagens do telejornalismo mineiro realizado na contemporaneidade? Pernisa (2011) investigou a existência desses traços de mineiridade no telejornalismo praticado pelo *Jornal Minas 1ª Edição* – noticiário veiculado pela Rede Minas de Televisão, emissora pública ligada ao governo de Minas Gerais. A hipótese de que seria forjada uma representação do mineiro, influenciada pela tradição, baseada no mineiro construído pela literatura, não se confirmou.

A análise do telejornal *Jornal Minas 1ª edição*, da Rede Minas, aponta a falta de uma abordagem histórica ou tradicional do mineiro, numa representação “folclorizada”, que reforçasse o mito, e que era uma de nossas hipóteses. O mineiro da literatura, com tantas características muitas vezes estereotipadas, não ganha espaço no telejornal. Um pouco dessa representação baseada no mito reforçado pela literatura pode ser encontrada, timidamente, nas fontes das entrevistas do “povo-fala”, onde aparece o cidadão comum. Mas como as reportagens não se utilizam de

personagens que narram suas histórias dentro do contexto do fato, não é possível saber ao certo qual é a construção do mineiro que o telejornal pretende fazer. [...] De fato, quando se assiste ao telejornal, não há como se identificar, salvo em eventos comemorativos, nenhuma marca identitária que deixe claro tratar-se de um jornalismo feito em Minas Gerais, os registros poderiam ser de qualquer estado do Brasil. (PERNISA, 2011, p.111-113).

Sob uma primeira leitura, podemos acreditar que a ausência de traços identitários que caracterizem um telejornal como mineiro pode estar relacionada a uma das consequências do fenômeno da globalização, descrita por Stuart Hall: a homogeneização cultural. Ou, ainda, que exista a possibilidade de insurgirem novas identidades, cunhadas na contemporaneidade, que o relato literário ainda não tenha dado conta. Mas para saber se é isto de fato o que ocorre, é preciso conhecer melhor o estado de Minas Gerais atual, contemporâneo, através de dados que possam nos dar pistas sobre quais identidades mineiras têm sido forjadas pelo telejornalismo praticado pelo *Bom Dia Minas* durante suas exibições nas manhãs da TV Globo Minas e de todas as afiliadas. É o caminho que tentaremos percorrer na seção que se segue.

3.2 AS GERAIS DAS MUITAS MINAS

O saudoso escritor mineiro João Guimarães Rosa conseguiu, como ninguém, descrever, em prosa, as várias facetas do estado de Minas Gerais na obra intitulada *Ave, palavra*.

É a Mata, cismontana, molhada ainda de ventos marinhos, agrícola ou madeireira, espessamente fértil. É o Sul, cafeeiro, assentado na terra-roxa de declives ou em colinas que européias se arrumam, quem sabe uma das mais tranquilas jurisdições da felicidade neste mundo. É o triângulo, avançado, forte, franco. É o oeste, calado e curto nos modos, mas fazendeiro e político, abastado de habilidades. É o Norte, sertanejo, quente, pastoril, um tanto baiano em trechos, ora nordestino na intratabilidade da caatinga, e recebendo em si o Polígono das Secas. É o Centro, corográfico, do Vale do Rio das Velhas, calcáreo, ameno, claro, aberto à alegria de todas as vozes novas. É o Noroeste, dos chapadões, dos campos-gerais, que se emendam com os de Goiás e da Bahia esquerda, e vão até ao Piauí e ao Maranhão ondeantes (ROSA, 1970, p.247).

Tal diversidade descrita tem razão de ser. Minas Gerais é o estado do país com o maior número de municípios. De acordo com o Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), são 853 cidades, que concentram 19.597.330⁹ habitantes. O

⁹A população estimada pelo IBGE, em 2014, era de 20.734.097 habitantes.

Governo do Estado divide Minas Gerais em dez Regiões de Planejamento, a saber: Alto Paranaíba, Central Mineira, Centro-Oeste de Minas, Vales do Jequitinhonha/Mucuri, Zona da Mata, Noroeste de Minas, Norte de Minas, Vale do Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo Mineiro¹⁰. Já o IBGE divide o estado em 12 Mesorregiões e 66 Microrregiões¹¹. A nomenclatura das Mesorregiões nos interessa, pois o *Bom Dia Minas* a utiliza frequentemente para localizar os municípios, sendo: Noroeste de Minas, Norte de Minas, Jequitinhonha, Vale do Mucuri, Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, Central Mineira, Metropolitana de Belo Horizonte, Vale do Rio Doce, Oeste de Minas, Sul e Sudoeste de Minas, Campo das Vertentes e Zona da Mata.

Os principais municípios do estado e seus respectivos números de habitantes, aproximados, além da capital Belo Horizonte (2,3 milhões), são: Uberlândia (604 mil), Contagem (603 mil), Juiz de Fora (516 mil), Betim (378 mil), Montes Claros (361 mil), Ribeirão das Neves (296 mil), Uberaba (296 mil), Governador Valadares (263 mil), Ipatinga (239 mil), Santa Luzia (222 mil) e Sete Lagoas (217 mil). Minas Gerais é um dos estados brasileiros que mais fazem divisas com outras Unidades Federativas. São seis “vizinhos”: São Paulo (sul e sudeste), Rio de Janeiro (sudeste), Mato Grosso do Sul (oeste), Goiás e Distrito Federal (noroeste), Espírito Santo (leste) e Bahia (norte e nordeste). Por este motivo, sofre grandes influências externas, o que levou Rocha a delimitar as “regiões culturais” de Minas, que se diferenciam das divisas e regiões oficiais.

Nessa “divisão”, Minas teria “regiões culturais”, o que nos permite desvencilhar de divisões geo-políticas arbitrárias e enxergar em Minas aquele “mapa” ao qual fizemos referência. O que procuramos foi evidenciar a diversidade interna do estado, os diversos referentes culturais já que cada uma das regiões surge a partir da relação entre geografia e economia. [...]

- 1) Região central: berço da mineração e a única que carrega consigo os traços contidos no discurso da mineiridade.
- 2) Norte e Nordeste: cuja influência viria sobretudo da Bahia.
- 3) Triângulo mineiro e Alto Paranaíba: São Paulo e Goiás, donde surge a idéia da produção do caipira do centro do Brasil.
- 4) Sul de Minas: ligado a São Paulo. (ROCHA, 2014).

As “regiões culturais” das quais trata Rocha, são para nós um indício de que Minas Gerais possua diversas identidades culturais, por ser tão multifacetada, devido às tantas influências que sofre. A partir da exposição deste mapeamento extra-oficial, bem como dos dados relativos à demografia e geografia, partiremos para outras informações que acreditamos

¹⁰<http://www.mg.gov.br/governomg/portal/c/governomg/conheca-minas/geografia/5671-regioes-de-planejamento/69548-as-regioes-de-planejamento/5146/5044>

¹¹Os mapas das Regiões de Planejamento, Mesorregiões e Microrregiões de Minas Gerais podem ser consultados nos anexos deste trabalho.

serem relevantes para traçar um “mapa” mais atualizado sobre o estado de Minas e, em breve, relacioná-lo às reportagens exibidas no *Bom Dia Minas* para que comecemos a identificar de que identidades mineiras trata o telejornal.

3.2.1 Economia

Segundo a pesquisa *Contas Regionais do Brasil – 2012* (IBGE), Minas Gerais tem a terceira maior economia do Brasil, com um Produto Interno Bruto (PIB) de R\$ 403.551 bilhões e participação de 9,2% no PIB brasileiro, ficando atrás apenas de São Paulo (32,1%) e Rio de Janeiro (11,5%). De acordo com o *Relatório Anual do Produto Interno Bruto de Minas Gerais – 2012* (Fundação João Pinheiro - FJP), o setor mais forte da economia mineira é o de Comércio/Serviços (54,1%), seguido da Indústria (25,6%) e da Agropecuária (7,5%). Os impostos sobre produtos líquidos contribuem com 12,8% na formação do PIB da Unidade Federativa em questão.

Quadro 1: Produto Interno Bruto (PIB), Impostos e Valor Adicionado Bruto (VA) a preços de mercado correntes (R\$ milhões), segundo setores de atividade econômica (9 setores) – Minas Gerais – 1995-2012

	Agro-pecuária	Indústria					Serviços					Valor Adicionado	Impos-tos **	Produto Interno Bruto	PIB <i>per capita</i>
		Total	Extr. Min.	Transf.	Construção	SIUP	Total	Comércio	Finanças	Adm. Públ.	Outros *				
1995	6.134	15.402	1.524	9.742	2.568	1.567	31.407	5.956	2.806	7.059	15.586	52.943	7.987	60.930	3.609,56
1996	6.921	18.752	2.010	11.358	3.415	1.969	39.766	6.006	3.268	8.155	22.338	65.439	8.712	74.152	4.339,35
1997	7.621	21.321	1.989	12.993	3.971	2.369	44.643	6.613	3.736	8.839	25.455	73.586	9.216	82.801	4.787,43
1998	8.392	21.136	1.881	12.271	4.075	2.910	44.905	6.552	3.716	9.598	25.039	74.433	9.491	83.924	4.793,77
1999	8.866	22.726	1.838	13.325	4.270	3.293	47.162	7.325	4.074	10.655	25.108	78.754	11.036	89.790	5.046,02
2000	9.286	27.798	3.005	15.890	4.692	4.211	51.136	8.551	3.687	11.902	26.996	88.219	12.393	100.612	5.580,13
2001	9.047	27.742	2.593	16.949	4.782	3.418	59.274	9.897	4.575	13.625	31.177	96.063	15.252	111.315	6.093,38
2002	11.167	31.708	3.096	19.106	5.377	4.130	68.071	10.967	6.024	16.398	34.682	110.946	16.836	127.782	6.903,95
2003	13.488	39.277	4.094	23.451	6.129	5.603	76.982	13.559	6.709	17.719	38.995	129.746	19.076	148.823	7.936,72
2004	15.423	52.531	5.602	31.421	8.207	7.302	87.980	16.355	7.126	19.554	44.945	155.934	21.391	177.325	9.335,97
2005	15.568	54.303	6.226	31.630	8.085	8.363	97.431	17.654	7.846	22.455	49.476	167.301	25.338	192.639	10.013,76
2006	15.700	59.713	5.943	34.744	9.532	9.494	112.176	21.945	9.110	25.092	56.028	187.588	27.166	214.754	11.024,70
2007	16.855	66.342	5.633	39.140	11.411	10.158	127.032	24.632	11.666	28.505	62.230	210.229	31.064	241.293	12.519,40
2008	23.231	78.924	10.105	46.009	12.411	10.399	143.168	28.408	10.873	33.509	70.379	245.323	37.197	282.521	14.232,73
2009	22.716	75.826	7.183	44.804	14.839	9.000	153.798	28.445	13.354	35.802	76.197	252.340	34.715	287.055	14.328,62
2010	26.102	103.376	21.243	54.315	18.149	9.669	178.387	34.438	16.450	41.292	86.207	307.865	43.516	351.381	17.931,89
2011	31.092	111.348	27.178	51.787	20.505	11.878	196.982	38.263	17.410	45.895	95.413	339.423	46.733	386.156	19.573,29
2012	30.215	103.354	21.143	47.783	22.831	11.598	218.334	41.964	19.026	49.194	108.150	351.903	51.649	403.551	20.324,58

Fontes: IBGE, Coordenadoria de Contas Nacionais (CONAC), FJP e Centro de Estatística e Informações (CEI)

Vale ressaltarmos aqui a participação dos tipos de indústrias na formação do PIB mineiro. O setor que mais se destaca é o das Indústrias de Transformação, seguido da Indústria da Construção civil e, apenas em terceiro lugar, desponta a Indústria Extrativa Mineral. Por fim, aparecem os Serviços Industriais de Utilidade Pública (SIUP).

Já o boletim *Produto Interno Bruto dos Municípios de Minas Gerais – 2011* nos revela as regiões do estado mais ricas, economicamente. De acordo com a publicação, Em 2011, a região Central representava 47% do PIB estadual, seguida pelo Sul de Minas (12,7%),

Triângulo (11,1%), Mata (7,2%), Rio Doce (5,6%), Centro Oeste (4,6%), Norte (3,9%), Alto Paranaíba (3,9%), Jequitinhonha/Mucuri (1,9%) e Noroeste (1,9%). Com relação aos municípios, Belo Horizonte e Betim (região Central) mantiveram a liderança isolada entre as dez cidades com as maiores participações no PIB estadual no ano de 2011. Na sequência, estão Contagem (Central), Uberlândia (Triângulo), Juiz de Fora (Mata), Uberaba (Triângulo), Ipatinga (Rio Doce), Nova Lima, Sete Lagoas e Mariana (Central). Destes, o único município que não figurava no ranking das dez maiores economias de 2010 era Mariana, que subiu da 12ª para a 10ª posição.

3.2.2 Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM)

O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) é um indicador que mede o nível de desenvolvimento humano dos municípios brasileiros, utilizando como critérios indicadores de educação (alfabetização e taxa de matrícula), longevidade (esperança de vida ao nascer) e renda (PIB per capita). O cálculo do indicador é realizado por três instituições: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), Fundação João Pinheiro (FJP) e Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), que levam em conta dados dos censos realizados pelo IBGE desde 1991. O índice varia de zero (nenhum desenvolvimento humano) a um (desenvolvimento humano total). Os parâmetros do IDHM são os seguintes: até 0,499 desenvolvimento humano considerado muito baixo; entre 0,500 e 0,599 baixo desenvolvimento humano; entre 0,600 e 0,699 desenvolvimento humano médio; entre 0,700 e 0,799 desenvolvimento humano alto; acima de 0,800 desenvolvimento humano considerado muito alto. O IDHM também pode ser calculado a nível intramunicipal das regiões metropolitanas do país – ou seja, para as Unidades de Desenvolvimento Humano (UDH), sendo possível atingir o IDHM das Unidades Federativas. No nosso caso, interessa saber os indicadores sociais de Minas Gerais, os quais apresentaremos nessa seção.

Atualmente, o IDHM de Minas Gerais é de 0,731, o que situa o estado na faixa de Desenvolvimento Humano Alto (IDHM entre 0,700 e 0,799) e na 9ª colocação no ranking das 27 Unidades Federativas do Brasil¹². O índice apresenta histórico de elevação. Em 2000, o registro era de 0,624 (IDHM Médio) e, em 1991, o indicador chegava a 0,478 (Muito Baixo).

De acordo com os dados do *Atlas Brasil do Desenvolvimento Humano*¹³, a dimensão que mais contribui para o IDHM mineiro é o índice Longevidade, com registro de 0,838. A

¹² Nesse ranking, o maior IDHM é 0,824 (Distrito Federal) e o menor é 0,631 (Alagoas).

¹³ Disponível em http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_uf/minas-gerais

mortalidade infantil (mortalidade de crianças com menos de um ano de idade) no estado passou de 27,8 por mil nascidos vivos, em 2000, para 15,1 por mil nascidos vivos, em 2010. Em 1991, a taxa era de 35,4. A estrutura etária também foi se alterando ao longo dos anos. A taxa de envelhecimento aumentou de 6,20%, em 2000 para 8,12%, em 2010, provocando mudança significativa na pirâmide etária.

Quadro 2: Evolução da Pirâmide Etária de Minas Gerais



Fonte: PNUD, FJP, Ipea.

O segundo maior IDHM de Minas Gerais é o relativo à Renda. O cálculo revelou índice de 0,730. A renda per capita média de Minas Gerais cresceu 100,53% nas últimas duas décadas, passando de R\$ 373,85, em 1991, para R\$ 548,87, em 2000, e para R\$ 749,69, em

2010. Isso equivale a uma taxa média anual de crescimento, nesse período, de 3,73%. A proporção de pessoas pobres, ou seja, com renda domiciliar per capita inferior a R\$ 140,00 (a preços de agosto de 2010), passou de 41,01%, em 1991, para 24,64%, em 2000, e para 10,97%, em 2010. A evolução da desigualdade de renda nesses dois períodos pode ser descrita através do Índice de Gini¹⁴, que passou de 0,61, em 2000, para 0,56, em 2010.

Por fim, o IDHM Educação revela-se como o pior indicador de Minas Gerais, com índice de 0,638. Proporções de crianças e jovens frequentando ou tendo completado determinados ciclos indicam a situação da educação entre a população em idade escolar do estado e compõem o IDHM Educação. No estado, a proporção de crianças de cinco a seis anos na escola é de 92,16%, em 2010. No mesmo ano, a proporção de crianças de 11 a 13 anos frequentando os anos finais do ensino fundamental é de 87,96%; a proporção de jovens de 15 a 17 anos com ensino fundamental completo é de 60,94%; e a proporção de jovens de 18 a 20 anos com ensino médio completo é de 42,82%. Também em 2010, 84,55% da população de seis a 17 anos do estado estavam cursando o ensino básico regular com até dois anos de defasagem idade/série. Em 2000 eram 81,49% e, em 1991, 73,33%. Dos jovens adultos de 18 a 24 anos, 14,97% estavam cursando o ensino superior em 2010. Em 2000, eram 6,64% e, em 1991, 3,70%.

O indicador Expectativa de Anos de Estudo também sintetiza a frequência escolar da população em idade escolar. Mais precisamente, indica o número de anos de estudo que uma criança que inicia a vida escolar no ano de referência deverá completar ao atingir a idade de 18 anos. Em Minas Gerais, entre 2000 e 2010, ela passou de 9,16 anos para 9,38 anos, enquanto no Brasil passou de 8,76 anos para 9,54 anos. Em 1991, a expectativa de anos de estudo era de 8,36 anos, no estado, e de 8,16 anos no Brasil.

Também compõe o IDHM Educação um indicador de escolaridade da população adulta, o percentual da população de 18 anos ou mais com o ensino fundamental completo. Entre 2000 e 2010, esse percentual passou de 36,78% para 51,43%. Em 1991, o percentual era de 26,16%. Em 2010, considerando-se a população de 25 anos ou mais de idade, 10,36% eram analfabetos, 46,40% tinham o ensino fundamental completo, 32,25% possuíam o ensino médio completo e 10,57%, o superior completo. No Brasil, esses percentuais são, respectivamente, 11,82%, 50,75%, 35,83% e 11,27%.

¹⁴O Índice de Gini é um instrumento usado para medir o grau de concentração de renda. Ele aponta a diferença entre os rendimentos dos mais pobres e dos mais ricos. Numericamente, varia de 0 a 1, sendo que 0 representa a situação de total igualdade, ou seja, todos têm a mesma renda, e o valor 1 significa completa desigualdade de renda, ou seja, se uma só pessoa detém toda a renda do lugar.

3.2.3 Religiosidade

Os resultados do *Censo Demográfico 2010* (IBGE) mostram o crescimento da diversidade dos grupos religiosos no Brasil. A proporção de católicos seguiu a tendência de redução observada nas duas décadas anteriores, embora tenha permanecido majoritária. Em paralelo, consolidou-se o crescimento da população evangélica, que passou de 15,4% em 2000 para 22,2% em 2010. Acreditamos ser válida a exposição desses resultados em Minas Gerais, tendo em vista que expusemos na seção anterior que, de acordo com Gracino Souza, a representação da figura do mineiro vem sempre imbricada à da religião, especialmente a católica. Os dados sobre religião foram elencados em números absolutos, conforme o quadro abaixo.

Quadro3: Mapa da religiosidade mineira

	RELIGIÃO	HABITANTES
1	Católicos (apostólicos romanos, brasileiros ou ortodoxos)	13.841.985
2	Evangélicos (presbiterianos, luteranos, metodistas, adventistas e outros)	5.561.187
3	Igrejas de origem pentecostal (Maranatas, Universal, Assembleia Deus e outros)	4.515.409
4	Religiões evangélicas não determinadas	897.982
5	Outras religiosidades cristãs	123.178
6	Mórmons	9.744
7	Testemunhas de Jeová	122.514
8	Espíritas e espiritualistas	424.282
9	Umbanda, candomblé e outras religiões afordescendentes	34.903
10	Judaísmo	3.509
11	Hinduísmo	517
12	Budismo	8.895
13	Outras religiões orientais (incluindo Igreja Messiânica)	12.972
14	Islamismo	1.008
15	Religiões de tradições esotéricas	9.393
16	Religiões de tradições indígenas	2.901
17	Outras religiosidades	2.166
18	Sem religião (ateus e agnósticos)	986.626
19	Religião não determinada, mal definida, múltiplo pertencimento, múltipla religiosidade	122.675
20	Não sabem	14.438
21	Não declararam	3.238

Fonte: Censo 2010 - IBGE

De acordo com os dados do IBGE, a população evangélica, em Minas Gerais, já está bem próxima da população católica, se considerarmos como evangélicos, os itens de dois a quatro do Quadro 3, pelo menos, desmistificando, assim, a necessidade de uma cobertura de eventos católicos sob a justificativa de que estes compõem a grande maioria da população mineira.

Enfim, se existe uma Minas Gerais de identidade fixa, barroca, das montanhas, minas e ouro, da religiosidade e da ruralidade, certamente existem muitas outras Minas, formadas por mineiros das diversas regiões do estado, onde os sotaques, os costumes, as crenças, a economia, o desenvolvimento social e a preferência por times de futebol – isto para ficar em poucos exemplos – são totalmente divergentes. Por isso, uma das questões que pretendemos elucidar neste trabalho é se essas diversas nuances mineiras são representadas dentro do telejornalismo regional praticado pelas diversas emissoras espalhadas pelo estado e, ainda, se o encontro entre essas diversas Minas Gerais acontece dentro do telejornal de rede estadual *Bom Dia Minas*, já que o noticiário se apropria das várias reportagens jornalísticas já produzidas e veiculadas nos telejornais regionais para compor uma identidade mineira, criando vínculos de pertencimento e identificação entre os milhares de telespectadores espalhados por todo o território estadual e, ainda, ressaltando diferenças e dando visibilidade a tantas facetas distintas e identidades possíveis do estado de Minas Gerais.

4 TELEJORNALISMO LOCAL E REGIONAL

Nos últimos anos, tem ocorrido uma tendência crescente de valorização do espaço local e comunitário na dinâmica da vida cotidiana, em contraponto com a massificação e as alterações das identidades motivadas pelos processos de globalização dos mercados. Na década de 1980, por exemplo, a Rede Globo, que havia consolidado sua posição de líder de audiência na década de 1970, partiu para uma estratégia de ampliar sua cobertura geográfica e regionalizar sua programação. Foi criado em seu organograma a CGAE – Central Globo de Afiliadas e Expansão. O setor era responsável por

viabilizar as emissoras locais em todas necessidades, como: programação, engenharia e jornalismo. Nessa central, as preocupações vão da qualidade do sinal que chega aos lares dos telespectadores até o investimento realizado pelas emissoras regionais em seus diversos departamentos (BAZI, 2001, p.23).

A Rede Globo passa, então, a contar com uma sólida estrutura de emissoras regionais em todo o país, a partir de emissoras filiais (ou emissoras próprias) e emissoras afiliadas, “empresas associadas a uma emissora com penetração nacional de sinal, que retransmitem a programação de rede, embora também produzam programas, telejornais e comerciais locais” (BAZI, 2001, p.24). A partir deste período, muitas das estações de TV que surgem locais pelo interior do Brasil, devido aos altos custos de produção televisiva, optam por integrar esta rede (como exemplificaremos na próxima seção deste capítulo).

A partir da década de 1990, segundo Mattos, a televisão entra numa fase de desenvolvimento chamada de “Fase da globalização e da TV paga” (2010, p.131). O período se estenderia até o ano 2000. Contraditoriamente, ao mesmo tempo em que surge a estruturação da TV por assinatura (cabo e satélite), o debate sobre a TV em alta definição, os programas interativos (*Você Decide*, 1992, da Rede Globo), a exportação de programas e o crescimento do setor de videocassetes (que estimulou o aumento das produtoras independentes), “foi também nesta fase que se estabeleceram várias emissoras regionais, ampliando as possibilidades de uma maior regionalização e utilização de canais de televisão alternativos” (MATTOS, 2010, p.132). Ao mesmo tempo, aumenta a preocupação das redes quanto à qualidade técnica da imagem entregue aos telespectadores pelas emissoras regionais. Por isso, em 1995, a Rede Globo investiu R\$ 3 milhões em equipamentos de transmissão para a instalação e modernização de suas afiliadas. “O retorno do investimento não tardou a

chegar. Em 1996, de acordo com a revista *Veja*, 59% do faturamento publicitário saiu das cidades do interior” (BAZI, 2001, p.25).

Peruzzo elucida que a questão contemporânea da cidadania, nas diversas regiões do país, faz parte da pauta de reivindicação social e, portanto, é tempo de se ampliar esses espaços de programação local e regional nos meios de comunicação, pois, para ela, a maior parte da grade de programação é ocupada por conteúdos similares aos da grande mídia.

A mídia local tende a reproduzir a lógica dos grandes meios de comunicação, principalmente no que se refere ao sistema de gestão e aos interesses em jogo. Diferencia-se quanto ao conteúdo ao prestar maior atenção às especificidades de cada região, enquanto a mídia convencional usa como um dos critérios de seleção de conteúdos assuntos que interessam ao maior número de pessoas possível (PERUZZO, 2012, p.91).

Não é comum que a mídia local comercial no Brasil contemporâneo se ocupe de questões relativas às desigualdades sociais e movimentos sociais, embora seja possível observar uma demanda crescente nesse sentido. Peruzzo atribui a isso o provável interesse da mídia em mostrar-se sintonizada com a realidade local.

É sabido o incômodo que é morar em cidades do interior, no Brasil de tão grandes diversidades, e assistir apenas noticiários de fatos ocorridos na capital e nas cidades mais importantes do país (Rio, São Paulo e Brasília) ou no exterior. Trata-se de informação necessária, mas as pessoas necessitam e gostam de saber e discutir os acontecimentos ao seu redor (PERUZZO, 2012, p.92).

Bastos da Silva, analisando duas emissoras regionais na Baixada Santista, chega a uma constatação semelhante à de Peruzzo.

As tevês regionais por uma série de questões procuram dar cobertura maior para a cidade mais importante da sua região. Este fato tem gerado muitas críticas e discussões sobre o papel que as emissoras deveriam prestar para a região. As empresas se defendem afirmando que não possuem equipes suficientes para realizar uma cobertura cabal ou às vezes não se justifica enviar uma equipe para um município muito distante sem haver razão maior (BASTOS SILVA *apud* BAZI, 2001, p.16).

A discussão sobre mídia regional remete à reflexão sobre regionalismo, primeiramente, e, em seguida, sobre regionalização. É preciso que as emissoras que se pretendam regionais desenvolvam uma “vocalização regional”, descrita por Oliveira como “o empenho em novas articulações, novos movimentos requeridos pelas disjunções/conjunções do contexto globalização/regionalização, seja de indivíduos particulares, seja de organizações públicas, políticas, comerciais e, especificamente, da mídia” (2006, p.108). O autor ressalta a

necessidade do comprometimento das emissoras em representar bem a região na qual estão inseridas, o que traria, como resultados, não só a visibilidade, como também a proximidade com o público.

Um grupo midiático regional articula-se a partir de territórios culturais e econômicos. (...) Tais grupos de mídia poderiam materializar, de fato, a ideia do regional a partir do momento em que se comprometem com produções e notícias, tanto na esfera das identidades, quanto na esfera de mercado. [...] A televisão, particularmente aquela que delimita contornos regionais, pode estabelecer com mais facilidade, acreditamos, vínculos com as comunidades, à medida que dá visibilidade a serviços e produtos – necessários, em boa medida, ao bem estar dos cidadãos – e problemas e instituições –, esferas representativas dos públicos (OLIVEIRA, 2006, p.108-109).

Enquanto as emissoras regionais não despertam para a importância e necessidade da cobertura local, várias articulações políticas são feitas na tentativa de tornarem obrigatória a inserção do regional nas telas das TVs. As principais são as criações de leis e normativas que levem as emissoras a cumprirem determinadas cotas de cobertura regional. Sobre essa legislação, discorreremos na seção que segue, além de exemplificarmos o processo de afiliação de algumas estações de TV, que surgem locais no Brasil, a grandes redes, como a Rede Globo de Televisão.

4.1 O TELEJORNALISMO REGIONAL NO BRASIL

A regionalização da produção jornalística das emissoras de televisão no Brasil, bem como da produção artística e cultural, está prevista na Constituição Federal, promulgada em 1988, no artigo nº 221, inciso III, onde lê-se:

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

- I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
- II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
- III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
- IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família. (BRASIL, 1988).

No entanto, ainda falta a regulamentação de leis ordinárias que possibilitem a implantação da programação regional na TV aberta. O projeto de lei nº 256/91, da deputada federal Jandira Feghali (PC do B/RJ), por exemplo, que pretende regulamentar o inciso III do

artigo nº 221 da Constituição Brasileira, tramita no Congresso Nacional desde 1991. O projeto estabelece que as emissoras nacionais devam produzir, no mínimo, 30% de programação regional, a fim de divulgar informações e cultura regionais às comunidades locais. Em 2013, recebeu parecer favorável na Comissão de Ciência e Tecnologia do Senado e algumas emendas. Porém, ainda não retornou à Câmara dos Deputados.

Outra tentativa de aumentar o espaço para a produção cultural, artística e jornalística regional nas emissoras de TV é o anteprojeto de lei do deputado Sérgio Zveiter (PSD-RJ) que também pretende regulamentar o inciso III do artigo 221 da Constituição. O texto foi aprovado em julho de 2013 na Comissão Mista de Consolidação de Leis e de Dispositivos Constitucionais. A proposta define como produção cultural, artística e jornalística todos os programas que abranjam conteúdos como apresentações musicais, espetáculos de teatro, ópera, circo, dança, dramaturgia, obras de ficção, de cunho religioso, documentários, animação, noticiosos, debates, mesas-redondas, entrevistas, atualidades, programas de auditório e eventos esportivos. A produção de caráter regional é definida como aquela produzida na região onde está localizada a emissora – Norte, Sul, Sudeste, Nordeste ou Centro-Oeste. Já a produção local é aquela produzida no estado onde se localiza a emissora de rádio ou TV.

O projeto de lei, que foi protocolado como sendo de autoria da comissão mista, prevê, ainda, limites mínimos semanais de produção regional e local a serem inseridos na programação das rádios e TVs, de acordo com o tamanho das localidades em que atuam. Cidades com até 500 mil habitantes devem ter 336 minutos semanais de programação regional, sendo metade deles (168 minutos) de programas locais – ou seja, produzidos no estado. Já cidades com população entre 500 mil e 1 milhão de habitantes, devem exibir 504 minutos de produção regional, sendo metade de produção local. Para localidades com população entre 1 milhão e 5 milhões de habitantes, a exigência mínima é de 616 minutos de produção regional e 308 minutos de produção local. O limite mínimo para cidades com mais de 5 milhões de habitantes passa a ser de 840 minutos de produção regional, dos quais 420 minutos devem ser de produção local. Os percentuais seriam menores nos primeiros cinco anos de aplicação da lei, aumentando gradativamente até chegar às exigências finais. E para facilitar o cumprimento desses limites, principalmente em cidades menores, que podem ter mais dificuldade de produzir e custear seu próprio conteúdo cultural, o projeto permite que materiais realizados por produtoras independentes regionais tenham o tempo de exibição contabilizado de forma dobrada. Como forma de incentivar o cinema nacional, os filmes produzidos no Brasil, independentemente da região, também poderão ser contados no tempo

de programação regional e local. Outra questão de que trata o texto é o desconto do tempo dos comunicados oficiais em rede e da propaganda político-partidária e eleitoral obrigatória no tempo previsto para a programação regional e local.

A Lei da Cabodifusão 8.977/95, mais conhecida como Lei do Cabo, também é uma normativa que pretende aumentar a veiculação e, portanto, a produção de conteúdo local/regional. De acordo com o texto do Artigo 23, a operadora de TV a Cabo, na sua área de prestação do serviço, deverá tornar disponíveis canais para várias destinações, como, por exemplo, um canal para a Câmara dos Deputados, um canal para o Senado Federal e um canal para o Supremo Tribunal Federal. Mas os canais que mais teriam potencial para dar espaço à produção regional seriam:

- a) canais destinados à distribuição obrigatória, integral e simultânea, sem inserção de qualquer informação, da programação das emissoras geradoras locais de radiodifusão de sons e imagens, em VHF ou UHF, abertos e não codificados, cujo sinal alcance a área do serviço de TV a Cabo e apresente nível técnico adequado, conforme padrões estabelecidos pelo Poder Executivo;
- b) um canal legislativo municipal/estadual, reservado para o uso compartilhado entre as Câmaras de Vereadores localizadas nos municípios da área de prestação do serviço e a Assembleia Legislativa do respectivo Estado, sendo o canal voltado para a documentação dos trabalhos parlamentares, especialmente a transmissão ao vivo das sessões; [...]
- e) um canal universitário, reservado para o uso compartilhado entre as universidades localizadas no município ou municípios da área de prestação do serviço;
- f) um canal educativo-cultural, reservado para utilização pelos órgãos que tratam de educação e cultura no governo federal e nos governos estadual e municipal com jurisdição sobre a área de prestação do serviço;
- g) um canal comunitário aberto para utilização livre por entidades não governamentais e sem fins lucrativos. (BRASIL, 1995).

Todas essas iniciativas políticas e legisladoras, que visam tornar obrigatória e regulamentar a produção televisiva regional, são tentativas de retornar a uma realidade que já se viu: a televisão brasileira nasceu local! De acordo com Mattos (2010), a televisão brasileira começou a ser implantada em fevereiro de 1949, quando o jornalista Assis Chateaubriand adquiriu, junto à empresa RCA Victor, cerca de 30 toneladas de equipamentos necessários para montar uma emissora. A inauguração da TV Tupi-Difusora aconteceu no dia 18 de setembro de 1950, em estúdios precariamente instalados em São Paulo, uma iniciativa pioneira de Chateaubriand. O canal 3 se constituiu na primeira estação de TV da América Latina.

Quatro meses depois, Assis Chateaubriand iniciou um novo empreendimento na cidade do Rio de Janeiro. No dia 20 de janeiro de 1951 foi inaugurada a TV Tupi Rio, também instalada provisoriamente nas dependências da Rádio Tamoio, proximidades da praça

Mauá, no Centro. Ainda segundo Mattos, a TV Tupi-Difusora surgiu em uma época em que o rádio era o veículo mais importante do país, atingindo quase todos os estados. Ao contrário, por exemplo, da televisão norte-americana, que se desenvolveu apoiando-se na forte indústria cinematográfica, “a brasileira teve de se submeter à influência do rádio, utilizando, inicialmente sua estrutura, o mesmo formato de programação, bem como seus técnicos e artistas” (MATTOS, 2010, p.53). Inclusive o alcance da transmissão era bem restrito, por isso a característica de localidade da televisão neste primeiro momento.

As imagens somente eram vistas a partir das antenas de transmissão, num raio aproximado de 100 quilômetros em torno do transmissor que gerava as imagens. Não havia fitas de vídeo para copiar os programas e transportá-los entre as regiões. Cada estação de TV tinha que prover sua própria programação (BAZI, 2006, p.77).

Ao estabelecer fases de desenvolvimento da televisão no Brasil, Mattos classifica este período, até 1964, como a “fase elitista, quando o televisor era considerado um luxo ao qual apenas a elite econômica tinha acesso” (MATTOS, 2010, p.85). A televisão brasileira foi iniciada com apenas 200 televisores. O preço de um aparelho era três vezes maior que o da mais sofisticada radiola da época, pouco menos que um carro. Em fins de 1951 já existiam mais de sete mil televisores entre Rio e São Paulo.

Ainda nesta fase, em 1960, a televisão recebeu um grande impulso: a chegada do videoteipe. Se por um lado o uso do VT possibilitou “não somente as novelas diárias como também a implantação de uma programação horizontal [...], substituindo o tipo de programação em voga até então, de caráter vertical, com programas diferentes todos os dias” (MATTOS, 2010, p.93), a nova tecnologia também permitiu a amplificação do alcance das emissoras.

A partir de então, a produção regional entrou num declínio, já que se criou uma forte indústria televisiva na região Sudeste, sobretudo em São Paulo e Rio de Janeiro, impondo uma programação “nacional”, na tentativa de divulgar os mesmos produtos culturais. Finaliza-se, portanto, o modelo insular da televisão brasileira. As estações regionais, já denominadas de afiliadas, só exibiam programas adquiridos da geradora da programação, chamada também de “cabeça de rede” (BAZI, 2006, p.77).

Esse processo também aconteceu nas diversas estações de TV locais que surgiram por todo o país. De acordo com Kneipp (2014), oficialmente, a TV Bauru – Canal 2, primeira emissora interiorana da América Latina, entrou em funcionamento no dia 1º de agosto de 1960, na cidade de Bauru, interior de São Paulo. Mas antes disso a emissora já operava, sem que a Presidência da República tivesse concedido, ainda, a licença em caráter experimental.

Algumas transmissões experimentais ocorreram lá pelos meses de junho e julho de 1959¹⁵, ou até maio, conforme os jornais da época. Telejornais, teleteatro e até uma telenovela chegaram a ser produzidos pela TV Bauru. Segundo Bazi (2006, p.78), a emissora foi comprada por Roberto Marinho, das Organizações Globo, em 1965, e passou a se chamar Rede Globo Oeste Paulista. A partir de então, a produção regional deu lugar à retransmissão da programação nacional em rede.

Em 1969, a Globo começa a integrar o país através de sua programação nacional. O Jornal Nacional, que estreou no dia 1º de setembro daquele ano, era para todos ao mesmo tempo. Nos anos seguintes foram extintos os programas caseiros e houve também a redução do tempo para o jornalismo local. A evolução tecnológica roubou a cena da nova etapa da TV Bauru (KNEIPP, 2014).

Ainda de acordo com Bazi (2001), em outubro de 1998, a Rede Globo Centro Oeste Paulista mudou de nome e marca e passou a se chamar TV Modelo, dentro do Projeto Regional do Futuro, que pretendia o investimento na regionalização da programação. Em setembro de 2002, segundo Oliveira (2006), a TV Modelo foi comprada das Organizações Globo pelo empresário J. Hawilla, dono da empresa de marketing esportivo *Traffic* e da produtora TV7. Em maio de 2003, foi inaugurada, então, a TV TEM, juntamente com mais uma emissora em Itapetininga, com novas marcas, logomarcas e programação visual. A TV TEM passou a ser mais uma emissora afiliada à Rede Globo.

Em Minas Gerais, a primeira emissora do interior do estado¹⁶ foi a TV Triângulo¹⁷, Canal 8 - prefixo ZYA - razão social: Rádio e TV Uberlândia Ltda., objeto de estudos da pesquisadora Ana Carolina Temer, em sua dissertação de mestrado em 1998. A estação de TV entrou no ar no dia 1º de maio de 1964. A emissora local contava com a retransmissão do sinal da TV Tupi de São Paulo.

¹⁵Em 1960, Assis Chateaubriand tentou criar uma televisão em Juiz de Fora, na Zona da Mata mineira, a exemplo de capitais brasileiras (inclusive Belo Horizonte): a TV Mariano Procópio, canal 7, que, de 1961 a 1963, veiculou, localmente, o *Telefoto Jornal*, que ia ao ar depois do *Repórter Esso* e, mais tarde, de 1966 a 1968, um bloco de cinco minutos dentro do *Jornal da Tarde*, apresentado, na época, nos estúdios do Rio de Janeiro. A TV Mariano Procópio chegou a ser caracterizada como a primeira emissora “pirata” do país. Mas a proposta da TV Mariano Procópio não chegou a se consolidar. Os esforços de Chateaubriand para legalizar o canal foram atropelados pela força de outro grupo que já tinha expressão na radiodifusão na cidade (rádios Industrial e Difusora) e alianças políticas com o PTB, partido de Jango, que garantiu a concessão do canal 10 para o empresário Sérgio Vieira Mendes, da TV Industrial.

¹⁶A primeira emissora de televisão de Minas Gerais foi a TV Itacolomi, inaugurada em novembro de 1955, em Belo Horizonte. De propriedade de Assis Chateaubriand, ostentava o título de ser a mais moderna da América Latina, naquela época. Além dos programas locais, retransmitia a programação da TV Tupi. A emissora encerrou as atividades em julho de 1980 (LINS; BRANDÃO; MAIA, 2011).

¹⁷Durante algum tempo, pesquisadores de telejornalismo acreditaram ter sido a TV Industrial de Juiz de Fora, na Zona da Mata, a primeira emissora do interior de Minas Gerais. Porém, sua inauguração aconteceu em 29 de julho de 1964, portanto, data posterior à inauguração da TV Triângulo.

A programação da TV era variada, via de regra, constava de um filme, seguido de um programa ao vivo, e assim por diante “para dar tempo de trocar o cenário”. Nesse espaço era feito de tudo um pouco, telejornalismo, programas de entrevistas, musicais, humorísticos, teleteatros e novelas. Além do informativo *Telejornal*, são exemplos de programas produzidos pela TV Triângulo *Professor Confusino*, *A estrelinha que canta*, *Um nome e três melodias*, *Uma serenata para você*, *Ponto de Encontro*, *Praça Tempo*, *Escola de Artistas*, *Caçulinha TV*, *Estórias Ilustradas*, *Circo do Xuxu*, *A cidade em forma de notícia*, o programa educativo *Vamos aprender Inglês*, as novelas *Do fundo do Cárcere*, *Chantagem*, *Indecisão*, *A garçonne dos meus sonhos*, e os teleteatros *Vovô sabe tudo* e *Memórias de Guerra* (TEMER, 2015).

A chegada do videoteipe representou uma revolução na TV Triângulo. O número de programas locais foi bastante reduzido e, com isso, o tempo de veiculação de programação local diminuiu consideravelmente. No início da década de 1970, a situação da TV Record e o fim da TV Excelsior, em São Paulo, comprometeram o funcionamento da TV Triângulo que, mesmo à distância e apresentando as novelas da TV Tupi, começou a sentir o peso do crescimento da Rede Globo. O empresário Edson Garcia Nunes fez novos investimentos em comunicação e tentou contatos com a Rede Globo, mas em ambos os casos não teve sucesso. Em 31 de agosto de 1971, a TV Triângulo foi vendida para os empresários Tubal de Siqueira e Silva, Rubens de Freitas e seu irmão, Renato de Freitas, e Rubens Leite. O ano de 1972 se iniciou com a promessa de retransmissão da programação da Rede Globo pela TV Triângulo. A emissora entrou como a terceira afiliada da Rede no país (as duas primeiras eram ligadas à Rede Paranaense de Televisão) e a primeira de Minas Gerais. Em outubro de 1997, a emissora passou a se chamar TV Integração. A mudança se justificava em função da nova área de atendimento da emissora que, a partir de então, passava a atingir a região de Patos de Minas.

A mudança atingiu também as outras emissoras que alteraram sua denominação e a área de cobertura. Também cessou a utilização da palavra “rede” para esse conjunto de emissoras. Dessa data em diante são colocadas em cena a TV União, com uma área de cobertura de 74 municípios, (entre eles Araxá e Divinópolis) e uma população de 1.183.545 telespectadores;¹⁸ a TV ideal, com uma área de cobertura de 25 municípios (entre eles Ituiutaba e Uberaba) e uma população de 590.154 telespectadores em potencial. A TV Integração, com sede em Uberlândia, amplia sua área de cobertura para 31 municípios - entre eles Araguari, Paracatu e Patos de Minas - atingindo uma população de 1.135.970 (TEMER, 2015).

Recentemente, em 2012, a TV Integração comprou a TV Panorama, afiliada Rede Globo, em Juiz de Fora. No total, as quatro emissoras da Rede Integração alcançam, hoje, 233 municípios e um total de mais de 5,5 milhões de telespectadores potenciais.

¹⁸ Considerando a população total da cidade à época, conforme dados fornecidos pela TV Integração.

Atualmente, as emissoras da Rede Globo e afiliadas, presentes nos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal, retransmitem, em grande parte da programação, os programas em rede nacional, sejam eles jornalísticos, educativos, esportivos ou de entretenimento. As emissoras afiliadas dispõem de espaços para a veiculação de programas locais e regionais. Parte deles tem caráter obrigatório, de ocupação com conteúdo regional, e parte de caráter optativo. Os espaços que exigem ocupação obrigatória, com conteúdo local/regional são, basicamente, destinados à produção de telejornalismo regional, nos seguintes horários:

1. **Bom Dia Praça:** telejornal que vai ao ar de segunda a sexta-feira, a partir das 6h, com duração de 1h20, cinco blocos e quatro intervalos, transmitido da emissora da capital para todo o estado, com contribuição jornalística de todas as afiliadas. O último bloco deste telejornal é produzido localmente, tanto pela “cabeça de rede”¹⁹ quanto pelas afiliadas, com duração de 12 minutos.
2. **Praça TV 1ª Edição:** telejornal regional que vai ao ar de segunda-feira a sábado, a partir das 12h, com cerca de 40 minutos de duração, normalmente com quatro blocos e três intervalos.
3. **Praça TV 2ª Edição:** telejornal regional que vai ao ar de segunda-feira a sábado, por volta das 19h10, com cerca de 15 minutos de duração, normalmente com três blocos e dois intervalos.
4. **Flashes de Notícia:** ao longo da programação diária, são disponibilizados espaços com cerca de um minuto para a veiculação de boletins noticiosos. Normalmente são dois flashes pela manhã e quatro à tarde, podendo ser gravados ou ao vivo.

Os horários optativos são disponibilizados para a exibição de programas regionais tanto de natureza jornalística como de entretenimento. Atualmente, as emissoras podem utilizar os seguintes horários: sábados de manhã, enquanto a Rede Globo exibe o programa *TV Globinho*, entre 8h e 12h; sábado à tarde, durante a exibição do programa *Estrelas*; domingo de manhã, após a exibição da *Santa Missa*; e domingo à noite, após o *Fantástico* ou à primeira linha de shows. As emissoras afiliadas também têm a opção de produzirem, na íntegra, localmente, o programa *Globo Esporte* ou ocupar somente o primeiro bloco com

¹⁹ É a “emissora líder”, aquela responsável pela geração dos sinais de imagem e/ou som que serão retransmitidos pelas afiliadas ou participantes da rede.

conteúdo regional, de segunda a sábado, com duração de cerca de seis minutos, que vai ao ar logo depois do Praça TV 1ª Edição.

Contudo, há uma tendência de diminuição desses espaços optativos que podem ser ocupados pelas emissoras afiliadas. Rumores no meio televisivo dão conta do início de um novo programa em rede, aos sábados, de 9h às 12h. Seria um programa do tipo “faixa adulta feminina”. Alguns portais na internet divulgam que o mesmo deverá ser ancorado pela ex-apresentadora do *Jornal Nacional*, Patrícia Poeta. Em outros sites, lemos que os programas *Mais Você*, *Bem Estar* e *Encontro com Fátima Bernardes* serão veiculados também no sábado de manhã. Assim sendo, o horário optativo ficará restrito apenas entre 8h e 9h, com possibilidade de migração do optativo do programa *Estrelas* para o *Cine Fã Clube*, aos sábados à tarde.

A Rede Globo conta hoje com cinco emissoras próprias, localizadas no Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Recife e Belo Horizonte, e 117 emissoras afiliadas distribuídas em uma malha complexa por todo o país. O editor do *Jornal Nacional*, William Bonner, reconhece a importância dessas emissoras de TV para o jornalismo da Rede.

As vantagens são muitas, para o público, para as emissoras e para a Rede propriamente dita. O telespectador pode acompanhar de perto, pelo jornalismo comunitário, os problemas que afetam sua cidade e seu estado. A chamada “grade de programação” da Rede reserva faixas de horário para as produções locais. Ao mesmo tempo, esse mesmo cidadão, ao acompanhar um telejornal da Rede, como o JN, terá informações de cada canto do Brasil trazidas por sua gente, suas carências e suas riquezas. A filosofia que norteia a Rede Globo explica em grande parte a capilaridade abrangente do nosso jornalismo (BONNER, 2009, p.33).

A produção jornalística e cultural regional é de fundamental importância para a cabeça de rede, tendo em vista que agrega valor à programação nacional, criando laços de identificação e proximidade com os telespectadores locais. E dentro da produção jornalística regional enquadra-se o *Bom Dia Minas*, telejornal estadual da TV Globo Minas veiculado pela manhã para todo o estado que, assim como o *Jornal Nacional* – guardadas as devidas proporções nacional e estadual – trabalha em rede contando com a contribuição de diversas emissoras para compor o “espelho”²⁰ diário de notícias e sobre o qual falaremos em seguida.

²⁰ Espelho é o cronograma de como o telejornal irá se desenrolar. Prevê a entrada de matérias, notas, blocos, chamadas e encerramento do telejornal.

4.2. O *BOM DIA MINAS* NO CENÁRIO DO TELEJORNALISMO REGIONAL BRASILEIRO

O *Bom Dia Minas* é um telejornal de rede estadual matutino, exibido nas primeiras horas do dia, a partir das 6h da manhã, com 1h20 de duração, cinco blocos, quatro intervalos, sendo que o último bloco do programa (com 12 minutos) é produzido e exibido localmente, pelas emissoras afiliadas à Rede Globo, bem como pela própria TV Globo Minas²¹. O noticiário é exibido de segunda a sexta-feira, de Belo Horizonte, para todo o estado. Está há 25 anos no ar e, de acordo com a pesquisa Ibope realizada em setembro de 2014, atinge, em média, sete pontos de Audiência Domiciliar com *share*²², ou participação, de 44% dos televisores ligados no horário, sendo veiculado, portanto, a 190.719 telespectadores diariamente (ver ANEXO B desta dissertação).

O programa estreou em maio de 1989, acompanhando o lançamento de telejornais similares no Rio de Janeiro, Pernambuco e Distrito Federal. Esses noticiários ficariam conhecidos, no meio jornalístico, como “Bom Dia Praça”, referindo-se às diversas emissoras da Rede Globo espalhadas pelos estados (por isso o termo praça) e também fazendo uma alusão aos pioneiros *Bom Dia São Paulo* – primeiro telejornal local matutino da Globo, que estreou em 18/04/1977 e deu origem aos telejornais similares nos estados – e também ao *Bom Dia Brasil* – primeiro telejornal diurno a ser exibido em rede nacional pela Globo, a partir de 03/01/1983. Guardadas as devidas proporções, o Bom Dia Praça teria a mesma função do *Bom Dia Brasil*: levar aos telespectadores as principais notícias do dia, porém em âmbito estadual.

De acordo com o projeto *Memória Globo*, na época da estreia do *Bom Dia Minas*, o telejornal tinha como proposta fazer um jornalismo dinâmico, com noticiário local, prestação de serviços, muitas entradas ao vivo de diferentes pontos do estado e entrevistas em tom descontraído, seguindo a linha do *Bom Dia Brasil*, cujo foco era no “noticiário político e econômico, com entrevistas e análises de comentaristas, porém com um formato próximo ao de revista, que conferia um tom informal ao telejornal” (MEMÓRIA GLOBO, 2014).

²¹Este formato é recente. Até o dia 30 de novembro de 2014, o *Bom Dia Minas* tinha início às 6h30m da manhã, com uma hora de duração, quatro blocos e três intervalos, sendo o último bloco com sete minutos, local, produzido e exibido pelas afiliadas e também pela própria TV Globo Minas. A análise do *Bom Dia Minas* para esta pesquisa foi feita sobre o formato antigo.

²²*Share* é a parcela de participação de determinada emissora, programa, site, marca ou produto diante do total medido. Já a audiência domiciliar indica o percentual sobre o total de domicílios com aparelhos de TV, que assistiu à televisão em determinado período de tempo.

Figura 1: Apresentação do *Bom Dia Minas*



Há 25 anos no ar, atualmente o *Bom Dia Minas* é apresentado pela jornalista Elisangela Colodeti

O *Bom Dia Minas* foi o primeiro jornal da programação diária da TV Globo Minas e, atualmente, é o único noticiário da emissora que é transmitido também pela Globo Internacional. O primeiro apresentador foi o jornalista Carlos Menezes. Em 1996, Arthur Almeida assumiu a bancada do telejornal, permanecendo até 1999, quando foi para o *MGTV – 1ª Edição*. Ele voltou a apresentar o *Bom Dia Minas* entre 2004 e 2009, quando Elisangela Colodeti assumiu a bancada.

Em 16 de julho de 2012, a TV Globo Minas começou a transmitir a programação jornalística em alta definição. A apresentadora Elisangela Colodeti anunciou que todos os telejornais locais, a começar por aquela edição do *Bom Dia Minas*, passariam a ter qualidade digital. No mesmo dia estreou a primeira série totalmente produzida e editada na TV Globo Minas em alta definição. Cinco reportagens apresentadas ao longo da semana traçaram um panorama histórico sobre a extração de ouro em Minas Gerais, escolha editorial que, para nós, não foi aleatória. O passado de glória e prosperidade econômica é o primeiro discurso sobre a mineiridade a ser “homenageado” com a qualidade das imagens em alta definição. Se as imagens que remetem ao “Século do Ouro” já eram representadas pelo telejornalismo em formato analógico, agora passam a ser veiculadas em um novo padrão estético, o padrão digital.

No site do projeto *Memória Globo*, lemos que, atualmente, o telejornal divulga as primeiras notícias da manhã, além de dar um enfoque especial à economia agrária, à política e ao futebol. Temos também que o noticiário conta com equipes de reportagem nas principais cidades mineiras. No portal da TV Globo Minas, encontramos descrição semelhante:

(...) o telespectador pode acompanhar as primeiras notícias da manhã de todo o estado mineiro. Além da apresentadora Elisangela Colodeti, o Bom Dia Minas ainda tem equipes de reportagens nas principais cidades do estado, que trazem as informações de suas regiões. O jornal tem como característica focar reportagens de cunho econômico, político e *agribusiness*, além de trazer um panorama completo sobre o esporte no estado, principalmente o futebol. (BOM DIA MINAS, 2012).

Conforme descrito acima, podemos inferir o compromisso do telejornal com a circulação de notícias de todas as regiões do estado. No entanto, é preciso esclarecer que, além do conteúdo produzido pelas próprias equipes da TV Globo Minas (cujas coberturas atingem 182 municípios), o programa conta com a colaboração de sete emissoras afiliadas²³ à Rede Globo, totalizando 100% de abrangência nas 853 cidades de Minas Gerais, e não com equipes próprias espalhadas pelo estado. Nisto está a importância das afiliadas na construção da narrativa telejornalística do *Bom Dia Minas*, uma vez que o telejornal é composto por fragmentos regionais, constituídos pelas reportagens produzidas localmente e que ganham amplitude e visibilidade estadual ao serem selecionadas para serem veiculadas no *Bom Dia Minas*, e até mesmo internacional, tendo em vista que o telejornal é veiculado também na Globo Internacional.

Mas será que o telejornal se aproveita deste potencial de poder veicular diariamente para os telespectadores da Rede Globo e suas afiliadas um mosaico de identidades mineiras? Ou será que a representação de Minas Gerais restringe-se às imagens da capital, não cedendo espaço às outras Minas existentes nos outros 852 municípios mineiros? Diante destas e outras questões, propomos uma análise do *Bom Dia Minas* no capítulo que se segue.

²³EPTV Sul de Minas; InterTV Grande Minas; InterTV dos Vales; Rede Integração Araxá; Rede Integração Ituitaba; Rede Integração Uberlândia; Rede Integração Juiz de Fora (BONNER, 2009, p.34).

5 SE MINAS SÃO MUITAS, QUAL É A MINAS DA TV?

Pretendemos, neste capítulo, identificar quais são as Minas Gerais representadas pelo telejornal *Bom Dia Minas*. Antes de darmos início ao trabalho empírico, discorreremos sobre a metodologia escolhida para desenvolver esse percurso – a Análise de Conteúdo (AC) –, a amostra e o recorte empírico delimitados e as categorias criadas para classificar os conteúdos veiculados no noticiário. Só então, entraremos, de fato, na análise propriamente dita dos conteúdos, relacionando-os aos referenciais teóricos e aos dados já estudados e apresentados nos capítulos anteriores.

5.1 METODOLOGIA

À luz da Análise de Conteúdo (AC) será desenvolvida a fase empírica deste trabalho, tomando como base a conceituação de Bardin (1977). A AC é um conjunto de técnicas de análise. Não é apenas um instrumento, mas um leque de apetrechos que, com maior rigor, se torna uma ferramenta única, adaptável a um vasto campo de aplicação: as comunicações.

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. [...] A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não) (BARDIN, 1977, p.38).

Percebe-se, portanto, que a AC é um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que tem como objetivo ultrapassar as incertezas e enriquecer a leitura dos dados coletados, compreendendo criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas. Bardin elenca as etapas da técnica em três fases, a saber: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

A pré-análise é a fase em que se organiza o material a ser estudado, com o objetivo de torná-lo operacional, sistematizando as ideias iniciais. Trata-se da organização propriamente dita, por meio de quatro etapas: (a) leitura flutuante, que é o estabelecimento de contato com os documentos da coleta de dados, momento em que se começa a conhecer o texto; (b) escolha dos documentos, que consiste na demarcação do que será analisado; (c)

formulação das hipóteses e dos objetivos; (d) referenciação dos índices e elaboração de indicadores por meio de recortes de texto nos documentos de análise.

A segunda fase consiste na exploração do material com a definição de categorias (sistemas de codificação) e a identificação das unidades de registro e das unidades de contexto nos documentos. Trata-se de uma etapa importante, porque vai possibilitar, ou não, a riqueza das interpretações e inferências. Esta é a fase da descrição analítica, a qual diz respeito ao *corpus* – no nosso caso o telejornal – submetido a um estudo aprofundado, orientado pelas hipóteses e referenciais teóricos. Esse momento da análise, de classificação e categorização, visa conferir ao estudo um aval de objetividade científica. A reflexão sobre os telejornais gravados, bem como sobre os *scripts* impressos com autorização da TV Integração Juiz de Fora, busca cumprir com os requisitos de “sistematicidade e confiabilidade” (FONSECA JÚNIOR, 2006, p.286). Para tanto, as matérias veiculadas serão enquadradas nas seguintes categorias:

A) EDITORIAS: categoria temática de veiculação e reconhecimento de matérias nos telejornais. Os enquadramentos das reportagens em seções (e algumas subseções) serão norteados a partir do que foi elencado por BRAIGHI (2013, p. 77 a 82), com a adição e adequação de algumas descrições ao nosso objeto de estudo.

1. **Cidades/Geral:** rotinas do urbano e do interior, notícias que tratem do dia-a-dia, da ordem do inesperado ou do esperado, do ordinário, que abordem o universo das pessoas comuns, anônimas, desde que não se enquadrem nas categorias listadas a seguir.
2. **Comportamento:** veiculações que dão dicas de moda, respostas a questões sobre relacionamentos afetivos, modo de agir em diversas situações e etiqueta.
3. **Cultura:** entradas que abordem o desenvolvimento histórico de cidades, vida de personalidades públicas e celebridades, produtos e eventos artístico-culturais dos mais diversos (teatro, dança, música, artes plásticas, televisão, cinema, gastronomia), culinária e religião²⁴.
4. **Economia:** entradas que repercutem perspectivas de negócios, resultados financeiros e/ou momentos específicos no cenário econômico nacional e regional, nas mais

²⁴Optamos por incluir religião na editoria de Cultura porque a maioria dos assuntos de Religião veiculados no *Bom Dia Minas* são relativos a eventos e festas religiosas, arte e arquitetura barroca e outros do gênero.

variadas instâncias, compreendendo tanto a iniciativa pública quanto a privada (assim como de instituições do terceiro setor).

5. **Educação:** temas que tratam das diversas instâncias e nuances do ensino brasileiro, do estado e dos municípios, desde o período pré-escolar até as pós-graduações, além da Educação para Jovens e Adultos (EJA).
6. **Esporte:** entradas que abordem questões relacionadas ao universo esportivo regional, nacional e internacional, nas diversas modalidades. Essa é a única editoria que comporta matérias internacionais, uma vez que, com frequência, as reportagens alusivas ao tema se apresentam encadeadas.
7. **Meio Ambiente:** temas relacionados à natureza e seus elementos, interferências naturais ou humanas no meio, problemas de degradação e ações de responsabilidade socioambiental.
8. **Política:** engloba temas como ações de instituições e de personagens políticos, campanha eleitoral, leis, eventos políticos, greves, agenda do governo, problemas de governo.
9. **Segurança Pública:** editoria que arranja as entradas vinculadas sobre contravenções que são combatidas pela força pública, rotina de trabalho da polícia, treinamentos, investimentos e ações preventivas. É composta de algumas subseções: crimes, acidentes, investigações, julgamentos e tragédias.
10. **Saúde:** assuntos que se encaixam nesta editoria são as precauções que se deve tomar para não contrair determinada doença ou o que fazer e caso de problemas relacionados à saúde, relação sintoma x enfermidade.

B) FORMATO: categoria que vai analisar a forma dos conteúdos, conforme os formatos telejornalísticos tradicionalmente conhecidos, a saber:

1. **VT:** reportagens ou matérias, com ou sem passagem²⁵ do repórter.
2. **Nota seca:** notícia lida pelo apresentador sem imagens para ilustração/cobertura²⁶.
3. **Nota coberta:** notícia dada pelo apresentador com informações gravadas em *off*²⁷, na voz do mesmo ou de um repórter, cobertas com imagens para ilustrar, uma espécie de matéria curta, sem aparição de repórter e com poucas sonoras²⁸.

²⁵Gravação feita pelo repórter no local do acontecimento, com informações a serem usadas no meio da matéria. É o momento em que o repórter aparece no vídeo para destacar um aspecto da reportagem.

²⁶Também conhecida, em algumas regiões do país, como nota simples ou nota pelada.

4. **Loc off:** semelhante à nota coberta, porém as informações são lidas ao vivo, não há gravação de texto pelo âncora, nem sonoras, também chamada de nota coberta ao vivo.
5. **Link:** termo técnico que indica entrada ao vivo do repórter, do local e no momento em que acontece a notícia.
6. **Estúdio:** entrevistas ao vivo realizadas dentro no estúdio do telejornal.
7. **Stand up:** quando o repórter faz uma gravação no local do acontecimento para transmitir informações do fato. É usado quando a notícia que o repórter tem que dar é tão importante que, mesmo sem imagem, vale a pena.

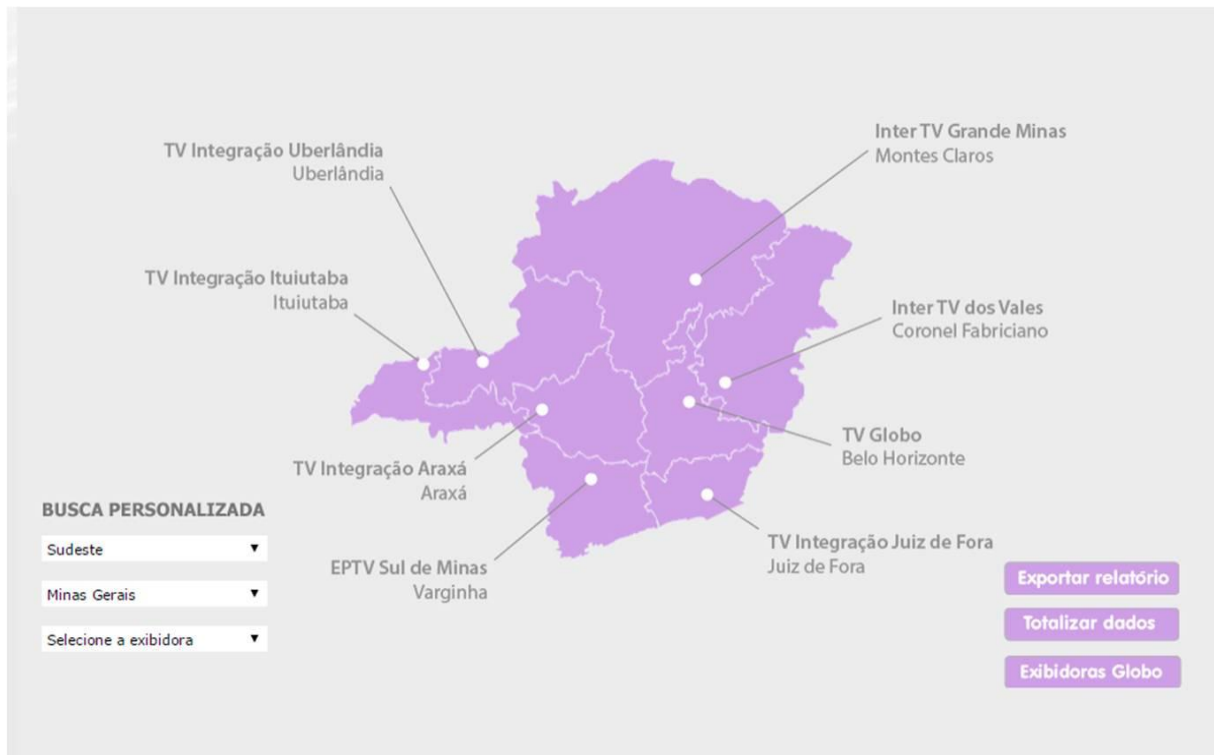
C) EMISSORA DE ORIGEM: categoria relacionada à emissora que produziu originalmente o conteúdo veiculado no *Bom Dia Minas*. Apesar de serem sete afiliadas no estado, neste momento reduziremos as mesmas a quatro de acordo com a rede que integram.

1. **TV Globo Minas:** emissora filial ou própria da Rede Globo, sediada em Belo Horizonte, cuja área de cobertura abrange, além da capital, a região Metropolitana, Central, parte da Zona da Mata e do Campo das Vertentes.
2. **TV Integração:** emissora afiliada à Rede Globo, com sedes em Uberlândia, Juiz de Fora, Uberaba e Divinópolis, responsável pela cobertura do Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba, Centro-Oeste, Zona da Mata e Campo das Vertentes.
3. **InterTV:** emissora afiliada à Rede Globo com sedes em Montes Claros e Coronel Fabriciano, com sucursais em Governador Valadares e Teófilo Otoni. Sua área de cobertura abrange as regiões Norte, Leste e Nordeste de Minas.
4. **EPTV:** emissora do interior de São Paulo, afiliada à Rede Globo que, em Minas Gerais, possui uma sede em Varginha, responsável pela cobertura do Sul de Minas.

²⁷ Neste caso, texto gravado pelo repórter ou apresentador. Pode significar também, em outras situações, informação confidencial (*off the records*).

²⁸ Sonoras são depoimentos das pessoas entrevistadas.

Figura 2: Cobertura das emissoras própria e afiliadas Rede Globo no estado de Minas Gerais



Fonte: TV Globo Minas – Comercial

D) REGIÃO ENUNCIADA: categoria relacionada à região de origem dos conteúdos. Durante a pesquisa, percebemos que o *Bom Dia Minas* não utiliza a mesma nomenclatura das regiões de Planejamento do Estado de Minas Gerais, mas também das Meso e Microrregiões. Portanto, nos espelhos dos telejornais, encontramos as seguintes nomenclaturas, nas quais serão classificadas as cidades representadas: Metropolitana, Triângulo Mineiro, Sul de Minas, Norte de Minas, Leste de Minas, Zona da Mata, Centro-Oeste, Campo das Vertentes, Central, Alto Paranaíba, Vale do Aço, Vale do Rio Doce e Vale do Mucuri.

A terceira fase da AC diz respeito ao tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Ocorre nela a condensação e o destaque das informações para análise, culminando nas interpretações inferenciais; é o momento da intuição, da análise reflexiva e crítica. Portanto, se a descrição é a etapa básica da análise proposta, a inferência é o procedimento intermediário, que vai possibilitar a chegada à fase final da interpretação dos elementos textuais organizados. Trata-se, enfim, de um outro olhar, uma leitura em segundo plano, buscando outros significados de natureza psicológica, sociológica, política e histórica.

5.2 RECORTE E AMOSTRAGEM

No intuito de realizar uma investigação empírica, foram gravadas 30 edições do *Bom Dia Minas*, divididas da seguinte forma, a fim de levantar uma amostragem referente a seis meses de telejornal: três semanas do segundo semestre de 2013 (9 a 13 de setembro, 14 a 18 de outubro e 18 a 22 de novembro, considerados meses sem cobertura massiva de grandes eventos culturais e tradicionais no estado nem de grandes casos); três semanas do primeiro semestre de 2014 (24 a 28 de fevereiro, 3 a 7 de março e 14 a 18 de abril), período com grandes eventos culturais tradicionais no estado de Minas Gerais, como Carnaval e Semana Santa nas cidades históricas. A opção por trabalhar com um semestre artificial pretende evitar que algum fato de grande repercussão “contamine” a amostra da pesquisa, sobrepondo-se a outros assuntos que poderiam ser selecionados como notícia. Como, por exemplo, à época do assassinato de Eliza Samúdio, cujo suspeito era o ex-goleiro Bruno, do Flamengo, e também no período do julgamento do mesmo. Em ambas as ocasiões, foram dedicados muitos minutos do *Bom Dia Minas* às reportagens, dossiês e entradas ao vivo a respeito desses acontecimentos, deixando à margem – ou mesmo fora do espelho – outros fatos relevantes do estado, por serem considerados de valores-notícia inferiores naqueles momentos.

Além disso, outra opção de recorte de análise foi excluir da pesquisa o quarto bloco do telejornal, isso porque o último bloco é local, ou seja, produzido pelas emissoras afiliadas – bem como pela própria TV Globo Minas – e exibido apenas nas suas respectivas áreas de cobertura e não para todo o estado. Acreditamos ser esta uma tentativa de gerar maior aproximação e identificação entre os telespectadores e as emissoras. Os conteúdos que “cabem” neste bloco local são aqueles relevantes localmente, para a área de cobertura de cada emissora, porém que não contribuem como notícia em âmbito estadual. Como nosso objetivo é investigar as identidades culturais que são representadas e veiculadas pelo *Bom Dia Minas* em todo o estado, optamos por não analisar esse quarto bloco do noticiário que, certamente, demanda um estudo mais específico sobre a função da criação deste bloco regional pela Rede Globo de Televisão em todo o país.

Também nesta Análise de Conteúdo, não consideramos os comentários da editoria de Esporte, as passagens de bloco e informações e previsão do tempo como conteúdos. Na breve análise sobre o Esporte que apresentaremos na sequência, levamos em consideração as matérias do “abão”²⁹ do Esporte e os demais conteúdos esportivos exibidos no terceiro bloco

²⁹Abrão trata-se de uma espécie de *teaser*, em forma de nota coberta ou VT que antecipa alguns assuntos que serão abordados com mais profundidade posteriormente.

do *Bom Dia Minas*. Com relação à previsão do tempo, é certo que são citadas várias cidades do interior do estado, porém consideramos que esse tipo de informação não irá nos indicar questões relevantes relativas às identidades culturais mineiras, em busca das quais estamos. Por fim, as passagens de bloco também não são consideradas como conteúdos por tão somente se tratar de um anúncio das reportagens que serão apresentadas na sequência do telejornal e, ainda, informações sobre o trânsito em Belo Horizonte, conteúdo de interesse bem restrito à população que mora na capital e adjacências. Essas informações, bem como aquelas sobre o tempo terão seu lugar na análise específica sobre o uso do ao vivo pelo *Bom Dia Minas*.

5.3 ANÁLISE DE CONTEÚDO DO *BOM DIA MINAS*

O *Bom Dia Minas* se utiliza do mesmo estúdio de onde são apresentados os *MGTV 1ª e 2ª Edição*. Seu cenário e identidade visual são marcados por cores em tons laranja e azul, representando o amanhecer, o nascer do sol. Possui dois telões de grandes dimensões, onde fica localizada a logomarca do programa, enquanto a apresentadora Elisângela Colodeti lê as cabeças³⁰. Nestes telões, que funcionam como “janelas para o mundo”, também costumam ficar posicionados os primeiros *frames* dos VTs que serão exibidos na sequência e, é também neles, que ficam posicionados os repórteres que vão participar dos *links*. À esquerda dos telões, existe um “quadro” formado por triédros, tipo persiana, com a foto da Maria Fumaça, inaugurada em 1881, por Dom Pedro II, única locomotiva a vapor com bitola de 76cm ainda em atividade hoje no mundo. A Maria Fumaça percorre 12km entre São João del-Rei e Tiradentes, no Campo das Vertentes, pela antiga Estrada de Ferro Oeste de Minas (EFOM). A viagem resgata o contexto histórico mineiro, ligando as estações construídas no século XIX, quando a principal atividade econômica da região passa da extração de ouro para o comércio e a Vila de São João del-Rei torna-se cidade. A ferrovia teve papel fundamental no desenvolvimento da cidade, pois passou a integrar o município a outros importantes ramais da Estrada de Ferro Central do Brasil.

Neste ambiente, também fica a bancada, onde a apresentadora, sentada, passa o maior tempo do telejornal, chamando as entradas ao vivo, as matérias e os apresentadores da editoria de Esporte. Raras foram as vezes em que a apresentadora chamou um *link*, uma

³⁰Cabeça da matéria ou cabeça do VT é o *lead*, o assunto mais importante da matéria. Quem lê é sempre o apresentador que introduz o assunto da reportagem feita pelo repórter.

matéria ou um estúdio em pé. Este tipo de movimentação é utilizado, com mais frequência, durante as passagens de bloco, quando a apresentadora explora mais os telões que posicionam imagens ao vivo do trânsito e algum VT que será exibido no bloco seguinte. À direita dos monitores, localiza-se, também formada por triédros, a imagem de uma ladeira com casarões antigos da cidade histórica de Ouro Preto, primeira capital do estado. A foto é emblemática, porque as ladeiras de Minas foram formadas pelos bandeirantes que estavam em busca do ouro. Uma referência ao momento econômico mais próspero de Minas Gerais: o “Século do Ouro”, quando até mesmo a capital da colônia foi transferida de Salvador para o Rio de Janeiro, tamanho o poderio da economia na região sudeste do Brasil, no século XVIII. Esta imagem não é muito utilizada nos enquadramentos de câmera, ficando mais exposta durante os planos abertos utilizados nas entrevistas em estúdio e no bloco de Esporte.

Figura 3: Mosaico de enquadramentos



Principais enquadramentos utilizados para a leitura de notas secas e cabeças de VTs

5.3.1 A estrutura do *Bom Dia Minas*

Do ponto de vista estrutural, o *Bom Dia Minas*, nos períodos analisados, antes das mudanças provenientes do início do *Hora Um da Notícia*³¹, apresentou-se como um noticiário com média de 50 minutos de duração, dividido em quatro blocos, sendo que o último, com cerca de sete minutos, não é gerado para todo o estado – a TV Globo Minas produz e exibe apenas para sua área de cobertura, enquanto as afiliadas fazem o mesmo processo. Foi possível perceber os seguintes detalhes no espelhamento do jornal: o primeiro bloco começa sempre com a escalada gravada³², seguida de imagens ao vivo do tempo, em Belo Horizonte, mostradas de uma “câmera-robô” instalada no alto de um prédio. Na sequência, uma notícia de alguma região do estado, sem ser da região Metropolitana e, então, tem início o abraço do Esporte, com a participação de um apresentador específico desta editoria, convidado a entrar no estúdio pela Elisângela Colodeti, sempre chamando para notícias de Atlético e Cruzeiro, principais times de Minas Gerais, a serem exibidas no terceiro bloco do telejornal. No segundo bloco, há sempre a previsão do tempo e, ainda, um estúdio produzido com assuntos de Saúde, Comportamento ou Atualidades. O terceiro bloco é composto sempre pela editoria de Esportes e, normalmente, pelas notícias mais factuais e da editoria de Segurança Pública. Toda edição conta também com um *link*, normalmente, com assuntos de serviço para a população. Na edição de sexta-feira, existe um quadro marcado por vinheta chamado *Fato da Semana*. No período analisado, a maioria das notícias de destaque foi da editoria de Segurança Pública e de fatos ocorridos em cidades da região Metropolitana, conforme registramos na tabela a seguir:

Quadro 4: Fato da Semana

DATA	ASSUNTO	EDITORIA	CIDADE/REGIÃO
13/09/2013	Prisão mulher suspeita de tráfico de criança	Segurança Pública	Betim/Metropolitana
18/10/2013	Criança mordida 50 vezes na creche	Segurança Pública	Contagem/Metropolitana
02/11/2013	Julgamento esfaqueador ex-namorada	Segurança Pública	Conceição das Alagoas/Triângulo Mineiro
28/02/2014	Greve de ônibus na região metropolitana	Cidades/Geral	Belo Horizonte/Metropolitana
07/03/2014	NÃO HOUVE FATO DA SEMANA		
18/04/2014	NÃO HOUVE FATO DA SEMANA		

³¹O *Hora Um da Notícia* é o telejornal mais recente da Rede Globo. Estreou no dia 01/12/2014 e é exibido de segunda a sexta-feira, entre 5h e 6h. Sua proposta é levar aos telespectadores as principais notícias acerca dos fatos que se desenrolaram durante a madrugada e nas primeiras horas da manhã, com ênfase nas principais capitais do Brasil. Conta com a participação de comentaristas de tempo, esporte e economia. O lançamento do *Hora Um da Notícia* foi o responsável pelas recentes mudanças no *Bom Dia Minas*, desde o dia 01/12/2014, conforme já apresentamos anteriormente.

³²Escalada são as manchetes do telejornal, sempre no início de cada edição. Serve para prender a atenção do telespectador no início do jornal e informar quais serão as principais notícias daquela edição.

O *Fato da Semana* está ligado a um assunto factual, normalmente da editoria de Segurança Pública, que tenha tido grande repercussão, com características de *fait-divers*³³. Portanto, observamos que nas semanas analisadas dos meses de março e abril, quando os principais assuntos abordados pelo telejornal foram o Carnaval e a Semana Santa, dentro da editoria de Cultura, o quadro não foi produzido.

Vale ressaltar a característica apontada de que a primeira notícia do *Bom Dia Minas* é, em grande parte das edições, proveniente de alguma emissora afiliada, portanto, de alguma região do estado que não seja a capital ou a Metropolitana de Belo Horizonte. Nem sempre essa notícia trata-se de uma matéria ou reportagem, mas também são usadas notas cobertas e *links*. Notas secas não foram utilizadas no período da análise. Nas edições pesquisadas, as cidades e os assuntos que “abriram” o jornal foram, respectivamente:

Quadro 5: Matérias que abriram as edições do *Bom Dia Minas*

DATA	ASSUNTO	FORMATO	EDITORIA	CIDADE/REGIÃO	EMISSORA
SETEMBRO A NOVEMBRO – 2013					
09/09/2013	Acidente BR-251	NC	Segurança Pública	Montes Claros/Norte	InterTV
10/09/2013	Intoxicação Alimentar	VT	Cidades/Geral	Araxá/Alto Paranaíba	TV Integração
11/09/2013	Apreensão de Alimentos	VT	Cidades/Geral	Juiz de Fora/Zona da Mata	TV Integração
12/09/2013	Derruba Postes	VT	Segurança Pública	Patos de Minas/Alto Paranaíba	TV Integração
13/09/2013	Operação Combate Tráfico	VT	Segurança Pública	Cel. Fabriciano/Vale do Aço	InterTV
14/10/2014	Captura Peçonhentos	VT	Meio Ambiente	Uberaba/Triângulo Mineiro	TV Integração
15/10/2014	Investiga Chumbinho Escola	VT	Segurança Pública	Periquito/Leste	InterTV
16/10/2014	Cocaína ônibus	VT	Segurança Pública	Teófilo Otoni/Vale do Mucuri	InterTV
17/10/2014	Roubo caminhão eletrônicos	VT	Segurança Pública	Timóteo/Vale do Aço	InterTV
18/10/2014	Operação Jogo do Bicho	VT	Segurança Pública	Montes Claros/Norte e Gov. Valadares/Vale do Rio Doce	InterTV
18/11/2013	Volta Feriado	VT	Cidades/Geral	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas
19/11/2013	Assalto Fazenda	VT	Segurança Pública	Coromandel/Triângulo Mineiro	TV Integração
20/11/2013	Julga Esfaqueador	VT	Segurança Pública	Conceição das Alagoas/Triângulo Mineiro	TV Integração
21/11/2013	Júri Mandante Morte Estudante	VT	Segurança Pública	Campo Belo/Sul de Minas	EPTV
22/11/2013	Dengue Valadares	VT	Cidades/Geral	Governador Valadares/Vale do Rio doce	InterTV

³³O termo francês *fait divers* (introduzido por Roland Barthes no livro *Essais Critiques*, em 1964), significa fatos diversos que cobrem escândalos, curiosidades e bizarrices, caracteriza-se como sinônimo da imprensa popularesca e sensacionalista, mas que é cada vez mais utilizado pela imprensa tradicional, principalmente a televisão.

FEVEREIRO A ABRIL – 2014					
24/02/2014	Greve Ônibus Urbanos	LINK	Cidades/Geral	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas
25/02/2014	Greve Ônibus Urbanos - 2º Dia	LINK	Cidades/Geral	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas
26/02/2014	Suspende Greve	LINK	Cidades/Geral	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas
27/02/2014	Gado Roubado	VT	Segurança Pública	Uberlândia/Triângulo Mineiro	TV Integração
28/02/2014	Saída Carnaval Estradas	LINK	Cidades/Geral	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas
03/03/2014	Carnaval Sabará	VT	Cultura	Sabará/Metropolitana	Globo Minas
04/03/2014	Interdita BR-050	VT	Segurança Pública	Itaúna/Central	TV Integração
05/03/2014	Volta pra casa feriado	VT	Cidades/Geral	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas
06/03/2014	Assassino de Bicicleta	VT	Segurança Pública	Governador Valadares/Vale do Rio doce	InterTV
07/03/2014	Esfaqueia Bebê	VT	Segurança Pública	Lavras/Sul de Minas	EPTV
14/04/2014	Arromba Caixa Eletrônico	VT	Segurança Pública	Uberaba/Triângulo Mineiro	TV Integração
15/04/2014	Vandalismo Escola	VT	Segurança Pública	Itajubá/Sul	EPTV
16/04/2014	Mutirão Dengue	VT	Cidades/Geral	Passos/Sul	EPTV
17/04/2014	Prisão Carbonizados	VT	Segurança Pública	Machado/Sul	EPTV
18/04/2014	Lava-Pés	VT	Cultura	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas

Outra observação com relação aos materiais que abrem as edições do *Bom Dia Minas* é que estes também não se tratam do principal assunto do dia, que, geralmente, encontra-se no terceiro bloco do telejornal. Sob a nossa ótica, o fato de priorizar as notícias que não são da capital ou região Metropolitana de Belo Horizonte, na abertura do noticiário, é uma preocupação em dar destaque ao interior do estado, ocupando uma posição considerada nobre no espelho do telejornal, uma vez que os conteúdos sobre a capital e região Metropolitana já ocupam seus lugares em termos quantitativos dentro do *Bom Dia Minas*, como explicitaremos mais adiante. Vale registrar, ainda, que, em apenas dois momentos, as matérias de Cultura ocupam o espaço de abertura do telejornal: no dia 03/03/2014, segunda-feira de Carnaval, quando foi mostrada a “folia de Momo” na cidade histórica de Sabará; e no dia 18/04/2014, Sexta-Feira da Paixão, quando o *Bom Dia Minas* abriu com uma matéria sobre a celebração de Lava-Pés, realizada na Quinta-Feira Santa, em uma pequena igreja de uma comunidade da região Centro-Sul de Belo Horizonte.

5.3.2 Principais conteúdos e editorias

De acordo com o levantamento feito, o *Bom Dia Minas* veicula, em média, 19 conteúdos diariamente das mais diversas editorias nos três primeiros blocos, transmitidos para todo o estado. No período analisado, somamos um total de 576 conteúdos, entre notas secas,

VTs, notas cobertas, *loc offs*, estúdios e *links*. Destacamos a relevância dos conteúdos da editoria de Esportes na composição do espelho do telejornal, com 258 materiais exibidos (44,8%) contra 318 notícias das demais editorias somadas (55,2%), como demonstramos no quadro abaixo.

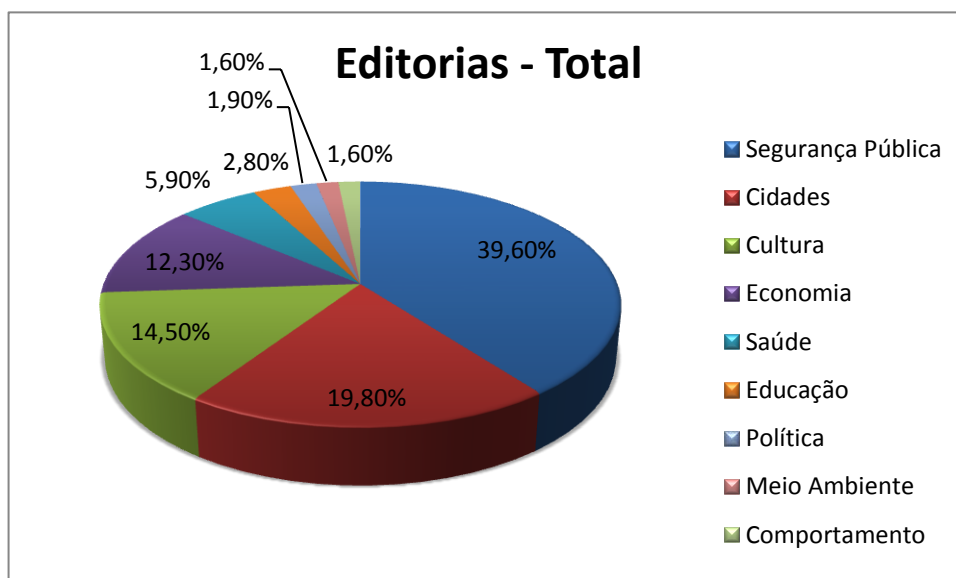
Quadro 6: Total de conteúdos no *Bom Dia Minas*

	SET	OUT	NOV	FEV	MAR	ABR	TOTAL	%
Esporte	43	46	40	48	40	41	258	44,8
Demais editorias	42	47	57	63	57	52	318	55,2
Total	57	93	97	111	97	93	576	100%

Com relação às editorias preponderantes no espelho do telejornal, notamos que o Esporte tem papel de destaque, com equipes de reportagens e apresentadores próprios. Portanto, acreditamos ser válida uma análise específica sobre esse fato observado, o que não será realizado no seio desta dissertação. Para este estudo, basta discorrer que a maioria dos assuntos abordados é sobre a modalidade futebol e com amplo destaque para os principais times da capital – Atlético-MG e Cruzeiro. Existe grande rotatividade entre os apresentadores – Jaime Jr., Rogério Corrêa, Maíra Lemos e outros que se revezam ao longo das semanas analisadas. Na participação desses apresentadores no primeiro bloco, o abrão, as notícias costumam ser apresentadas de pé. Já na segunda participação, no terceiro bloco – o bloco de Esportes propriamente dito – ficam sentados, sendo os enquadramentos utilizados os mesmos das entrevistas em estúdio.

Com relação às demais editorias, no total, somamos 318 conteúdos veiculados. Os principais assuntos abordados no *Bom Dia Minas* são referentes à Segurança Pública, Cidades/Geral, Cultura e Economia, conforme apresentamos a seguir:

Figura 4: Conteúdos x Editorias



Quadro 7: Conteúdos x Editorias

EDITORIAS – TOTAL		
Editorias	Conteúdos	%
Segurança Pública	126	39,60%
Cidades/Geral	63	19,80%
Cultura	46	14,50%
Economia	39	12,30%
Saúde	19	5,90%
Educação	9	2,80%
Política	6	1,90%
Meio Ambiente	5	1,60%
Comportamento	5	1,60%
Total	318	100,00%

É notória a importância dada pelo telejornal aos assuntos policiais. A quantidade de assuntos da editoria de Segurança Pública (126) é exatamente o dobro da editoria que se destaca em segundo lugar, Cidades/Geral (63). Dentro da editoria de Segurança Pública, podemos classificar dois grandes subgrupos que se destacam:

- 1) crimes (contra a pessoa, tais como homicídios, tentativas de homicídios, lesões corporais, abusos sexuais, assaltos e extorsões; contra o patrimônio, tais como roubos, arrombamentos, assaltos, explosões de caixas eletrônicas, incêndios em ônibus, vandalismos; contravenções, como apreensões de máquinas caça-níqueis, materiais de jogos de azar; apreensões de drogas e operações policiais contra o tráfico de drogas; e outros como desmanches de carros, troca de tiros/tiroteios, além da cobertura de julgamentos, uma forma de dar continuidade às narrativas desses crimes mostrados como factuais);
- 2) acidentes de trânsito urbanos e interurbanos.

Já na editoria Cidades encontram-se reportagens factuais e de serviço/orientação. Na editoria de Cultura, destacam-se os temas religiosidade, com a cobertura de eventos católicos, com destaque especial para toda a Semana Santa, desde o Domingo de Ramos até a procissão do Senhor Morto, exposição de arte sacra, a iluminação especial do conjunto arquitetônico barroco das igrejas de Congonhas e do arquiteto Aleijadinho e, ainda, duas reportagens referentes à doutrina Espírita, sobre o Memorial Chico Xavier e o acordo assinado pelo filho do médium para catalogar o acervo do pai. Também na editoria de

Cultura, encontramos reportagens sobre festas populares. O grande destaque é o Carnaval, que ocupou 100% dos assuntos da editoria na semana analisada do mês de março de 2014. Mas também tiveram seu lugar as Festas da Banana e do Pastel e o Festival da Paz, Por fim, na editoria de Economia, os principais temas abordados foram a economia rural, muito voltada para o *agribusiness* e grandes produtores, oriundas, principalmente do Triângulo Mineiro, além de reportagens e entrevistas ao vivo e em estúdio sobre dicas e orientações aos consumidores e contribuinte.

5.3.3 Formatos: atenção especial aos VTs e estúdios

Levantamos, ainda, os principais formatos telejornalísticos utilizados pelo *Bom Dia Minas*. Após a análise dos dados, fica bastante claro o predomínio dos VTs, ou seja, reportagens e matérias, em detrimento de outros formatos. O índice chega a 67,92%. Atribuímos esta característica ao fato de o telejornal contar com o envio de materiais prontos pelas afiliadas. Chama a atenção a pouca quantidade de notas secas veiculadas, um formato coringa do telejornalismo e que, apesar de não ser constituído de imagens, confere dinamismo aos enquadramentos de câmera, sendo também uma forma de levar aos telespectadores notícias atuais da manhã, tendo em vista que a maioria das matérias é do dia anterior, sendo da madrugada apenas aquelas produzidas pela equipe factual de Belo Horizonte. As notas secas são usadas, basicamente, como notas pés³⁴ dos VTs. O Quadro 8 revela a quantidade de conteúdos por formato.

Quadro 8: Conteúdos x Formatos

FORMATOS NOTICIOSOS								
	VT	LINK	ESTÚDIO	NC	NS	LOC OFF	STAND UP	
set/13	26	5	5	5	1	-	-	
out/13	35	5	5	-	1	1	-	
nov/13	43	4	5	1	2	2	-	
fev/14	35	12	5	5	5	1	-	
mar/14	44	5	5	2	-	1	-	
abr/14	33	5	5	6	1	1	1	
TOTAL	216	36	30	19	10	6	1	318 conteúdos
%	67,92	11,32	9,43	5,97	3,14	1,89	0,31	100%

³⁴Nota ao vivo, lida ao final da matéria, com informações complementares ao VT.

Podemos notar uma regularidade no número de entrevistas no estúdio realizadas no *Bom Dia Minas*. São cinco por semana, sendo apenas uma por dia. Porém, este é o formato com maior duração de tempo, em média, de cinco a seis minutos por entrevista. Na paginação do telejornal, essas entrevistas localizam-se, com frequência, no segundo bloco e algumas vezes no início do terceiro, mas nunca no primeiro bloco. Os assuntos abordados nas entrevistas em estúdio costumam ser mais analíticos, principalmente em temas sobre Segurança Pública, fazendo o desdobramento e a interpretação de dados, números e estatísticas; de orientação e serviço, como os de Educação e Economia, com dicas práticas para os telespectadores; mas a maioria dos assuntos foi sobre Saúde, que tratam não só da doença e seus sintomas, mas também de diagnóstico e tratamento. Segue o levantamento do período analisado:

- 1) **Educação – 4 estúdios:** Estuda Concurso; Escolhe Faculdade; Erros Concursos; Matemática.
- 2) **Comportamento – 3 estúdios:** Afeta Trabalho; Vícios Redes Sociais; Bebeu Perdeu.
- 3) **Saúde – 11 estúdios:** Tempo Alimentação; Coração Estresse; Ansiolíticos; Glúten; Emoções Corpo; Lei Merenda; Energéticos; Desintoxica Carnaval; Substitui Carne; Alergias; Idade Atividades Físicas.
- 4) **Estatísticos – 8 estúdios:** Números Justiça; Violência Idosos; Mobilidade Urbana; Pedofilia; Acidentes Estradas; Explosão Caixas; Direitos Mulheres; Balanço Procon.
- 5) **Economia – 4 estúdios:** Saúde Financeira; Alimentação IBGE; Qualificação Profissional; Pequenos Negócios.

Figura 5: Mosaico entrevistas em estúdio



Elisangela Colodeti entrevista especialista, no estúdio, sobre vício em redes sociais. Na imagem principal, plano aberto durante a entrevista, com a imagem da ladeira e casarões da histórica Ouro Preto ao fundo; abaixo e à esq, Elisangela apresenta o tema do estúdio; e à dir. plano médio enquanto o entrevistado responde às questões

5.3.4 “Vamos agora ao vivo...”: um olhar sobre a utilização dos *links*

Elencamos também, em nossa análise, a quantidade e os assuntos abordados, ao vivo, nos *links* externos, na tentativa de descobrir se o telejornal dá conta de estar presente nos locais e no momento em que os fatos acontecem ou se as entrevistas ao vivo, externas, feitas pelos repórteres são apenas entrevistas produzidas, bem como levantar a participação de *links* por repórteres de diversas regiões de todo o estado, levando aos telespectadores as notícias mais atualizadas do dia. De acordo com François Jost (2007), em sua análise sobre os diversos tipos de mundos relatados pela TV, a utilização do ao vivo, “as emissões diretas”, são mais um artifício para criar a ilusão do real, ou a “telerrealidade”. O curioso é o autor afirmar que cada vez mais as emissões “diretas” são preparadas, programadas e superplanejadas. Para ele, nas duas últimas décadas, os registros surgidos inesperadamente ao vivo, como a queda das torres gêmeas, em Nova York, contam-se nos dedos. Ele defende que

o ao vivo promove “uma ligação existencial com o real” (2007, p.95), mesmo destacando que, apesar da simultaneidade, quase tudo é planejado e controlado.

Conforme nos apresentou o Quadro 8, existe uma regularidade no número de *links* por edição do *Bom Dia Minas*, variando de quatro a seis entrevistas por semana. Basicamente, é produzida uma externa por dia. O único mês analisado que fugiu a esse padrão foi fevereiro, quando foram realizadas 12 entradas ao vivo no telejornal, média pouco superior a duas externas por edição. Esta diferenciação se justifica porque naquele mês ocorreram dois fatos com mais apelo de cobertura ao vivo. O primeiro deles trata-se da greve dos motoristas de ônibus urbanos da capital e região Metropolitana de Belo Horizonte, que demandava atualização constante sobre o assunto, para que os telespectadores pudessem ficar cientes de como estava a situação de trânsito, transporte público, bem como das negociações entre as partes envolvidas; o segundo trata-se da véspera do Carnaval que, em 2014, aconteceu entre os dias 1 e 5 de março. Já na sexta-feira, dia 28/02, o *Bom Dia Minas* trazia, logo cedo, as informações sobre como estava a situação das estradas que passam pela capital e região Metropolitana na saída para o feriado, bem como na MG-050, em Divinópolis, realizando quatro entradas ao vivo na edição daquele dia. Fevereiro foi, portanto, o mês com mais *links* e os mais factuais de todo o período analisado, como nos apresenta o quadro seguinte.

Quadro 9: *Links* x Editorias

LINKS EXTERNOS - ENTRADAS AO VIVO						
	SERVIÇO / ORIENTAÇÃO	FACTUAL	ECONOMIA	SAÚDE	EVENTO	TOTAL/ MÊS
set/13	2	-	-	2	1	5
out/13	4	-	1	-	-	5
nov/13	1	-	2	-	1	4
fev/14	2	9	1	-	-	12
mar/14	1	1	2	1	-	5
abr/14	1	1	1	1	1	5
TOTAL/ TIPO	11	11	7	4	3	36
%	30,56	30,56	19,44	11,11	8,33	100,00

Embora as entradas ao vivo factuais tenham ocupado a segunda colocação no ranking traçado, com 11 *links*, pouco mais de 30% do total, nos preocupa a constatação de que os *links* factuais aconteceram apenas nas situações que envolvem trânsito, como foi o caso, em fevereiro, da greve dos ônibus urbanos e da saída para o Carnaval nas rodovias. Em março

e abril, os assuntos abordados não foram diferentes: situação das estradas na volta de feriados e operação da Polícia Rodoviária Federal nas estradas na Quinta-Feira Santa, saída para o feriado da Semana Santa.

Figura 6: *Link* saída para o Carnaval



Repórter da TV Globo Minas fala sobre as condições do trânsito na BR-356 na saída para o Carnaval e entrevista policial rodoviário sobre os trechos de maior atenção e os cuidados que os motoristas devem ter durante a viagem

Outro tipo de *link* que também pode ser considerado como factual é o de Eventos. Foram constatados apenas três, sendo eles: Semana do Café e Bienal do Automóvel, realizadas em Belo Horizonte, e Sexta-Feira da Paixão, direto de São João del-Rei, no Campo das Vertentes, uma das cidades históricas mineiras onde a tradição das celebrações da Semana Santa ainda é bastante intensa. No entanto, como o telejornal começa bem cedo – no período analisado o horário de entrada era 6h30 –, as entradas ao vivo não acontecem com o evento em realização, mas há uma produção do *link*, antecipando as atrações, como no caso da Bienal do Automóvel, ou agendamento de entrevistas, como nos casos da Semana do Café, quando a fonte trata do que está sendo discutido no evento, e da Sexta-Feira da Paixão, quando o entrevistado fala do significado da data e também da programação das celebrações do dia na cidade histórica e um coral de música sacra também se apresenta.

As entrevistas ao vivo do tipo Serviço e Orientação são as mais produzidas pelo telejornal, e seguem empatadas com o número de realização de *links* factuais. São assuntos, muitas vezes, de utilidade pública, prestação de serviços, serviços gratuitos à população, com abordagem didática e que pretende instruir, ensinar e facilitar a vida dos telespectadores, induzindo-os à ação. Os temas abordados foram: Funcionamento Delegacia de Idosos; Cadastro para o Mutirão de Paternidade; Inscrições para o Programa Ciências Sem Fronteiras; Cuidados com Ciclistas no Trânsito; Realização do Mutirão de Paternidade; Início do Horário

de Verão; Cuida Dengue; Segurança Viagem; Multa Veículos; Começa Novo Sistema de Transporte Coletivo na Capital (BRT); Direitos Voos Copa.

Temas da editoria de Economia também são recorrentes nas entrevistas ao vivo, sempre com produção e agendamento com fonte. Também possuem, como característica principal, a orientação ao telespectador a partir de um especialista, que dá dicas relacionadas aos vários assuntos levantados, que foram: Novas Regras Seguro-desemprego; Empreendedorismo – Como Abrir a Própria Empresa; Oportunidades de Negócios na BR-381; Novidades Imposto de Renda 2014; Como Fazer Contratos de Prestação de Serviços; Preços dos Hortifruti; Prazo Imposto de Renda.

Figura 7: “Vamos agora falar ao vivo...”



Repórteres posicionados nos telões para participarem ao vivo do *Bom Dia Minas*

Os assuntos de Saúde, além de serem bastante abordados nas entrevistas de estúdio, também têm espaço nos *links*. Normalmente, com algum “gancho” mais factual para o assunto. O tema Epilepsia foi abordado em setembro, no Dia Nacional e Latino-Americano de Conscientização da Doença. No mesmo mês, foi produzido o ao vivo sobre Cuida Lesões, mas aleatório, sem apelo factual. O *link* DST Camisinha foi realizado em março, mês em que ocorreu o Carnaval, para conscientizar os telespectadores sobre o uso de preservativos e prevenção das Doenças Sexualmente Transmissíveis. A entrevista externa Escolhe Peixes aconteceu em abril, em plena Semana Santa, quando os católicos abolem o consumo de carne vermelha e dão preferência aos peixes. O *link* visou ensinar os telespectadores a escolherem peixes frescos para não haver prejuízo à saúde.

Ao somarmos os *links* produzidos (Evento, Serviço/Orientação, Economia e Saúde), temos a realização de 25 entradas ao vivo deste tipo, ou 69,44% do total. Ao compararmos com o número de *links* factuais, que acontecem simultaneamente ao fato, que são 11 ou 30,56%, vemos no *Bom Dia Minas* a mesma tendência apontada por Jost do superplanejamento e programação do ao vivo ou “diretos” (2007).

Jost enumera, ainda, três características que garantiriam a realidade necessária ao estabelecimento do pacto com a audiência. A primeira seria a “restituição”, quando o enunciador construído é a própria realidade. O segundo tipo de promessa é o “testemunho”. A presença do repórter como “testemunha ocular”. A terceira figura à qual o autor recorre é a “reconstituição”, que tem sua origem na utilização dessa prática pela polícia, com o objetivo de decifrar crimes. No telejornalismo, atores podem representar uma situação passada e uma série de ilustrações pode ajudar a compreender a cronologia de um fato. “O jornalista se constrói como um historiador que tem certezas” (JOST, 2009, p. 25). O relato é explicativo.

Ao analisarmos os *links* factuais do *Bom Dia Minas*, podemos classificá-los, de acordo com a categorização de Jost, como “testemunhais”, pois o repórter se coloca no local do fato (greve dos ônibus urbanos, situações nas estradas na saída e chegada dos feriados) e narra os acontecimentos para que os telespectadores se coloquem a par do mais próximo à realidade e possam fazer suas opções de rotas e trajetos ao saírem de casa, além de contar com a presença de um entrevistado previamente agendado. Mas também encontramos entradas ao vivo no telejornal que se enquadram na primeira categoria criada por Jost, a da “restituição”.

Pensemos nas câmeras de vigilância, que servem de prova para se deter um ladrão num supermercado, ou a arbitragem eletrônica, que tem força de lei atualmente em certas competições. Em realidade, a sua força repousa sobre dois argumentos implícitos: a anulação da subjetividade humana, substituída pela objetividade da objetiva, e portanto, no final das contas, a anulação do olhar (JOST, 2009, p.21).

O autor considera que a versão jornalística para este tipo de realidade dissociada do olho e, portanto, da subjetividade, é a câmera escondida, outra opção de captação do real pelas lentes das câmeras de TV. De fato, o artifício não traria mais realidade, mas “uma redução ao visível” (JOST, 2009, p.22). De qualquer forma, as câmeras que parecem dissociadas da operação humana são cada vez mais utilizadas como recurso para legitimar a realidade do relato. No caso do *Bom Dia Minas*, não se trata, necessariamente, das câmeras de vigilância, mas de “câmeras-robôs”, automatizadas, instaladas em altos de prédios de Belo Horizonte, bem como do Globocop, helicóptero da TV Globo Minas que sobrevoa a capital e cidades da região Metropolitana. Esses instrumentos são utilizados na abertura do telejornal, quando é dada a temperatura de momento da capital, bem como a previsão do tempo para toda a manhã até a tarde, com textos semelhantes ao que segue na reprodução do *script* do *Bom Dia Minas* do dia 09/09/2013:

Quadro 10: Lauda abre tempo

LINK 6 – MESBLA ³⁵	<p>HOJE É SEGUNDA-FEIRA, DIA NOVE DE SETEMBRO./</p> <p>ESTA É UMA IMAGEM AO VIVO DE BELO HORIZONTE, AMANHECENDO COM CÉU.../</p> <p>A TEMPERATURA NA CAPITAL É DE QUINZE GRAUS./</p> <p>A PREVISÃO PARA HOJE É DE CÉU CLARO A PARCIALMENTE NUBLADO./</p> <p>AGORA SÃO SEIS HORAS E ... MINUTOS.//</p>
-------------------------------	--

As câmeras-robôs, instaladas nos vários pontos da capital, são uma possibilidade tecnológica também explorada nas passagens de bloco do telejornal. Os equipamentos oferecem imagens ao vivo das condições do trânsito em diferentes locais, todos em Belo Horizonte, sendo: Anel Rodoviário (viaduto São Francisco); Av. Cristiano Machado; Av. Afonso Pena; Av. Antônio Carlos (Barragem da Pampulha); BR-356/Trevo do bairro Belvedere; Complexo da Lagoinha. O telejornal não faz uso desse tipo de equipamento de emissoras afiliadas. O Globocop (helicóptero da TV Globo Minas) também é utilizado diariamente para oferecer imagens ao vivo para as passagens de bloco do telejornal. O diferencial é que o Globocop consegue ir além do alcance das câmeras-robôs, oferecendo mais opções de imagens, lugares e maior mobilidade. Frequentemente, ambos os instrumentos conseguem flagrar situações de acidentes e congestionamentos mostrados em tempo real, e até mesmo fora do *script* imaginado pelos editores, como aconteceu no dia 14/10/2014, quando o Globocop conseguiu registrar, ao vivo, um acidente em que um motociclista ficou ferido no Anel Rodoviário de Belo Horizonte e as complicações no trânsito em decorrência deste fato.

³⁵ Mesbla é o nome de um edifício de Belo Horizonte, onde acreditamos estar localizada uma das câmeras-robôs da TV Globo Minas.

Figura 8: Imagens ao vivo do Globocop



Globocop flagra momento exato em que motociclista sobre acidente no Anel Rodoviário em BH

Com relação ao número de cidades que participam ao vivo do *Bom Dia Minas*, podemos citar que o índice é baixo. Dos 36 *links* realizados, apenas dois não foram feitos de Belo Horizonte. O primeiro deles foi registrado em fevereiro de 2014, realizado na cidade de Divinópolis, no Centro-Oeste mineiro, pela repórter Aline Fonseca, que mostrava, em tempo real, como estava a situação da rodovia MG-050 na sexta-feira, véspera de Carnaval. Este *link* estava paginado ao lado de outra entrada ao vivo feita de Belo Horizonte, também mostrando como estava o trânsito nas estradas que cortam a capital. A segunda entrada ao vivo fora de Belo Horizonte foi realizada na Sexta-Feira Santa, de São João del-Rei, no Campo das Vertentes. O repórter Luiz Felipe Falcão fez uma entrevista com um historiador sobre o significado da tradição dos tapetes artesanais na procissão da Sexta-Feira da Paixão, na cidade histórica, e apresenta, também, um coral de canto gregoriano que participa das celebrações o longo de toda a Semana Santa nas igrejas barrocas e centenárias.

Figura 9: Repórteres ao vivo do interior



Acima, Aline Fonseca mostra a situação das MG-050, em Divinópolis, na saída para o feriado de Carnaval.
 Abaixo, Luiz Felipe Falcão fala sobre a Sexta-Feira da Paixão, em São João del-Rei

Acreditamos que a participação mais frequente de repórteres ao vivo, com informações relevantes de diversas regiões do estado, enriqueceria muito o conteúdo do telejornal, que tem como proposta uma cobertura estadual. Contudo, atribuímos esta “deficiência” à dificuldade das emissoras afiliadas disponibilizarem suas equipes tão cedo pela manhã, o que poderia desfalcocar a cobertura local, tanto no próprio bloco local do *Bom Dia Minas*, que tem início por volta das 7h20, quanto mais tarde, no *MGTV 1ª Edição*, às 12h, tendo em vista o número de equipes reduzidas pelo interior do estado, bem como a necessidade de produzir material para sustentar os telejornais das próprias emissoras.

Mas, conforme explicitado por Guimarães e Musse (2014), ao realizarem um estudo preliminar sobre o uso do ao vivo no *Bom Dia Minas* durante cinco edições exibidas em outubro de 2013, podemos concluir que “o formato, por enquanto, tem garantido audiência, com a tecnologia do tempo real a seduzir corações e mentes, mas a sua fragilidade poderá em breve se fazer presente”, principalmente por ser pouco explorada a possibilidade de contar com a participação de todas as regiões mineiras ao vivo, com informações atualizadas logo no primeiro telejornal estadual do dia.

5.3.5 Uma leitura sobre cultura, regiões e emissoras

Na tentativa de elencarmos quais são as Minas Gerais representadas pelo *Bom Dia Minas*, dividimos a nossa análise em dois momentos: um primeiro trimestre sem a ocorrência de cobertura grandes eventos culturais, e um outro trimestre considerado atípico, com a ocorrência de eventos culturais. A amostra do primeiro período é composta por três semanas, cada uma dos meses de setembro, outubro e novembro de 2013. A amostragem do segundo período também compreende três semanas, cada uma delas dos meses de fevereiro, março e abril de 2014, quando foi possível fazer a avaliação das semanas em que acontecem o Carnaval e a Semana Santa. A grande diferença entre os dois períodos analisados se deu exatamente na editoria de Cultura, conforme sugeria nossa hipótese, e como ilustram os quadros a seguir.

Quadro 11: Conteúdos x Editorias x Trimestre sem cobertura de grandes eventos

TRIMESTRE SEM COBERTURA DE GRANDES EVENTOS – EDITORIAS									
		SETEMBRO		OUTUBRO		NOVEMBRO		TOTAL	
Editorias		Conteúdos	%	Conteúdos	%	Conteúdos	%	Conteúdos	%
1	Polícia	19	45,24%	21	44,68%	22	38,60%	62	42,47%
2	Cidades/Geral	8	19,05%	11	23,40%	7	12,28%	26	17,81%
3	Economia	1	2,38%	5	10,64%	13	22,81%	19	13,01%
4	Cultura	2	4,76%	2	4,26%	9	15,79%	13	8,90%
5	Saúde	6	14,29%	2	4,26%	1	1,75%	9	6,16%
6	Educação	4	9,52%	3	6,38%	0	0,00%	7	4,79%
7	Meio Ambiente	1	2,38%	2	4,26%	1	1,75%	4	2,74%
8	Política	0	0,00%	0	0,00%	3	5,26%	3	2,05%
9	Comportamento	1	2,38%	1	2,13%	1	1,75%	3	2,05%
	Total	42	100%	47	100%	57	100%	146	100%

Quadro 12: Conteúdos x Editorias x Trimestre com eventos culturais

TRIMESTRE COM EVENTOS – EDITORIAS									
		FEVEREIRO		MARÇO		ABRIL		TOTAL	
	Editorias	Conteúdos	%	Conteúdos	%	Conteúdos	%	Conteúdos	%
1	Polícia	26	41,27%	17	29,82%	21	40,38%	64	37,21%
2	Cidades/Geral	21	33,33%	7	12,28%	9	17,31%	37	21,51%
3	Cultura	4	6,35%	20	35,09%	9	17,31%	33	19,19%
4	Economia	4	6,35%	8	14,04%	8	15,38%	20	11,63%
5	Saúde	3	4,76%	4	7,02%	3	5,77%	10	5,81%
6	Política	3	4,76%	0	0,00%	0	0,00%	3	1,74%
7	Educação	0	0,00%	0	0,00%	2	3,85%	2	1,16%
8	Comportamento	1	1,59%	1	1,75%	0	0,00%	2	1,16%
9	Meio Ambiente	1	1,59%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,58%
	Total	63	100%	57	100%	52	100%	172	100%

No primeiro trimestre analisado, entre setembro e novembro de 2013, a editoria de Cultura aparece timidamente com apenas 13 conteúdos, na quarta colocação. Já quando analisamos o trimestre entre fevereiro e abril de 2014, quando ocorrem grandes eventos culturais, como o Carnaval e a Semana Santa, o número de conteúdos de Cultura quase triplica, chegando a 33 notícias, equiparando-se ao total de conteúdos da editoria Cidades/Geral (37 notícias). A importância que passa a ter a editoria de Cultura nesses períodos faz também com que a mesma suba da quarta para a terceira colocação.

Além da tentativa de encontrar quais são os assuntos mais tratados pelo *Bom Dia Minas*, investigamos também quais seriam as regiões que são mais retratadas no telejornal. O resultado não foi surpreendente. Na análise sobre a representação das regiões do estado de Minas Gerais, levantamos a presença de 15 regiões distintas, sendo as mais presentes: região Metropolitana de Belo Horizonte (149 conteúdos – 46,8%), seguida do Triângulo Mineiro (45 conteúdos – 14,1%) e do Sul de Minas (42 conteúdos – 13,2%) conforme demonstramos a seguir:

Quadro 13: Conteúdos x Regiões x Cidades

Região	Nº de Conteúdos		Cidades representadas
Metropolitana	149	9	Belo Horizonte, Contagem, Vespasiano, Betim, Confins, Sabará, Caeté, Juatuba, Nova Lima
Triângulo Mineiro	45	8	Uberlândia, Uberaba, Ituiutaba, Centralina, Coromandel, Conceição das Alagoas, Araguari, Tupaciguara
Sul	42	21	Varginha, Pouso Alegre, Paraguaçu, Poços de Caldas, Cambuí, Itamonte, Campo Belo, Cabo Verde, Lavras, Cambuquira, Bom Sucesso, Guaxupé, Passos, Muzambinho, Itajubá, Nepomuceno, Ouro Fino, Passos, Boa Esperança, São João Batista do Glória, Machado
Norte	14	2	Montes Claros, Francisco Sá
Zona da Mata	13	6	Juiz de Fora, Muriaé, Cataguases, Ubá, Visconde do Rio Branco, Lima Duarte
Centro-Oeste	11	7	Divinópolis, Oliveira, Formiga, Itaúna, Nova Serrana, Cristais, Pains
Campo das Vertentes	10	4	São João del-Rei, Carandaí, Sta Bárbara do Tugúrio, Tiradentes
Central	8	6	Itaúna, Diamantina, Ouro Preto, Bonfim, Congonhas, Itabirito
Alto Paranaíba	7	5	Patos de Minas, Araxá, Perdizes, Coromandel, Lagoa Formosa
Vale do Aço	6	4	Timóteo, Cel. Fabriciano, Ipatinga
Vale do Rio Doce	3	1	Governador Valadares
Leste	4	3	Teófilo Otoni, Periquito, Eng. Caldas
Vale do Mucuri	1	1	Catuji
Distrito Federal	5	1	Brasília
Piauí	1	1	Teresina

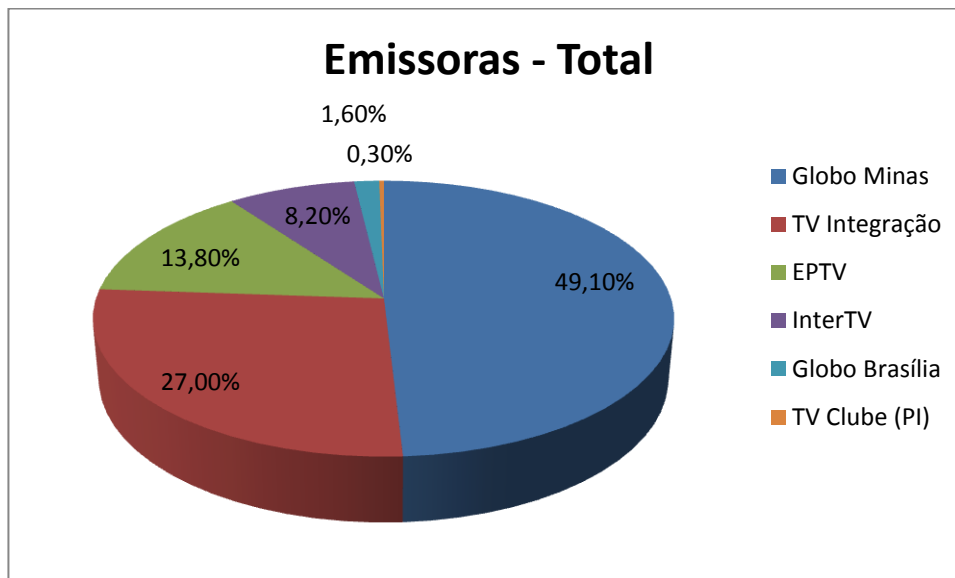
O resultado não foi surpreendente, tendo em vista que as emissoras de televisão tendem a cobrir principalmente a cidade e região de maior importância econômica dentro de sua área de cobertura (neste caso a capital e região Metropolitana), até porque os editores do *Bom Dia Minas* estão sediados em Belo Horizonte. Portanto, os olhares dos *gatekeepers*³⁶ são, de certa forma, centralizadores e tendem a julgar que os fatos ocorridos nestas cidades são de maior relevância para o restante do estado do que os fatos que acontecem no interior. Mas, de acordo com a planilha apresentada, percebemos que, apesar da região Metropolitana de Belo Horizonte ser a mais representada em quantidade de conteúdos exibidos – quase metade do

³⁶ *Gatekeeping* é um conceito jornalístico para edição. *Gatekeeper* é, então, aquele que define o que será noticiado de acordo com valor-notícia, linha editorial e outros critérios. *Gatekeeper* também pode ser entendido como o "porteiro" da redação.

total –, os telespectadores mineiros tiveram acesso a notícias de apenas nove cidades desta região. Notamos que a região mais representada em número de municípios foi o Sul de Minas. Apesar de estar na terceira colocação em quantidade de conteúdos exibidos (pouco mais de 14% do total), a EPTV conseguiu veicular informações sobre 21 cidades durante o período analisado, colocando o Sul de Minas, portanto, como o mais plural dentro do *Bom Dia Minas*. Essa constatação nos dá uma indicação de que a emissora possa ter a cobertura regional mais descentralizada entre todas as emissoras do estado, incluindo a TV Globo Minas.

Também levantamos quais são as emissoras afiliadas que mais contribuem com o envio de materiais para o *Bom Dia Minas*. A TV Globo Minas, emissora própria da Rede Globo, foi preponderante, seguindo o demonstrado nos gráficos sobre a representação das regiões do estado, nos quais a região Metropolitana de Belo Horizonte foi a que mais apareceu nos telejornais.

Figura 10: Conteúdos x Emissoras



Quadro 14: Conteúdos x Emissoras

EMISSORAS - TOTAL		
Emissoras	Conteúdos	%
Globo Minas	156	49,10%
TV Integração	86	27,00%
EPTV	44	13,80%
InterTV	26	8,20%
Globo Brasília	5	1,60%
TV Clube (PI)	1	0,30%
Total	318	100,00%

A emissora que ficou com a segunda colocação foi a TV Integração. Atribuímos esta posição por se tratar de uma emissora constituída em rede. A Rede Integração possui geradoras em quatro municípios de Minas Gerais – Uberlândia, Ituiutaba, Araxá e Juiz de Fora, sendo que as principais produtoras de conteúdo são Uberlândia, Uberaba, Divinópolis e Juiz de Fora. Sua área de cobertura abrange 233 municípios mineiros, um total de mais de 5,5 milhões de telespectadores. A força da TV Integração é demonstrada quantitativamente, emplacando praticamente o dobro de conteúdos que a EPTV, terceira colocada. Porém, a mesma não conseguiu dar visibilidade a uma grande diversidade de municípios, conforme fez a EPTV que, apesar de também fazer parte de uma rede de emissoras do interior paulista, em Minas Gerais, é apenas uma emissora, que cobre 141 municípios, atingindo mais de 2,4 milhões de telespectadores.

Após analisar os assuntos mais elencados pelo *Bom Dia Minas*, bem como as regiões do estado mais representadas, traçamos um fio de análise Região x Editorias, a fim de descobrir quais são os principais conteúdos produzidos pelas emissoras sediadas nas diversas regiões do estado e quais as identidades mineiras são possíveis de o telespectador apreender a partir de sua exposição diária ao telejornal em análise. Apresentamos agora o quadro resumo desta análise³⁷.

Quadro 15: Editorias x Regiões

	Segurança Pública	Cidades/ Geral	Cultura	Economia	Saúde	Educação	Política	Meio Ambiente	Comportamento
BH/Metropolitana	44	36	22	18	17	6	1	-	5
Triângulo Mineiro	21	7	3	9	-	2	-	2	-
Sul de Minas	21	8	5	4	2	1	-	1	-
Norte de Minas	11	1	1	1	-	-	-	-	-
Zona da Mata	3	2	4	3	-	-	-	1	-
Leste	4	-	-	-	-	-	-	-	-
Vale do Aço	4	1	-	-	-	-	-	-	-
Centro-Oeste	4	5	-	2	-	-	-	-	-
Alto Paranaíba	5	1	-	-	-	-	-	1	-
Vale do Rio Doce	3	1	-	-	-	-	-	-	-
Campo das Vertentes	2	1	5	2	-	-	-	-	-
Central	2	-	6	-	-	-	-	-	-
Vale do Mucuri	1	-	-	-	-	-	-	-	-

³⁷ Esta tabela soma apenas 312 conteúdos, pois foi excluído um conteúdo de Segurança Pública, sobre a prisão do irmão do ex-goleiro Bruno, proveniente da TV Clube, do Piauí, e excluídos, também, cinco conteúdos da editoria de Política, sobre o Mensalão, de origem da TV Globo Brasília.

Podemos notar, claramente, que a maior representação das diversas regiões mineiras é a da violência e do caos, pois os assuntos da editoria de Segurança Pública prevalecem na maioria das regiões. Duas delas, inclusive – Vale do Mucuri e Leste de Minas – só aparecem no telejornal por meio de notícias provenientes desta editoria, sem registro de nenhum outro assunto nas seis semanas analisadas. Poucas são as exceções para essa representação da violência e desordem no estado mineiro. Zona da Mata, Campo das Vertentes e região Central emplacaram mais conteúdos da editoria de Cultura. Já o Centro-Oeste aparece mais representado por meio da editoria de Cidades/Geral. Belo Horizonte e região Metropolitana lideram, em números, a maioria das editorias, sendo, portanto, a principal produtora de notícias para o *Bom Dia Minas*. As editorias que mais encontram espaço são, respectivamente, em ordem de importância: Segurança Pública, Cidades/Geral, Cultura, Economia, Saúde e com menor força Educação, Comportamento e, por fim, com a apenas uma nota coberta sobre o Mensalão, a editoria de Política, que discutiremos no decorrer deste trabalho.

Em nossa análise que relaciona os conteúdos e as regiões, identificamos que o Centro-Oeste mineiro contribuiu com mais matérias da editoria Cidades/Geral do que com conteúdos de Segurança Pública. Acreditamos que o maior interesse dos editores da capital pelas rotinas do urbano do Centro-Oeste ocorra devido à proximidade geográfica com a região Metropolitana. Divinópolis, Oliveira e Formiga, por exemplo, são cidades cuja referência em diversos setores é Belo Horizonte. As reportagens emplacadas foram tanto da ordem do inesperado (Desaba estrutura) quanto do ordinário (Mutirão contra a Dengue, Movimento nas estradas na saída para o Carnaval, Treinamento para motoristas).

No caso da Zona da Mata, a editoria de Cultura contribuiu com quatro notícias contra três de Segurança Pública e outras três de Economia. Os assuntos abordados foram o Festival Mundial da Paz, na cidade de Ubá, no mês de setembro de 2013, um grande apelo de valor-notícia inverso, já que quando se fala tanto em violência um município realiza um Festival de Paz e internacional, que contou com grande número de público. Os outros três conteúdos de Cultura foram referentes ao Carnaval: Philarmônica Embocadura, tradicional bloco carnavalesco, também da cidade de Ubá; Carnaval no Pesque-Pague, de Juiz de Fora, e Carnaval em Conceição de Ibitipoca, de Lima Duarte, levam aos telespectadores um enquadramento diferenciado do que comumente é mostrado na cobertura da Folia de Momo. O foco das duas matérias foram as pessoas avessas à festa que preferem buscar a tranquilidade da pescaria e do arraial de Conceição de Ibitipoca, no alto da serra, que possui como principal atrativo o Parque Estadual de Ibitipoca com cachoeiras, grutas e trilhas a serem desbravadas.

garantiu mais segurança e infraestrutura às festas. As equipes de reportagem da TV Globo Minas fizeram a cobertura do Carnaval na região Central do estado com duas matérias sobre a folia de Momo, em Diamantina, duas em Ouro Preto e uma na cidade de Bonfim.

O Campo das Vertentes também ganhou destaque nos espelhos do *Bom Dia Minas* com a cobertura do Carnaval. Apesar do município de Tiradentes ser de responsabilidade de cobertura da TV Globo Minas, a equipe de reportagem da TV Integração, que faz parte da Correspondência Vertentes³⁸, esteve na cidade histórica para registrar a festa. De São João del-Rei, foi mostrado, em uma matéria, o bloco carnavalesco mais tradicional do município, o Vamos a La Playa, que desfila à tarde, levando com ele milhares de foliões. Também de São João del-Rei, saíram participações que fazem menção à religiosidade. A primeira delas foi o VT Arte Sacra, sobre uma exposição realizada na cidade durante a Semana Santa e uma entrada ao vivo na Sexta-Feira da Paixão, com uma entrevista sobre o significado da data e dos tapetes tradicionais confeccionados para a procissão do Senhor Morto, sobre a programação das celebrações naquele dia e no fim de semana e a apresentação de um coral de canto gregoriano. Curioso notar que não houve nenhuma matéria mostrando a realização das celebrações tão tradicionais de Semana Santa no *Bom Dia Minas* de São João del-Rei. Atribuímos essa “deficiência” de cobertura à dificuldade de fazer com que os materiais chegassem até Belo Horizonte. Como as celebrações são à noite, é necessário fazer a gravação do VT para Juiz de Fora, para que pudesse ser editado de madrugada ou de manhã bem cedo para que depois fosse gerado ou colocado no servidor para a TV Globo Minas. Por fim, a outra participação cultural do Campo das Vertentes no *Bom Dia Minas* trata-se de uma festa popular e do meio rural: a Festa da Banana, realizada no município de Santa Bárbara do Tugúrio, no mês de novembro de 2013.

Já o Triângulo Mineiro foi a região que obteve índice de matérias da editoria de Economia acima da média das demais regiões, ficando abaixo apenas da capital e região Metropolitana, que computaram maioria de conteúdos em todas as editorias, exceto Meio Ambiente. Foram nove conteúdos, dos quais cinco são referentes à economia rural, como demonstramos a seguir:

³⁸ A Correspondência Vertentes foi inaugurada, em São João del-Rei, no dia 07/09/2012, com o objetivo de ampliar a cobertura jornalística da TV Integração Juiz de Fora no campo das Vertentes. A equipe é responsável por 24 municípios e é composta por um repórter e um cinegrafista. A marcação de pautas é feita pela equipe de Produção sediada em Juiz de Fora. Não existe um escritório que sedie a Correspondência Vertentes.

Quadro 17: Matérias de Economia – Triângulo Mineiro

Assunto	Cidade	Período	Subgrupo Rural?
Pequenas empresas contratam	Uberlândia	out/13	NÃO
Mais que gasolina	Uberlândia	nov/13	NÃO
Livre Sigatoka	Uberlândia	nov/13	SIM
Vendas calor	Uberlândia	nov/13	NÃO
Franquias	Uberlândia	nov/13	NÃO
Laranja valorizada	Uberaba	mar/14	SIM
Preço do ovo	Uberaba	mar/14	SIM
Sobe arroba	Uberaba	abr/14	SIM
Pesquisa bois	Uberaba	abr/14	SIM

Vale registrar, ainda, que todas as quatro participações emplacadas pela cidade de Uberaba na editoria de Economia foram com assuntos relativos ao meio rural, um forte indicativo sobre o desenvolvimento econômico agrário da terceira região mais rica de Minas Gerais.

5.3.6. Algumas lacunas

É curioso notar a ausência, ou pouca presença, de matérias de algumas editorias que acreditamos serem relevantes, de acordo com as características atuais do estado de Minas na atualidade. A editoria de Meio Ambiente, por exemplo, não foi contemplada com nenhuma reportagem produzida nas regiões Central e Metropolitana, justamente aquelas onde está concentrada grande parte das mineradoras existentes no estado. No total, a editoria contou com apenas cinco conteúdos em seis semanas. As matérias veiculadas sobre o tema não trataram, em nenhum grau, sobre a atividade econômica ainda tão expressiva para Minas Gerais e, certamente, uma das mais impactantes ao meio ambiente.

A cobertura dos assuntos de Educação também nos parece aquém do que deveria ser, em um estado em que o IDHM Educação é o indicador mais baixo que compõe o IDHM. Nada foi dito acerca de políticas públicas para melhorar a qualidade da educação, nem foram traçados panoramas das situações das escolas e do ensino em Minas Gerais. Apenas uma matéria tratou de bons exemplos de professores que fazem a diferença na vida dos alunos, mas como tom de homenagem, já que foi veiculada no dia do professor, em outubro de 2013. Em um estado em que já foi diagnosticado o envelhecimento da população, e em que o IDHM Longevidade é o mais alto entre os três indicadores que compõem o IDHM, também não encontramos nenhuma repercussão dessa realidade no telejornal. As únicas matérias

diretamente relacionadas aos idosos foram dentro da editoria de Segurança Pública: Delegacia de Idosos e Violência contra Idosos.

Além dessas lacunas, trataremos especificamente agora de outras duas ausências que identificamos no telejornal *Bom Dia Minas*: a falta de interatividade com os telespectadores e a negligência na cobertura dos fatos políticos que se passam na capital e no interior.

5.3.6.1 A negação da política

A ausência de materiais da editoria de Política foi uma constatação que nos incomodou ao logo do desenvolvimento desta pesquisa. Como podemos acompanhar pelo Quadro 18, foi detectada apenas uma nota coberta sobre a condenação e prisão dos envolvidos no escândalo político conhecido como “Mensalão”. Os outros cinco conteúdos de Política exibidos ao longo das seis semanas de análise foram todos originários da TV Globo Brasília, claro que os assuntos tinham interesse para Minas Gerais, como podemos observar na seguinte tabela:

Quadro 18: Matérias de Política no *Bom Dia Minas*

Assunto	Formato	Origem	Período
STF expede mandados de prisão envolvidos Mensalão	NC	BH	nov/13
Presos envolvidos Mensalão estão em Brasília	VT	Brasília	nov/13
Advogados pedem transferência de "mensaleiros" para BH	VT	Brasília	nov/13
Mensalão do PSDB mineiro deve ou não continuar sendo julgado pelo STF	NS	Brasília	fev/14
Edmar Moreira toma posse no lugar de Eduardo Azeredo	NC	Brasília	fev/14
Eduardo Azeredo apresenta defesa ao STF	NS	Brasília	fev/14

Podemos notar que a seleção de assuntos políticos para o *Bom Dia Minas* se dá sempre pela ótica do desvio, da corrupção, do incorreto, daquilo que não deveria ser, do improvável, do incomum, prevalecendo uma certa desinformação quanto ao que acontece na cena política mineira. A diminuição da cobertura política pelos telejornais, em âmbito regional, já havia sido identificada em um trabalho realizado anteriormente sobre a representação de São João del-Rei no *MGTV 2ª Edição* da TV Integração Juiz de Fora, a partir da criação da Correspondência Vertentes na cidade histórica (GUIMARÃES; MUSSE, 2014). O número de conteúdos foi nulo em uma cidade de forte tradição política e que tem como um de seus traços identitários ser o “berço dos Neves”.

A ausência de uma cobertura dos fatos políticos do município também nos faz questionar se é o poder público pouco atuante ou a escolha faz parte de uma linha editorial da emissora a ser seguida pelo telejornal. Principalmente porque as eleições municipais de 2012 aconteceram exatamente no dia sete de outubro e o 1º período de análise, portanto, entre sete de setembro e seis de outubro, se deu na reta final da escolha dos futuros prefeito, vice e vereadores. Ainda assim, não encontramos nenhuma notícia que pudesse ser enquadrada nem mesmo em uma editoria que fosse chamada de Eleições ao invés de Política, por exemplo. Para quem assistia ao telejornal, era como se não houvesse nenhuma movimentação eleitoral na cidade (GUIMARÃES; MUSSE, 2014).

O fato de o *Bom Dia Minas* também não realizar cobertura dos fatos políticos que acontecem no estado nos leva a intuir que os telespectadores que se servem do telejornal em busca de informação tem menos possibilidade de se tornarem cidadãos mais politizados, cientes da realidade que se passa na capital, por exemplo, com relação às ações governistas ou de oposição, nem mesmo com relação à atuação dos deputados estaduais na Assembleia Legislativa. As manobras políticas realizadas pelo interior do estado, nas cidades polo das diversas regiões também não encontram espaço no espelhamento do telejornal. Constatação lastimável, principalmente quando nos recordamos da Minas Gerais do movimento inconfidente, engajada nas lutas políticas de outrora, estado de onde surgiram nomes da política nacional que tiveram participações consideráveis na história política do país, como os ex-presidentes Tancredo Neves e Itamar Franco, a atual presidente da República, Dilma Rousseff e, mais recentemente, o candidato Aécio Neves, concorrendo à presidência da República.

5.3.6.2 Digitalização sem interação

Já mencionamos anteriormente, neste trabalho, que, em 16 de julho de 2012, a TV Globo Minas começou a transmitir a programação jornalística em alta definição, com qualidade de som e imagem digital. Sem dúvida, um avanço tecnológico muito esperado, tanto por telespectadores quanto por estudiosos da área. Porém, a expectativa de novas experiências na televisão, a partir da digitalização – não só na TV Globo Minas, mas nas demais emissoras de TV em todo o país –, não passou de uma promessa frustrada. A interatividade migrou para *tablets* e celulares. Uma pesquisa do Ibope³⁹ revela que, hoje, 43% dos brasileiros com conexão à internet navegam na *web* enquanto assistem à TV. Desses, 70% buscam mais informações sobre o que estão vendo. Nesse contexto, surge a *second screen*, ou

³⁹Pesquisa feita pelo Ibope e pela Qual Canal, *startup* que analisa comentários sobre programas de TV no *Twitter*.

“segunda tela”, oferecendo a possibilidade de os telespectadores terem acesso a informações adicionais sobre os programas televisivos.

A segunda tela pode ser qualquer dispositivo com acesso à internet como *smartphones*, *tablets*, *notebooks*, entre outros, usados de forma simultânea à programação da TV. Essa navegação paralela permite o consumo de conteúdos complementares (saber mais sobre a história, os atores, a trama, trilha sonora, ou, simplesmente, onde comprar as roupas utilizadas pelos protagonistas) e a interação com outras pessoas. Uma experiência que potencializa a repercussão do conteúdo e o laço social, e tem se tornado cada vez mais comum (FINGER; SOUZA, 2013).

A segunda tela enriquece a experiência televisiva do usuário e também serve como termômetro para as empresas produtoras coletarem a popularidade dos programas. “É a possibilidade de levar a multimídia à televisão. Permitir [...] a convergência da imagem televisiva com textos, infográficos, fotos e demais formas de transmissão de conteúdo para reforçar a mensagem telejornalística” (PAULINO; EMPINOTTI; PORTO, 2013, p.66).

Aliadas à segunda tela, outras duas práticas que surgem a partir do desenvolvimento de novas tecnologias potencializam a possibilidade de interatividade entre telespectadores e produtos midiáticos. São fenômenos relativamente novos, que conceituam os conteúdos que circulam por diferentes plataformas simultaneamente: a *transmedia* e a *crossmedia*.

Na *crossmedia* o mesmo conteúdo é distribuído em diferentes meios sem que haja grandes alterações na mensagem para que o receptor possa acessar e quem sabe interagir. O material pode, mas não necessariamente, ser idêntico, pois muitas vezes o que é divulgado em uma mídia completa o que está presente em outra. Se houver pequenas mudanças na imagem, texto ou áudio, os dados se cruzam, mas a essência da mensagem é a mesma. Já no fenômeno *transmedia* o conteúdo é distribuído em diferentes meios e um complementa o outro. Para ter acesso de forma mais completa, o receptor deve utilizar todos ou pelo menos o maior número de meios em que a informação foi divulgada. Neste caso, o ingrediente principal é a integração de conteúdos e meios com o objetivo de evidenciar a colaboração do usuário, que passa a ter voz e vez (FINGER, 2014, p.220).

Com base nos conceitos apresentados, realizamos uma análise da convergência midiática relacionada aos conteúdos exibidos pelo *Bom Dia Minas* e podemos afirmar que sim, o telespectador pode contar com uma segunda tela do noticiário, porém, o mesmo só poderá compartilhar de experiências do tipo *crossmedia*, com possibilidades restritas de interatividade. Isto porque tanto no aplicativo *Globo.TV* quanto no próprio site do *Bom Dia Minas*⁴⁰, os conteúdos postados são exatamente aqueles que foram veiculados na televisão.

⁴⁰ <http://g1.globo.com/minas-gerais/bom-dia-mg/videos/>

Figura 11: Portal do *Bom Dia Minas*

The screenshot shows the website for 'Bom Dia Minas'. At the top, there is a red navigation bar with a menu icon, the G1 logo, the text 'MINAS GERAIS', and the 'AMINAS' logo. Below this, the 'Bom Dia Minas' logo is displayed. The main content area features a grid of video thumbnails, each with a small video player and a title. The thumbnails are arranged in two rows. The first row includes: 'Advogada fala sobre sistema de proteção no comércio para quem perde...', 'A dois dias para BRT ser inaugurado em BH, obras ainda não foram te...', 'Polícia Civil procura por suspeitos que incendiaram ônibus em Itajubá', 'Começa nesta quinta-feira a entrega da declaração do Imposto de Renda', and 'Advogado orienta na hora de assinar contrato de serviços'. The second row includes: 'Pequenos negócios voltam a sustentar maiores índices de emprego no B...', 'Segmentação de produto pode ser boa estratégia na hora de montar o...', 'Região do Triângulo tem alerta de chuva forte para esta quinta-feira', 'Católicos celebram a Quarta-Feira de Cinzas', and 'Motoristas que passam por algumas rodovias têm direito a socorro gr...'. Below the grid, there is a footer with the 'globo.com' logo and navigation links for 'notícias', 'esportes', 'entretenimento', and 'vídeos'. The footer also includes copyright information: '© Copyright 2015 Globo Comunicação e Participações S.A. Política de Privacidade' and links for 'central.globo.com', 'assine a globo.com', and 'anuncie conosco'.

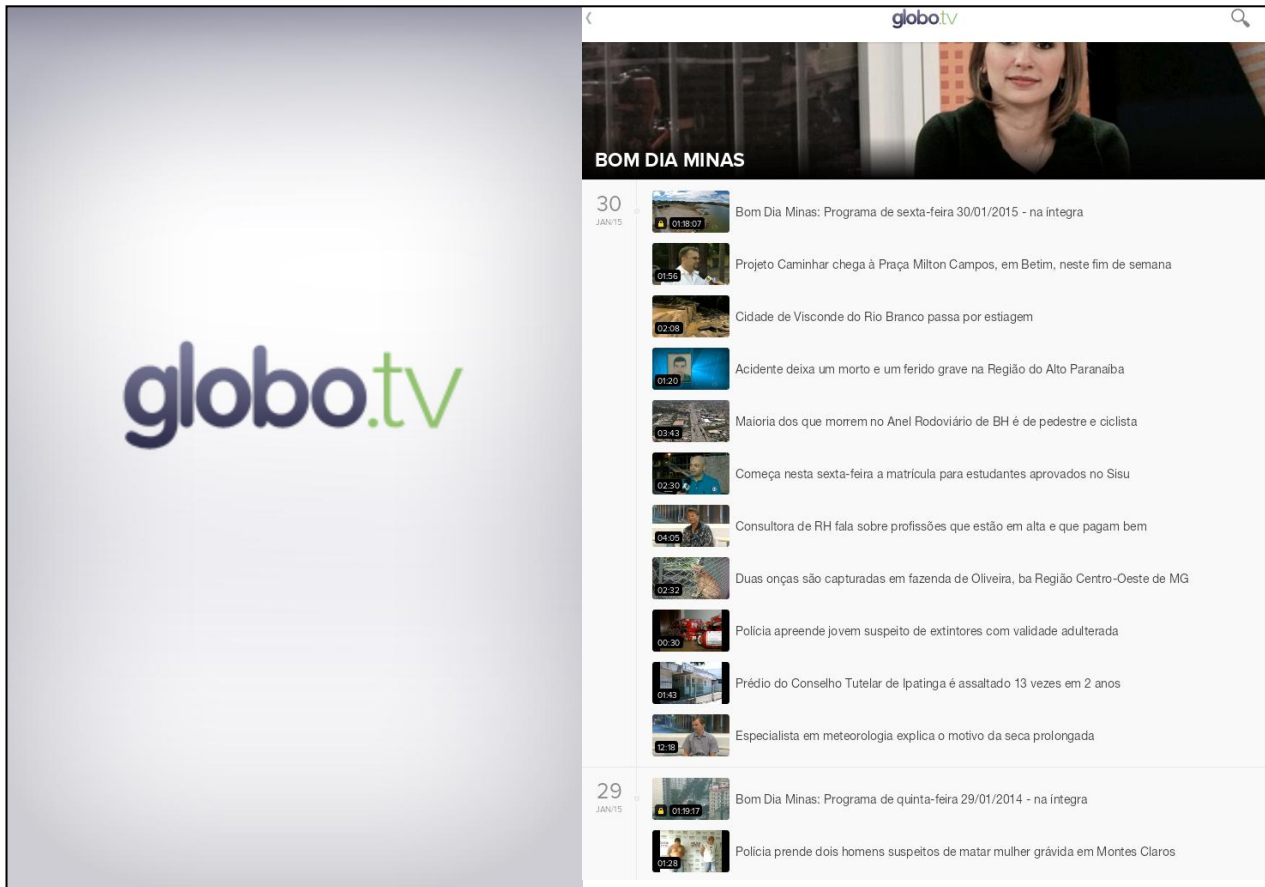
O portal do *Bom Dia Minas* possui todas as reportagens, notas cobertas, estúdios, previsões do tempo, *stand ups*, *loc offs* e *links* – só não encontramos notas secas, informações do tempo ao vivo de câmeras-robôs e passagens de blocos, a não ser quando era flagrado algum acidente de trânsito – veiculados nas edições do telejornal. O portal oferece uma base de pesquisa bastante extensa, sendo possível acessar as notícias da edição do dia, os vídeos mais vistos, fazer busca por nome ou por datas. Também é postado o vídeo de chamada para os destaques da edição daquele dia e uma versão do telejornal na íntegra. Porém, esta última só pode ser acessada por assinantes do portal Globo.com. Caso contrário, o usuário precisa assistir matéria por matéria. Outro ponto negativo é que o site não oferece a possibilidade de comentar as reportagens. O internauta tem somente as opções de “twittar” a matéria no Twitter, “curtir” a reportagem junto à rede social Facebook, ou recomendar o material para os círculos de amigos do Google Plus.

Figura 12: Links Twitter, Google Plus e Facebook



The image shows a screenshot of a news article on the G1 Minas Gerais website. The header is red with the G1 logo and 'MINAS GERAIS' text. Below the header, the article title is 'Mulher é presa em Belo Horizonte suspeita de matar o marido'. There are social media sharing buttons for Twitter (0), Google+ (0), and Facebook (0). A video player is embedded in the article, showing a scene at night with a crowd of people and a white car. The video player has a play button, a progress bar at 00:12 / 00:37, and a resolution of 360p. A 'LUZ' button is visible in the top right corner of the video player.

No aplicativo *Globo.TV* constam todos os vídeos postados no portal e não há possibilidade nenhuma de interação, tampouco informações adicionais. Ao clicar no ícone *Globo.TV+*, o usuário tem a opção de assistir ao telejornal na íntegra. Mas a figura de um cadeado logo revela que também é preciso ser assinante *Globo.com* para ter o acesso.

Figura 13: O *Bom Dia Minas* no aplicativo *Globo.TV*

O *Bom Dia Minas* também não apresentou nenhuma outra forma de interatividade entre telespectadores e programa, seja do tipo envio de perguntas para os entrevistados do estúdio ou mesmo formas de envio de materiais como prática de um jornalismo participativo, em que “o público deixa de ser ‘espectador’ e se torna, também, um usuário colaborativo” (CANNITO, 2010, p.183 *apud* FRAZÃO, 2013, p.193). Assim, podemos dizer que o telejornal em questão ainda não faria parte do contexto da “hipertelevisão”.

A “hipertelevisão” pode promover ou simular, portanto, a participação. Além de dispor de canais para interagir com os veículos, o telespectador passa a não apenas sugerir um tema a ser pautado pela imprensa, ele envia o vídeo no formato de uma matéria telejornalística, com recursos com *offs*, sonoras e passagem. O público submete o material às emissoras que podem ou não utilizá-lo. Essa inserção do público no processo noticioso é aqui compreendida como jornalismo participativo (FRAZÃO, 2013, p.193).

As únicas fotos enviadas para produção do telejornal, encontradas no período de análise, foram oriundas das diversas instituições de Segurança Pública, tais como Polícia Militar e Polícias Rodoviárias Estadual e Federal, retratando apreensões de drogas e

acidentes. Todos esses fatores de ausência de abertura e interatividade com o novo tipo de telespectador que emerge junto com a segunda tela, com as experiências *crossmedia* e *transmidia* e com o jornalismo colaborativo ou participativo, revelam a fragilidade de um modelo que precisa ser revisto em breve, para que não sofra as consequências da falta de identificação com o telespectador que é, em última instância, a perda de audiência, tão vital para as empresas de comunicação comerciais.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

“Minas são muitas”, mas não na TV! Em poucas palavras, essa é a síntese da conclusão a que chegamos com o desenvolvimento deste trabalho. Nosso ponto de partida estava baseado em algumas hipóteses e considerações que não se confirmaram em sua totalidade. Uma de nossas suposições era de que o telejornalismo de rede estadual, praticado pelo *Bom Dia Minas*, estabelecesse laços sociais entre os mineiros, na medida em que veiculasse reportagens carregadas de elementos de identidades regionais, já que são produzidas por emissoras afiliadas, sediadas nas diversas regiões do estado. E mais: por ser um telejornal que se propõe a exibir as principais notícias de Minas Gerais diariamente, e exatamente por ser produzido de forma descentralizada, ou seja, a partir de um “mosaico” de conteúdos recebidos de diversas partes do interior e não a partir do olhar centralizador da capital, o noticiário matinal possibilitaria a emergência de identidades mineiras plurais e múltiplas.

Mas ao fim de todo o percurso que fizemos, podemos verificar duas grandes conclusões: primeiramente, que o olhar do editor estadual se interessa pelas reportagens esvaziadas de identidades que expressem as culturas locais das regiões onde são produzidas, ou seja, são conteúdos “a-regionais”, “atemporais”, “neutros” – simplesmente factuais. Nossa segunda percepção é de que os diversos fragmentos das realidades locais, que carregam alguma expressão de cultura regional, ao se somarem no telejornal de rede estadual, retomam muito mais a uma identidade mineira única, muito baseada no mito da mineiridade. Fica evidente que, para os editores do *Bom Dia Minas*, as identidades culturais tradicionais e estereotipadas são aquelas que representam valores-notícia, fazendo com que seja representada uma Minas da tradição religiosa, das festas populares e da economia agrária, não sendo dadas vez e voz a identidades outras que estejam sendo cunhadas dentro dos limites do estado na contemporaneidade.

Se fôssemos responder pura e simplesmente à seguinte pergunta: “qual a identidade mineira representada no *Bom Dia Minas*”, certamente não fugiríamos da resposta de que o estado em que vivemos hoje é a Minas Gerais da violência, do tráfico de drogas, do caos e da desordem, das mortes no trânsito urbano e nas estradas, dadas a expressividade e a relevância das reportagens da editoria de Segurança Pública que são veiculadas pelo telejornal. Como demonstramos anteriormente, a soma desses conteúdos é o dobro do espaço que ocupam as demais editorias e muitas regiões de Minas só são “dignas” de serem mostradas quando “emplacam” algum assunto desta natureza, não tendo oportunidade de

serem vistas em nenhuma outra situação. Nesse contexto, destaque maior é atribuído aos *fait divers*, que são, na maioria das vezes, considerados o “Fato da Semana”. Contudo, se formos pensar nos 853 municípios que formam o estado, será que essa é a rotina na maioria deles? Existem cidades de dois mil, três mil habitantes onde a frequência de acidentes de trânsito, assassinatos, apreensões de drogas é baixa. Será que essa população se reconhece no telejornal ao ser exposta à veiculação destes assuntos?

Já que entramos no mérito da representação dos municípios, fica clara, em nossa análise, a centralidade da cobertura feita na capital e região Metropolitana, como se os fatos que acontecem nesta região fossem de interesse comum a todo o estado, independente da editoria. Muitas vezes são assuntos de caráter local, principalmente aqueles de serviço, aos quais os moradores do interior não terão acesso. As demais regiões que são mais representadas dentro do telejornal – Triângulo e Sul de Minas – também estão enquadradas entre aquelas mais populosas e economicamente mais relevantes do estado, indo de encontro ao projeto editorial de mostrar a diversidade dos mais de oitocentos municípios mineiros. Outro fator que contribui para o grande número de conteúdos produzidos em Belo Horizonte é que todas as entrevistas de estúdio são feitas pela principal âncora, Elisangela Colodeti. Não foi registrada a realização de nenhuma participação de outras emissoras com este tipo de formato. Os *links* também são sempre realizados da capital, com apenas duas exceções, como foi explicitado no corpo do trabalho: uma entrada de São João del-Rei e outra de Divinópolis.

Ainda sobre os *links*, o telejornal parece seguir à risca o que é preconizado pelo pesquisador François Jost, enfatizando as entradas ao vivo, as imagens captadas por câmeras sem cinegrafistas (câmeras-robôs) e também pelo Globocop, mostrando as condições do tempo e trânsito em tempo real, e as entrevistas com especialistas, geralmente voltadas para a prestação de serviços e orientações. Todas essas estratégias são utilizadas como forma de garantir a empatia do telespectador, bem como a credibilidade, ao passar uma mensagem de que o mesmo estará sempre bem informado, pois o *Bom Dia Minas* estará sempre no local e na hora em que acontecem os fatos. Apesar disso, ainda acreditamos que aumentar o número de participações ao vivo mais factuais e com informações de momento, atualizadas pela manhã em detrimento daquelas superproduzidas, e contar com a contribuição de outras praças do estado logo pela manhã garantiria ainda mais credibilidade e identificação com os telespectadores de toda Minas Gerais.

O tempo dedicado à editoria de Esporte, responsável por quase metade do noticiário, também poderia nos levar à percepção de que uma das características de ser mineiro é ser também torcedor de Atlético-MG ou Cruzeiro. Isto porque, necessariamente, em

todas as edições, são exibidos pelo menos quatro conteúdos relativos a ambos os clubes: dois no “abrão” e outros dois no bloco de Esporte. Essa cobertura obrigatória não existe para outros times do estado, como América-MG, Tupi, Caldense, Boa Esporte e Tombense, só para citar alguns exemplos. Esses e outros clubes só têm espaço durante a realização do Campeonato Mineiro e, ainda assim, quando se destacam na competição. Outras modalidades, como vôlei, basquete, handball também não contam, a rigor, com uma cobertura diária.

Em se tratando de ausências, encontramos outras lacunas deixadas pelo *Bom Dia Minas*, a começar pela cobertura dos fatos políticos do estado, que não encontram espaço na agenda noticiosa do telejornal. Os poucos conteúdos da editoria de Política veiculados diziam todos respeito a andamentos dos escândalos conhecidos como “Mensalão do PT” e “Mensalão Mineiro” (que envolvia o PSDB, principalmente a figura de Eduardo Azeredo). Pelos dados que levantamos, os editores não demonstram interesse pelas ações políticas que acontecem nem na capital e nem pelo interior, pois não houve registro de reportagens acerca de projetos ou sanções de leis estaduais ou municipais, manobras na Assembleia Legislativa, no Palácio da Liberdade ou nas câmaras municipais e tampouco anúncios do Governo Estadual. Tais constatações nos servem de alerta, pois um estado de grande importância no cenário político atual, com representantes no Congresso e no Senado, e com tradições políticas tão fortes, não consegue ter na mídia televisiva uma fonte de informação expressiva para a formação de indivíduos politizados e conscientes do que acontece neste âmbito tão importante para a formação cidadã.

O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) nos revela dados atuais sobre Minas Gerais que também não foram refletidos ou repercutidos. O indicador de Longevidade no estado mostra que a população mineira está com uma expectativa de vida maior, tornando-se, portanto, envelhecida. A pirâmide etária está se alterando e, ainda assim, não encontramos reportagens voltadas para os idosos nas editorias de Comportamento, Saúde, Economia ou Cidade. Os dois registros relativos a este tema encontram-se na editoria Segurança Pública, cujos conteúdos abordaram a violência contra idosos e o funcionamento da delegacia de idosos. O baixo IDHM Educação do estado também não parece motivar o telejornal a trazer à tona as discussões acerca do assunto. A editoria tratou muito mais de dicas e orientações para os estudantes, quer seja para se dar bem nos concursos, na matemática ou na recuperação escolar, do que retratou motivos e consequências deste índice abaixo do esperado. Destacamos apenas uma reportagem sobre professores exemplos – veiculada no dia do professor – que mostrou iniciativas positivas, porém isoladas, de professores que se esforçam para tentar mudar este cenário em Minas.

Causa certo estranhamento, também, a ausência de uma cobertura mais rigorosa sobre a temática Meio Ambiente. Em um estado em que as indústrias ainda são importantes na composição do PIB, nada se registrou com relação ao impacto ambiental causado por esta atividade econômica, ou mesmo sobre ações realizadas para mitigar esses efeitos. Ao percorrer a região central do estado, visualizamos inúmeras mineradoras, com suas barragens de rejeitos, hidrelétricas, com suas barragens “limpas”, fábricas, sem falar na concentração de veículos na área urbana. A soltura de peixes e a piracema – ambas ações de povoamento de rios – foram as iniciativas mais mostradas, além da captura de peçonhentos e uma iniciativa de catadores de lixo eletrônico que transformam os materiais descartados em arte.

A cobertura de Economia também nos parece incipiente. Por um lado, os assuntos abordados levam em conta, sobretudo, temas muito mais voltados para orientações aos consumidores, contribuintes, donas de casa do que para outros de macroeconomia, que expliquem as origens e os impactos das mudanças no cenário econômico. Na outra ponta, encontram-se as reportagens do mundo rural, do agronegócio, ou do *agribusiness*, como consta na proposta de cobertura do telejornal, da área de interesse dos grandes produtores, com destaque para a participação do Triângulo Mineiro. Já com relação aos assuntos de Saúde, estes são colocados para os telespectadores de forma muito expositiva, normalmente tratando de doenças, sintomas e tratamentos.

Pelo que relatamos até aqui, a análise do *Bom Dia Minas* não dá muitas pistas sobre quais identidades culturais são representadas pelo telejornal, tendo em vista que, um noticiário que demonstra extremo interesse pelo factual, apego a *fait-divers* e a assuntos policiais, que não retrata a política nem repercute os indicadores sociais e econômicos do estado, é um noticiário que pode ser produzido em qualquer lugar do país e para qualquer lugar do mundo. É no estúdio que começam a surgir os primeiros indícios de que o *Bom Dia Minas* se trata de um telejornal produzido no estado de Minas Gerais, com as imagens emblemáticas da Maria Fumaça, que até hoje leva turistas de São João del-Rei a Tiradentes, e dos casarões históricos e das ladeiras centenárias de Ouro Preto, formadas a partir da escavação em busca de ouro. Esses dois elementos, usados como partes do cenário de onde saem as notícias para todo o estado, são ícones que remetem aos períodos do Brasil Colônia e Império e, portanto, aos períodos áureos da economia mineira, com a extração de ouro, a produção cafeeira e o desenvolvimento do comércio.

Da análise do cenário do estúdio do *Bom Dia Minas*, nos direcionamos para a editoria de Cultura, que nos mostrou relevante a partir do momento em que ganhou uma posição no ranking dos assuntos mais importantes nos espelhos do telejornal, quando

comparamos os meses “neutros” e os meses com eventos culturais, mais especificamente o Carnaval e a Semana Santa. Essa alteração na composição dos espelhos, com a seleção de um maior número de matérias de Cultura no segundo período observado, demonstra, primeiramente, que a cultura tem mais apelo e valor-notícia quando se transforma em eventos passíveis de cobertura jornalística e, portanto, em uma “cultura-factual”. A segunda constatação é de que os elementos da mineiridade também estão imbricados nesse interesse explícito, tanto pelas matérias de Carnaval quanto da Semana Santa.

O “Carnaval das cidades históricas” (que virou até projeto do Governo de Minas) é a “folia de momo” que mais desperta interesse de cobertura, seja pela quantidade de turistas que atrai, seja pelas marchinhas carnavalescas eternizadas, das quais muitos blocos se apropriam, ou mesmo pela valorização das cidades que, no passado, representaram tanto esplendor para o estado e, atualmente, são brindadas com muita festa. Equipes de reportagens da TV Globo Minas são deslocadas para Ouro Preto, Sabará e Diamantina para emplacar não apenas uma, mas até duas matérias de cada um desses locais. É claro que o Carnaval também é coberto sob a ótica do avesso, da tranquilidade, de quem prefere um pesque-pague, a serra de Ibitipoca e hotéis fazendas. Um ou outro desfile de escola de samba e apuração dos resultados são mostrados, sem muita expressividade, nada como a ênfase dada às já citadas cidades históricas da região Central e também a São João del-Rei e Tiradentes, no Campo das Vertentes.

As tradicionais celebrações religiosas da Semana Santa nas cidades históricas chegam a ser objeto de desejo na pauta jornalística, inclusive do *Bom Dia Minas*. Isso fica explícito quando uma equipe é deslocada para Sabará para cobrir a programação da Sexta-Feira Santa, logo de madrugada. Na urgência de se mostrar, em primeira mão, a procissão do Senhor Morto, realizada há mais de 200 anos na cidade, a repórter envia para a redação um *flash*, como consta no espelho, que nada mais é do que um *stand up* coberto com imagens para que se tenha tempo de editar e ir ao ar antes das 7h20 da manhã. O interesse pela Semana Santa em São João del-Rei também motivou um *link* direto do Largo de São Francisco, com uma das mais belas das igrejas barrocas centenárias ao fundo e um coro de música sacra. A cidade ainda não havia emplacado nenhuma matéria ainda e não poderia ter ficado de fora, tendo em vista que até hoje realiza solenidades em latim e preserva rituais de mais de três séculos de existência, como o Ofício de Trevas, por exemplo.

Durante a Semana Santa, as celebrações católicas foram assunto de todas as edições do *Bom Dia Minas*, de segunda a sexta-feira. Contudo, chama-nos a atenção que, em um estado onde a comunidade evangélica cresce e, como demonstra o Censo 2010 do IBGE,

chega a equiparar-se ao número de católicos, não houve, em momento, algum, nenhuma cobertura que dissesse respeito às religiões evangélicas, pentecostais, neopentecostais, de missão, entre outras. Já sobre a doutrina Espírita, que conta com apenas cerca de meio milhão de seguidores em Minas Gerais, foram veiculadas reportagens relativas a Chico Xavier, oriundas da TV Integração Uberaba, onde viveu o médium.

Ao concluirmos nossa análise sobre o *Bom Dia Minas*, poderíamos inferir que, pelas representações veiculadas no telejornal, a violência seria a principal identidade do estado. No entanto, no fluxo televisual, não há rupturas, e sim uma confortável confirmação de que os problemas do mundo podem estar até próximos, mas podem ser explicados e não colocam em risco a integridade do telespectador. Este parece não ter com que se preocupar. A televisão está ali, para esclarecer e explicar.

Nas narrativas observadas, não se faz o elogio da diversidade ou diferença. , Em tempo real, ao vivo, ou por meio das reportagens gravadas, todos os lugares, os mais distantes e singulares, estão reunidos em torno de um discurso, que parece lhes dar uma identidade, mas sem contemplar suas características individuais. Parece que o caos do mundo exterior, os acidentes e a violência são um denominador comum, que iguala todos os lugares. Exceto quando surgem as reportagens carregadas de elementos da mineiridade, que alocam o telespectador na sua zona de conforto, na Minas Gerais bucólica, da tradição, da religiosidade, da época próspera do ouro, das viagens longas e tranquilas de trem, de Maria Fumaça. Buscam no fundo do imaginário coletivo um referencial de que “sou do mundo”, vivo todo este frenesi da vida contemporânea, do urbano, do trânsito enfurecido e da violência – ainda que na maioria das cidades mineiras isto ainda não seja uma realidade cotidiana – do desastre, da tragédia do inesperado. Mas também “sou Minas Gerais”, o mineirinho desconfiado, que acha que amanhã é melhor, que é tudo logo ali, o homem dono de seu tempo.

Ao findar esse longo percurso de pesquisa, dúvidas ainda nos restam, afinal, assim deve ser o trabalho de jornalistas e pesquisadores – alimentar-se de suas inquietudes para tentar encontrar respostas e entregá-las à sociedade. Um das novas questões que surgem ao concluir este estudo é se as múltiplas identidades de Minas Gerais não emergem nas reportagens veiculadas pelo *Bom Dia Minas* porque não cabem na linha editorial do telejornal, porque os editores estaduais só conseguem enxergar uma única identidade em Minas, fixa imutável e estereotipado, portanto ficam presas nos *gatekeepers*, ou porque os próprios jornalistas das emissoras afiliadas não mantêm o olhar aguçado para outras vozes que estão surgindo nesse mundo de identidades cambiantes e fluidas. Outro questionamento seria quanto à recepção do telejornal entre os telespectadores. Será que o *Bom Dia Minas* consegue

criar uma relação de identificação e proximidade com sua audiência? Será que os mineiros se reconhecem e também sua cidade, sua região, seu estado neste noticiário?

Para tentar responder a esses dois pontos, necessário se faz a continuidade desse estudo, quiçá em nível de doutoramento, em duas linhas: na perspectiva de produção, realizando visitas e entrevistas com editores, produtores e repórteres do *Bom Dia Minas*, bem como diretores da TV Globo Minas para conhecer melhor as rotinas de trabalho e seleção das notícias para o telejornal de rede estadual; e também na perspectiva de recepção, realizando grupos focais em que sejam expostas para mineiros de todas as regiões do estado edições do *Bom Dia Minas* para investigar qual a relação que se dá entre telejornal e telespectadores.

Por ora, concluímos que sim, a mídia tem uma importante função da construção de identidades em uma época em que tudo é fluido, tudo se move, nada é pra sempre. Contudo, a televisão – e nela se inclui o telejornalismo e o telejornalismo do *Bom Dia Minas* – parece preferir não revelar novas identidades, novos movimentos sociais e culturais, nem novas tendências (a não ser quando fala de moda e decoração). Deparamo-nos diante de um telejornal com grande potencial de colocar em evidência as culturas, os comportamentos, as movimentações locais e regionais, já que os conteúdos produzidos pelas afiliadas do interior – ainda que em franca minoria se comparados à quantidade de notícias veiculadas da capital e região Metropolitana – são aproveitados na íntegra pela cabeça de rede. As múltiplas facetas de Minas poderiam ser ecoadas por todo o estado e mesmo para outros países, pois o *Bom Dia Minas* é o único telejornal da TV Globo Minas transmitido também pela TV Globo Internacional. Porém, comprovamos que tamanho potencial não é aproveitado e a identidade mineira conhecida como mineiridade é a que prevalece nos momentos em que são produzidos conteúdos que não sejam neutros, atemporais, a-regionais. O formato, por enquanto, tem garantido audiência, mas sua fragilidade poderá, em breve, vir à tona, por ir de encontro à tendência contemporânea de fragmentação e deslocamento de identidades, narrativas e discursos midiáticos.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Portugal/Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005. 110 p.

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

_____. **Dilemas e perspectivas da televisão regional**. In: FADUL, Anamaria. GOBBI, Maria Cristina. **Mídia e Região na Era Digital**: diversidade cultural, convergência midiática. São Paulo: Arte & Ciência, 2006. P.77 a 87.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

BECKER, Beatriz. 500 anos do descobrimento nos noticiários da TV. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; MOTA, Célia (orgs.). **Telejornalismo**: a nova praça pública. Florianópolis: Insular, 2006. P. 65-99.

_____. **A linguagem no telejornal**: um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil. 2ª Edição. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2005.

BERGER, Peter L. e LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

_____. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido**: a orientação do homem moderno. Petrópolis: Vozes, 2004.

BOM DIA MINAS. **O Programa**. Disponível em <<http://globominas.globo.com/GloboMinas/Noticias/BomDiaMinas/0,,9078,00.html>>. Acesso em 12/10/2012.

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

BRAIGHI, Antônio Augusto. **Análise de telejornais**: um modelo de exame da apresentação e estrutura de noticiários televisivos. Rio de Janeiro: E-papers, 2013.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da Republica Federativa do Brasil**. Disponível em <<http://www.senado.gov.br/legislacao/const/>>. Acesso em 05/11/2014.

_____. Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995. Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e dá outras providências. Disponível em <<http://www.abtu.org.br/legislacao.asp>>. Acesso em 15 out.2005.

BURKE, Peter. **Hibridismo cultural**. Traducción: Sandra Chaparro Martínez. Estudio preliminar: María José Del Río Barredo. Madrid: Akal, 2010.

CAMPOS, Lenir da Silva. **Telejornalismo e Identidade regional**. Disponível em <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/2/22/GT3-_03-_Telejornalismo-Lenir-Naira.pdf>. Acesso em 05/08/2013.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Tradução: Maurício Santana Dias. 7ª edição. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

_____. *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa, 2004.

COELHO, Teixeira. **A cultura e seu contrário: cultura, arte e política pós-2001**. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2008.

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

_____. Público e identidade no telejornalismo brasileiro. In: COUTINHO, Iluska; ALVARENGA, Nilson Assunção (Orgs.). **Identidade e tecnocultura: a comunicação em questão**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010. P.131-145.

_____. Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento. In: VIZEU, Alfredo (Org.). **A sociedade do telejornalismo**. São Paulo: Vozes, 2008. P. 91 a 107.

_____. **Público e identidade no telejornalismo brasileiro**. In: COUTINHO, Iluska; ALVARENGA, Nilson Assunção (Orgs.). **Identidade e tecnocultura: a comunicação em questão**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010. P. 131-145.

COUTINHO, Iluska; MUSSE, Christina Ferraz. Telejornalismo, narrativa e identidade: a construção dos desejos do Brasil no Jornal Nacional. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs.). **40 Anos de Telejornalismo em Rede Nacional: olhares críticos**. Florianópolis: Insular, 2009. P.15-30.

COUTINHO, Iluska; ALVARENGA, Nilson Assunção (Orgs.). **Identidade e tecnocultura: a comunicação em questão**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

DEBONA, Darci; FONTELLA, Odil. **Telejornalismo global x regional**. Santa Maria: Cappes, 1996.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2006.

DULCI, Otávio Soares. Juiz de Fora e os dilemas do desenvolvimento mineiro. In: NEVES, José Alberto Pinho; DELGADO, Ignácio José Godinho; OLIVEIRA, Mônica Ribeiro de. **Juiz de Fora: história, texto e imagem**. Juiz de Fora: Funalfa Edições, 2004. P.69-76.

EMERIM, Cárlica; PAULINO, Rita (orgs.). **Ensaio sobre televisão e telejornalismo**. Florianópolis: Insular, 2013.

FADUL, Anamaria. Mídia & regiões. Mídia regional no Brasil: elementos para uma análise. In: MOREIRA, Sônia Virgínia (Org.). **Uma filósofa em campo na Comunicação: indústria, geografias e crítica de mídia na produção de Anamaria Fadul**. Coleção Memórias, Série Personalidades. Vol. 2. São Paulo: Intercom, 2012. P.55-67.

FADUL, Anamaria. GOBBI, Maria Cristina. **Mídia e Região na Era Digital: diversidade cultural, convergência midiática**. São Paulo: Arte & Ciência, 2006.

FILHO, João Freire (Org.). **A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

FINGER, Cristiane. O telejornalismo na hipertelevisão: os desafios dos produtores e dos receptores das notícias no mundo multitelas. In: VIZEU, Alfredo; MELLO, Edna; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **Telejornalismo em questão**. Coleção Jornalismo Audiovisual. Vol.3. Florianópolis: Insular, 2014. P.213-231.

FINGER, Cristiane; SOUZA, Fábio Canatta de. **Um novo modo de ver TV**. In: SBPJOR 2012, Curitiba. Anais eletrônicos. Disponível em: <<http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJOR/paper/viewFile/1729/255>>. Acesso em 12/01/2013.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2006. P.280-304.

FRAZÃO, Samira Moratti. Jornalismo participativo em telejornal e o telespectador capacitado: exemplos na televisão brasileira. In: EMERIM, Cárilda; PAULINO, Rita (orgs.). **Ensaio sobre televisão e telejornalismo**. Florianópolis: Insular, 2013. P. 185-205.

GUIMARÃES, Michelle Fabiene Pires Ferreira; MUSSE, Christina Ferraz. **Telejornalismo e identidades regionais: a representação da histórica São João del-Rei no MGTV 2ª Edição da TV Integração Juiz de Fora-MG**. Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da comunicação. Foz do Iguaçu, PR. 2 a 5/9/2014. 1 CD-ROM.

_____; _____. **Identidades em trânsito: as narrativas do espaço local em tempo real**. Artigo apresentado no 12º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJOR. Santa Cruz do Sul, RS. Novembro, 2014.

GRACINO SOUZA, Paulo. **Mineiridade e adesão religiosa: uma análise da expansão pentecostal e da resistência católica em duas regiões mineiras**. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/pdf/703/70310206.pdf>>. Acesso em 30/01/2015.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 3ª edição. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

_____. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Org. Liv Sovik. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

JOST, François. **Seis lições sobre a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

KNEIPP, Valquíria A. Passos. **A primeira emissora de TV do interior da América Latina**. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:FaNdFlvoxwsJ:www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/3o-encontro-2005-1/A%2520primeira%2520emissora%2520de%2520TV%2520do%2520interior%2520da%2520America%2520Latina.doc+&cd=6&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>>. Acesso em 21/12/2014.

LIMA, Alceu Amoroso. **A voz de Minas** (Ensaio de Sociologia Regional Brasileira). São Paulo: Abril Cultural, 1983.

LINS, Flávio; BRANDÃO, Cristina; MAIA, Aline. **Itacolomi – uma TV para Minas Gerais**. Anais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. São Paulo, SP. 12 a 14/05/2011. 1 CD-ROM.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Vozes, 2010.

MOREIRA, Sônia Virgínia (Org.). **Uma filósofa em campo na Comunicação: indústria, geografias e crítica de mídia na produção de Anamaria Fadul**. Coleção Memórias, Série Personalidades. Vol. 2. São Paulo: Intercom, 2012.

MUSSE, Christina Ferraz. **Imprensa, cultura e imaginário urbano: exercício de memória sobre os anos 60/70 em Juiz de Fora**. Juiz de Fora (MG): Funalfa; São Paulo: Nankin, 2008.

MUSSE, Christina Ferraz; RODRIGUES, Cristiano José. **Memórias possíveis: personagens da televisão em Juiz de Fora**. Juiz de Fora (MG): Funalfa; São Paulo: Nankin, 2012.

MUSSE, Christina Ferraz; PERNISA, Mila Barbosa. Traços da mineiridade nos telejornais da TV Alterosa e da Rede Minas. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs.). **40 Anos de Telejornalismo em Rede Nacional: olhares críticos**. Florianópolis: Insular, 2009. P.155-171.

OLIVEIRA, Roberto Reis de. **Mídia e Desenvolvimento Regional: uma proposta de estudo da TV TEM**. In: FADUL, Anamaria. GOBBI, Maria Cristina. **Mídia e Região na Era Digital: diversidade cultural, convergência midiática**. São Paulo: Arte & Ciência, 2006. P.105 a 121.

PAULINO, Rita C.R.; EMPINOTTI, Marina L.; PORTO, Natália. Possibilidades de integração entre televisão e *gadgets* móveis: uma experiência de segunda tela. In: EMERIM, Cárilda; PAULINO, Rita (orgs). **Ensaio sobre televisão e telejornalismo**. Florianópolis: Insular, 2013. P.63-76.

PERNISA, Mila Barbosa. **A construção simbólica da identidade mineira no telejornal da Rede Minas**. Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre. PPGCom, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2011.

PERUZZO, Cícilia M. Krohling. **Mídia local e comunicação comunitária no Brasil**. In: MOREIRA, Sônia Virgínia (Org.). **Uma filósofa em campo na Comunicação: indústria, geografias e crítica de mídia na produção de Anamaria Fadul**. Coleção Memórias, Série Personalidades. Vol. 2. São Paulo: Intercom, 2012. P.87-94.

PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo; COUTINHO, Iluska (Orgs). **O Brasil (é)ditado**. Florianópolis: Insular, 2012.

REIS, Liana Maria. Mineiridae: identidade regional e ideologia. Disponível em <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/cadernoshistoria/article/view/2886/3141>>. Acesso em 22/11/2013.

ROCHA, Simone Maria. **A “mineiridade” em questão: do discurso mítico ao discurso midiático**. Tese de doutorado. Escola de Comunicação. UFRJ, Rio de Janeiro, 2003.

_____. **Identidade regional, produção e recepção: a “mineiridade” na televisão**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/midiaerecepcao/textos/simone_rocha.pdf>. Acesso em 30/02/2014.

SENRA COELHO, Rafael. **Dois lados da mesma viagem: a mineiridade e o Clube Da Esquina**. Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Letras da Universidade Federal de São João del-Rei, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras. Disponível em: <http://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/mestletras/DISSERTACOES_2/Mineiridade_clube_da_esquina.pdf>. Acesso em: 30/01/2015.

SILVA, Tomaz Tadeu (Org). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Traduções: Tomaz Tadeu da Silva. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. **Colhendo notícias, plantando imagens: a reconstrução da história da TV Triângulo a partir da memória dos agentes do seu telejornalismo**. Síntese da Dissertação de Mestrado em Comunicação Social. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo. Disponível em <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:4WrDCCiUsPoJ:www.eca.usp.br/associa/alaic/Congreso1999/14gt/Ana%2520Carolina.rtf+&cd=3&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>>. Acesso em 21/01/2015.

VIZEU, Alfredo (Org.). **A sociedade do telejornalismo**. São Paulo: Vozes, 2008,

VIZEU, Alfredo; MELLO, Edna; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **Telejornalismo em questão**. Coleção Jornalismo Audiovisual. Vol.3. Florianópolis: Insular, 2014.

VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs). **60 anos de telejornalismo no Brasil**: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010.

_____; _____. **40 Anos de Telejornalismo em Rede Nacional**: olhares críticos. Florianópolis: Insular, 2009.

VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; MOTA, Célia (orgs.). **Telejornalismo**: a nova praça pública. Florianópolis: Insular, 2006.

VIZEU, Alfredo; SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de. O telejornalismo: o lugar de referência e a revolução das fontes. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs). **60 anos de telejornalismo no Brasil**: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010. P. 83-99.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. Tradução: Jpsé Rubens Siqueira. São Paulo: Ática, 1996.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. P.7-72.

Telejornais

BDMG. Belo Horizonte/Juiz de Fora, MG.

APÊNDICES

APÊNDICE A - DETALHAMENTO DAS REPORTAGENS DO *BOM DIA MINAS* ENTRE 09 E 13/09/2013

	Editoria	Tema	Cidade/Região	Emissora	Tipo	Tempo	Bloco
1	Meio Ambiente	Soltura peixes	Cataguases/Zona da Mata	TV Integração	VT	1'16"	2°
2	Educação	Vestibular J. Pinheiro	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	NS	44"	2°
3		Escolhe faculdade	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	6'	2°
4		Mais leitores	Poços de Caldas/Sul	EPTV	VT	3'12"	2°
5		Estuda concurso	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	6'09"	2°
6	Polícia	Acidente BR-251	Francisco Sá/Norte	InterTV	NC	27"	1°
7		Acidente Vespasiano	Vespasiano/Metropolitana	Globo Minas	VT	48"	1°
8		Assalto Newton	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	NC	55"	2°
9		Morre Rotam	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'40"	3°
10		Violência taxista	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'38"	2°
11		Acidente Araxá	Araxá/Triângulo	TV Integração	VT	1'25"	2°
12		Droga ônibus	Teófilo Otoni/Leste	InterTV	VT	1'46"	2°
13		Esopo norte	Montes Claros/Norte	InterTV	VT	1'16"	3°
14		Suíte trabalho Esopo	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'31"	3°
15		Depoimento Esopo	Montes Claros/Norte	InterTV	NC	59"	3°
16		Apreende drogas	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'11"	3°
17		Escutas Esopo	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	3'55"	2°
18		Tráfico criança	Betim/Metropolitana	Globo Minas	VT	2'23"	3°
19		Prisão instrutor	Montes Claros/Norte	InterTV	VT	1'52"	3°
20		Operação Fabriciano	Cel. Fabriciano/Vale do Aço	InterTV	VT	1'47"	1°
21		Operação Esopo	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'56"	2°
22		Prisão irmão Bruno	Teresina, Piauí	TV Clube	VT	1'13"	2°
23		Delegacia idosos	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'27"	2°
24		Fato da semana	Betim/Metropolitana	Globo Minas	VT	1'33"	3°
25	Economia	Semana café	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	3'	2°
26	Cidade/Geral	Mutirão pai	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'52"	3°
27		Apreende alimentos	Cataguases/Zona da Mata	TV Integração	VT	2'10"	1°
28		Intoxicação alimentar	Araxá/Triângulo	TV Integração	VT	2'02"	1°
29		Manifestação Cemig	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	NC	54"	2°
30		Ocupa Incra	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	NC	49"	2°
31		Cenário adoção	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	2'53"	2°
32		Mutirão dengue	Formiga/Centro-Oeste	TV Integração	VT	1'44"	2°

33		Derruba postes	Patos de Minas/Alto Paranaíba	TV Integração	VT	1'33"	1°
34	Cultura	Festival Paz	Ubá/Zona da Mata	TV Integração	VT	1'58"	2°
35		Anima Mundi	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'51"	2°
36	Comportamento	Afeta trabalho	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	5'17"	2°
37	Saúde	Epilepsia	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'27"	3°
38		Trata celulite	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	3'33"	3°
39		Ginástica funcional	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	4'18"	3°
40		Tempo alimentação	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	5'34"	2°
41		Coração estresse	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	5'33"	2°
42		Cuida lesão	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'47"	3°

APÊNDICE B – DETALHAMENTO DAS REPORTAGENS DO *BOM DIA MINAS*
ENTRE 14 E 18/10/2013

	Editoria	Tema	Cidade/Região	Emissora	Tipo	Duração	Bloco
1	Meio Ambiente	Captura peçonhentos	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	3'09	1º
2		Catadores eletrônicos	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	2'33"	2º
3	Educação	Reforço escolar	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	2'12"	2º
4		Ciências sem Fronteiras	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'55"	3º
5		Exemplo professores	Ituiutaba/Triângulo	TV Integração	VT	3'31"	3º
6	Polícia	Violência idosos	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	6'24"	2º
7		Menor atropela	Divinópolis/Centro-Oeste	TV Integração	VT	2'09"	3º
8		Assaltos joalherias	Santa Rita Sapucaí/Sul de Minas	EPTV Campinas	VT	1'58"	3º
9		Arrastão lanchonete	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'26"	3º
10		Explode caixas	Centralina/Triângulo	TV Integração	VT	1'03"	2º
11		Jogo do bicho	Montes Claros-Governador Valadares/Norte e Vale do Rio Doce	InterTV	VT	2'53"	1º
12		Desvia IPTU	São João del-Rei/Campo das Vertentes	TV Integração	VT	2'25"	2º
13		Acidente Paraguaçu	Paraguaçu/Sul de Minas	EPTV Campinas	VT	1'55"	3º
14		Adultera bebidas	Contagem/Metropolitana	Globo Minas	VT	2'54"	3º
15		Afasta militares	Vespasiano/Metropolitana	Globo Minas	NS	36"	2º
16		Investiga chumbinho	Periquito/Leste	InterTV	VT	2'32"	1º
17		Droga saqueada	Montes Claros/Norte	InterTV	VT	1'12"	3º
18		Criança mordida	Contagem/Metropolitana	Globo Minas	VT	2'02"	3º
19		Prende estuprador	Timóteo/Vale do Aço	InterTV	VT	1'50"	3º
20		Mortos anel	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'14"	3º
21		Suíte bebê	Araxá/Alto Paranaíba	TV Integração	VT	2'26"	3º
22		Maconha	Ituiutaba/Triângulo	TV Integração	Locoff	26"	3º
23		Operação hotel	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'32"	2º
24		Droga ônibus	Teófilo Otoni/Leste	InterTV	VT	1'22"	1º
25		Roubo caminhão	Timóteo/Vale do Aço	InterTV	VT	1'51"	1º
26	Economia	Pequenas contratam	Uberlândia/Triângulo	TV Integração	VT	2'21"	3º
27		Seguro-desemprego	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'48"	3º
28		Renegocia dívida	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'47"	2º
29		Saúde financeira	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	5'49"	2º
30		Sobram vagas	Muriae/Zona da Mata	TV Integração	VT	2'27"	2º

31	Cidade/Geral	Prevenção chuva	Timóteo/Vale do Aço	InterTV	VT	2'09"	
32		Prepara Chuva	São João del-Rei/Campo das Vertentes	TV Integração	VT	2'33"	2°
33		Guarda provisória	Contagem/Metropolitana	Globo Minas	VT	4'34"	3°
34		Ônibus irregulares	Juiz de Fora/Zona da Mata	TV Integração	VT	2'22"	3°
35		Cuidados ciclistas	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	3'21"	3°
36		Idosos trânsito	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	4'	2°
37		Bebedouro boate	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	3'57"	3°
38		Mutirão paternidade	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'07"	3°
39		Números justiça	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	6'08"	2°
40		Horário de verão	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'47"	2°
41		Arara na Palmeira	Ituiutaba/Triângulo	TV Integração	VT	1'26"	2°
42	Cultura	Cine BH	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'33"	2°
43		GTO 100 Anos	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'02"	2°
44	Comportamento	Vícios redes sociais	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	6'18"	2°
45	Saúde	Morre catapora	Pouso Alegre/Sul de Minas	EPTV Campinas	VT	2'04"	2°
46		Ansiolíticos	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	5'40"	2°
47	Fato da semana	Criança mordida	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT		3°

APÊNDICE C – DETALHAMENTO DAS REPORTAGENS DO *BOM DIA MINAS*
ENTRE 18 E 22/11/2013

	Editoria	Tema	Cidade/Região	Emissora	Tipo	Duração	Bloco
1	Meio Ambiente	Fiscaliza piracema	Perdizes/Alto Paranaíba	TV Integração	VT	1'56"	2º
2	Polícia	Acidente família	Ituiutaba/Triângulo	TV Integração	VT	1'15"	3º
3		Acidente Sabará (Cop)	Sabará/Metropolitana	Globo Minas	Locoff	42"	3º
4		Morte apedrejado	Montes Claros/Norte	Inter TV	VT	1'55"	3º
5		Assalto fazenda	Coromandel/Triângulo	TV Integração	VT	2'47"	1º
6		Quebra Cemea	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	2'	2º
7		JuriIsabelly	Cambuí/Sul	EPTV	VT	2'41"	3º
8		Julga esfaqueador	Conceição das Alagoas/Triângulo	TV Integração	VT	2'33"	1º
9		Vovê estelionatário	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'07"	3º
10		Explode caixa	Itamonte/Sul	EPTV	VT	2'38"	3º
11		Acidente BR-040	Carandaí/Campo das Vertentes	TV Integração	NS	23"	3º
12		Juri mandante	Campo Belo/Sul	EPTV	VT	2'29"	1º
13		Queda bimotor	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	1'30"	3º
14		Acidentes estradas	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	5'02"	3º
15		16 presos	Ituiutaba/Triângulo	TV Integração	VT	1'08"	3º
16		Fogo amigo	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	3'07"	3º
17		Delegado bebum	Uberlândia/Triângulo	TV Integração	VT	2'10"	2º
18		Incêndio loja	Visconde do Rio Branco/Zona da Mata	TV Integração	Locoff	25"	2º
19		Fogo menor	Poços de Caldas/Sul	EPTV	VT	1'19"	2º
20		Pedofilia	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	5'29"	2º
21		Corpo no maleiro	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'05"	3º
22		Cocaína no carro	Lavras/Sul	EPTV	VT	1'33"	3º
23		Fato da semana	Conceição das Alagoas/Triângulo	TV Integração	VT	1'17"	3º
24	Economia	Empreendedorismo	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'42"	3º
25		Mais que gasolina	Uberlândia/Triângulo	TV Integração	VT	2'27"	3º
26		Economia solidária	São João del-Rei/Campo das Vertentes	TV Integração	VT	2'24"	3º
27		Oportunidades BR-381	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'51"	3º
28		Livre sigatoka	Uberlândia/Triângulo	TV Integração	VT	2'20"	2º
29		Preços Ceanorte	Montes Claros/Norte	Inter TV	VT	2'11"	2º
30		Alimentação IBGE	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	5'20"	2º

31		Expectativa comércio	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'29"	2°
32		Vendas calor	Uberlândia/Triângulo	TV Integração	VT	2'02"	2°
33		Franquias	Uberlândia/Triângulo	TV Integração	VT	3'01"	2°
34		Anistia fiscal	Varginha/Sul	EPTV	VT	3'02"	2°
35		Leilão Confins	Confins/Metropolitana	Globo Minas	NS	57"	1°
36		Desiste café	Cabo Verde/Sul	EPTV	VT	3'10"	2°
37	Cidade/Geral	Volta feriado	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'23"	1°
38		Mobilidade urbana	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	6'	3°
39		Binóculo radar	Pouso Alegre/Sul	EPTV	VT	2'21"	3°
40		Polêmica tombamento	Oliveira/Centro-oeste	TV Integração	VT	4'11"	2°
41		Dengue	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'15"	2°
42		Cuida dengue	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'34"	2°
43		Dengue Valadares	Governador Valadares/Vale do Rio Doce	Inter TV	VT	2'57"	1°
44	Política	Mensalão	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	NC	1'54"	2°
45		Prisão Brasília	Brasília	Globo Brasília	VT	2'21"	2°
46		Acompanha Mensalão	Brasília	Globo Brasília	VT	3'43"	2°
47	Cultura	Festa da Banana	Sta Bárbara do Tugúrio/Campo das Vertentes	TV Integração	VT	1'57"	2°
48		Distribui Pastel	Pouso Alegre/Sul	EPTV	VT	1'29"	2°
49		Filme Crô	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'35"	2°
50		Luzes Aleijadinho	Congonhas/Central	Globo Minas	VT	3'03"	3°
51		Estantes livros	Poços de Caldas/Sul	EPTV	VT	2'44"	2°
52		Bienal automóvel	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	3'40"	3°
53		Memorial Chico Xavier	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	2'05"	2°
54		Réplica dinossauro	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	2'35"	2°
55		Bienal automóvel 2	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	3'16"	2°
56	Comportamento	Medida certa	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'25"	2°
57	Saúde	Glúten	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	6'20"	2°

**APÊNDICE D – DETALHAMENTO DAS REPORTAGENS DO BOM DIA MINAS
ENTRE 24 E 28/02/2014**

	Editoria	Tema	Cidade/Região	Emissora	Tipo	Duração	Bloco
1	Meio Ambiente	Seca Piracema	Lavras/Sul	EPTV	VT	2'11"	2º
2	Polícia	Acidente MG-223	Araguari/Triângulo	TV Integração	VT	1'34"	2º
3		7 feridos	Caeté/Metropolitana	Globo Minas	NS	36"	2º
4		Suspeita pedofilia	Montes Claros/Norte	InterTV	VT	1'54"	2º
5		Suíte tiroteio	Itamonte/Sul de Minas	EPTV	VT	4'32"	3º
6		Quadrilha Coromandel	Coromandel/Alto Paranaíba	TV Integração	NS	41"	3º
7		Prende pedófilo	Uberlândia/Triângulo	TV Integração	VT	1'43"	1º
8		Troca tiros	Uberaba/Triângulo	TV Integração	NC	54"	2º
9		Denuncia Alvimar	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	3'25"	3º
10		Suíte Itamonte	Itamonte/Sul de Minas	EPTV	VT	3'25"	3º
11		Mais um preso	Cambuquira/Sul	EPTV	VT	2'08"	3º
12		Acidente BR-050	Uberlândia/Triângulo	TV Integração	VT	57"	1º
13		Caça-níqueis	Juiz de Fora/Zona da Mata	TV Integração	NC	34"	2º
14		Briga ônibus	Juiz de Fora/Zona da Mata	TV Integração	VT	1'01"	3º
15		Encontra corpo	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'01"	3º
16		Gado roubado	Lagoa Formosa/Alto Paranaíba	TV Integração	VT	1'34"	1º
17		PM morre	Uberaba/Triângulo	TV Integração	NC	40"	1º
18		Explosão caixas	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estú dio	5'26"	2º
19		Crime Gutierrez	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	3'07"	3º
20		Mulher desaparecida	Bom Sucesso/Sul	EPTV	VT	2'25"	3º
21		Incêndio lanchonete	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Loco ff+C op	47"	3º
22		Caixa farmácia	Araguari/Triângulo	TV Integração	VT	57"	1º
23		Acidente BR-262	Araxá/Alto Paranaíba	TV Integração	VT	1'32"	3º
24		30 feridos	Itaúna/Centro-oeste	TV Integração	NS	29"	3º
25		Preso suspeito mulher	Bom Sucesso/Sul	EPTV	NC	59"	3º
26		Prende marido	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'52"	3º
27		Operação Jackpot2	Varginha/Sul	EPTV	VT	2'30"	3º
28	Economia	Imposto de renda	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	3'03"	2º
29		Qualificação	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estú dio	4'46"	2º
30		Fiscaliza Receita	Divinópolis/Centro-oeste	TV Integração	VT	1'56"	2º
31		Alta café	Guaxupé/Sul	EPTV	VT	2'15"	2º
32	Cidade/Geral	Abre greve ônibus	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'27"	1º
33		Tacógrafo	Uberlândia/Triângulo	TV Integração	VT	2'23"	1º
34		Atualiza greve	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'37"	3º

35		Abre greve 2º dia	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	1'29"	1º
36		Reintegra ranchos	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	1'40"	2º
37		Greve ônibus	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	55"	2º
38		Volta greve	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	59"	3º
39		Volta pra casa	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	3'18"	3º
40		Abre suspende greve	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	1'41"	1º
41		Situação greve ônibus	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	56"	2º
42		Segurança viagem	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	3'50"	3º
43		Atualiza ônibus	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	43"	3º
44		Suspende greve	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	3'22"	3º
45		Desaba estrutura	Nova Serrana/Centro-oeste	TV Integração	VT	1'27"	2º
46		Força-tarefa dengue	Passos/Sul	EPTV	VT	2'21"	2º
47		Multa veículo	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	3'29"	3º
48		Abre saída Carnaval	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	1'21"	1º
49		Vendaval	Uberlândia/Triângulo	TV Integração	VT	1'51"	2º
50		Saídas estradas	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'58"	3º
51		Movimento MG-050	Divinópolis/Centro-oeste	TV Integração	Link	1'23"	3º
52		Fato da semana (greve)	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'26"	3º
53	Cultura	Blocos Carnaval	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'57"	3º
54		Bom Exemplo	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'42"	2º
55		Acordo Chico Xavier	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	2'40"	2º
56		Blocos Carnaval	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'29"	3º
57	Política	Mensalão mineiro	Brasília	Globo Brasília	NS	1'11"	2º
58		Posse Edmar	Brasília	Globo Brasília	NC	36"	2º
59		Defesa Azeredo	Brasília	Globo Brasília	NS	39"	2º
60	Comportamento	Bebeu perdeu	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estú dio	5'40"	2º
61	Saúde	Emoções corpo	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estú dio	4'29"	2º
62		Lei merenda	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estú dio	5'25"	2º
63		Lupus verão	Varginha/Sul	EPTV	VT	3'23"	2º

APÊNDICE E – DETALHAMENTO DAS REPORTAGENS DO *BOM DIA MINAS*
ENTRE 03 E 07/03/2014

	Editoria	Tema	Cidade/Região	Emissora	Tipo	Duração	Bloco
1	Polícia	Desmanche	Uberlândia/Triângulo	TV Integração	VT	1'43"	1º
2		Interdita BR-050	Itaúna/Central	TV Integração	VT	47"	1º
3		Acidente parque	Araxá/Alto Paranaíba	TV Integração	VT	1'59"	1º
4		Atropela foliões	Cristais/Centro-oeste	EPTV	Fotos PMR	42"	1º
5		Acidente mata	Ouro Fino/Sul	EPTV	VT	1'22"	1º
6		Assassino de bicicleta	Governador Valadares/Vale do Rio Doce	InterTV	VT	1'48"	1º
7		Acidente 4 mortos	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	1'06"	2º
8		Ataque ônibus	Itajubá/Sul	EPTV	VT	2'01"	3º
9		Apreensão maconha	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	51"	3º
10		Esfaqueia bebê	Lavras/Sul	EPTV	VT	1'46"	1º
11		Cancela julgamento	Montes Claros/Norte	InterTV	VT	2'06"	2º
12		Balanço acidentes	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	NS	45"	2º
13		Carretas anel	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	NC	36"	2º
14		Suíte ataques	Itajubá/Sul	EPTV	VT	2'22"	3º
15		Menor suspeito	Governador Valadares/Vale do Rio Doce	InterTV	VT	2'22"	3º
16		Irmãos metralha	Uberlândia/Triângulo	TV Integração	VT	1'44"	3º
17		Rouba monitores	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'03"	3º
18	Economia	Laranja valorizada	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	2'39"	2º
19		Preço ovo	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	2'19"	2º
20		Segmenta negócio	Juiz de Fora/Zona da Mata	TV Integração	VT	2'08"	2º
21		Pequenos negócios	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	5'35"	2º
22		Contrato serviços	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'50"	2º
23		Imposto de renda	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'30"	2º
24		Vendas peixes	Juiz de Fora/Zona da Mata	TV Integração	VT	1'58"	2º
25		Preços hortifruti	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'28"	2º
26	Cidade/Geral	Volta pra casa	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'07"	1º
27		Volta pra casa 2	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	1'09"	1º
28		Volta pra casa 3	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	NC	1'22"	2º
29		Socorro estrada	Poços de Caldas/Sul	EPTV	VT	3'04"	2º
30		Direitos mulheres	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	6'10"	2º
31		Começa BRT	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	1'36"	2º
32		Treinamento cães	Muzambinho/Sul	EPTV	VT	2'59"	3º
33	Cultura	Carnaval Sabará	Sabará/Metropolitana	Globo Minas	VT	2'01"	1º
34		Carna Nova Lima	Nova Lima/Metropolitana	Globo Minas	VT	2'31"	3º
35		Apuração Poços	Poços de Caldas/Sul	EPTV	VT	1'45"	2º

36		Zumba	Nepomuceno/Sul	EPTV	VT	1'33	2°
37		Segunda Diamantina	Diamantina/Central	Globo Minas	VT	1'34"	3°
38		Carnaval Tiradentes	Tiradentes/Campo das Vertentes	TV Integração	VT	2'02	3°
39		Carnaval solidário	Nova Lima/Metropolitana	Globo Minas	VT	2'08"	3°
40		Tempo Ouro Preto	Ouro Preto/Central	Globo Minas	VT	2'36"	3°
41		Philarmônica	Ubá/Zona da Mata	TV Integração	VT	1'27"	2°
42		Vamos a La Playa	São João del-Rei/Campo das Vertentes	TV Integração	VT	1'12"	2°
43		Carnaval Bonfim	Bonfim/Central	Globo Minas	VT	1'57"	2°
44		Carnaval pesque-pague	Juiz de Fora/Zona da Mata	TV Integração	VT	2'32"	2°
45		Carnaval Furnas	Paraguaçu/Sul	EPTV	VT	1'58"	2°
46		Fatura Ibitipoca	Lima Duarte/Zona da Mata	TV Integração	VT	1'41"	2°
47		Termina Nova Lima	Nova Lima/Metropolitana	Globo Minas	VT	1'45"	2°
48		Carnaval Diamantina	Diamantina/Central	Globo Minas	VT	1'26"	2°
49		Bloco Retrato Falado	Ouro Preto/Central	Globo Minas	VT	1'48"	2°
50		Escolas de samba	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	3'09"	2°
51		Retiro espiritual	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'32"	2°
52		Missa Cinzas	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'19"	2°
53	Comportamento	Escolhe eletrônicos	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	4'08"	3°
54	Saúde	Energéticos	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	4'26"	3°
55		Desintoxica carnaval	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	5'16"	2°
56		Substitui carne	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	5'27"	2°
57		DST camisinha	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	3'	3°

APÊNDICE F – DETALHAMENTO DAS REPORTAGENS DO *BOM DIA MINAS*
ENTRE 14 E 18/04/2014

	Editoria	Tema	Cidade/Região	Emissora	Tipo	Duração	Bloco
	Meio Ambiente	-					
1	Educação	Erros concursos	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	5'20"	2°
2		Matemática	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	5'48"	2°
3	Polícia	Arromba caixa	Uberaba/Triângulo	TV Integração	NC	1'13"	1°
4		Acidentes Amazonas	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'44"	3°
5		Queima ônibus	Itabirito/Central	Globo Minas	Fotos cedidas	55"	3°
6		Vandalismo escola	Itajubá/Sul de Minas	EPTV	VT	1'48"	1°
7		Abusa enteada	Ipatinga/Vale do Aço	InterTV	VT	1'27"	2°
8		Acidente Tupaciguara	Tupaciguara/Triângulo	TV Integração	NC	44"	2°
9		Acidente BR-116	Engenheiro Caldas/Leste	InterTV	VT	1'08"	2°
10		Decapitado acidente	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	NC	36"	3°
11		Roubos rurais	Boa Esperança/Sul	EPTV	VT	2'42"	2°
12		Polícia e Receita	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'10"	3°
13		Acidente embriagado	Montes Claros/Norte	InterTV	VT	55"	3°
14		Prisão carbonizados	Machado/Sul	EPTV	VT	1'54"	1°
15		Carro suspeito	Varginha/Sul	EPTV	VT	1'28"	2°
16		Acidente Catuji	Catuji/Vale do Mucuri	InterTV	VT	1'19"	3°
17		Operação PRF	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'36"	3°
18		Protesto Bruno	Montes Claros/Norte	InterTV	NC	2'25"	3°
19		Operação Castelo	Juatuba/Metropolitana	Globo Minas	VT	2'15"	3°
20		Protesto moradores	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	1'53"	3°
21		Morte mineira	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	NS	34"	2°
22		Explosão Pains	Pains/Centro-Oeste	TV Integração	VT	1'43"	3°
23		Tiroteio menores	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	NC	55"	3°
24	Economia	Sobe arroba	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	1'55"	2°
25		Imposto de Renda	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'50"	2°
26		Turismo Semana Santa	São João del-Rei/Campo das Vertentes	TV Integração	VT	2'	3°
27		Preços Páscoa	Poços de Caldas/Sul	EPTV	VT	2'12"	3°
28		Pesquisa bois	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	3'18"	2°
29		Empresas familiares	Divinópolis/Centro-Oeste	TV Integração	VT	3'18"	2°
30		Direitos voos copa	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	2'35"	3°
31		Balanco Procon	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	4'50"	2°
32	Cidade/Geral	Filas BRT	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'25"	3°

33		Treina motoristas	Divinópolis/Centro-Oeste	TV Integração	VT	2'47"	3°
34		Mutirão dengue	Passos/Sul	EPTV	VT	2'43"	1°
35		Operação Páscoa	Uberaba/Triângulo	TV Integração	VT	1'50"	3°
36		Páscoa solidária	Montes Claros/Norte	EPTV	VT	2'17"	2°
37		Sobe nível represas	Poços de Caldas/Sul	EPTV	VT	2'41"	3°
38		Racionamento Cristina	Cristina/Sul	EPTV	VT	2'50"	2°
39		Alerta Furnas	São João Batista do Glória/Sul	EPTV	VT	1'50"	2°
40		Regras rebaixados	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	2'18"	2°
41	Cultura	Missa de Ramos	Montes Claros/Norte	InterTV	VT	2'30"	2°
42		Arte Sacra	São João del-Rei/Campo das Vertentes	TV Integração	VT	2'33"	2°
43		Troféu Globo Minas	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	4'04"	3°
44		Prêmio Bom Exemplo	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	NC	1'30"	2°
45		Ofício das Trevas	Sabará/Metropolitana	Globo Minas	VT	3'08"	3°
46		Lava-pés	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	VT	3'37"	1°
47		Sexta-feira santa	São João del-Rei/Campo das Vertentes	TV Integração	Link	3'31"	3°
48		Santo Sepulcro	Sabará/Metropolitana	Globo Minas	VT	2'28"	3°
49		Procissão Sexta Santa	Sabará/Metropolitana	Globo Minas	Flash	1'4"	3°
50	Saúde	Alergias	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	5'20"	2°
51		Idade atividade física	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Estúdio	5'19"	2°
52		Escolhe peixes	Belo Horizonte/Capital	Globo Minas	Link	4'58"	3°

ANEXOS

ANEXO A – LOGOMARCA DO *BOM DIA MINAS*



ANEXO B – FICHA COMERCIAL DO TELEJORNAL *BOM DIA MINAS*

FICHA DE PROGRAMA

BELO HORIZONTE | BH




● ● ●
OUTUBRO 2014

JORNALISMO

Bom Dia Praça

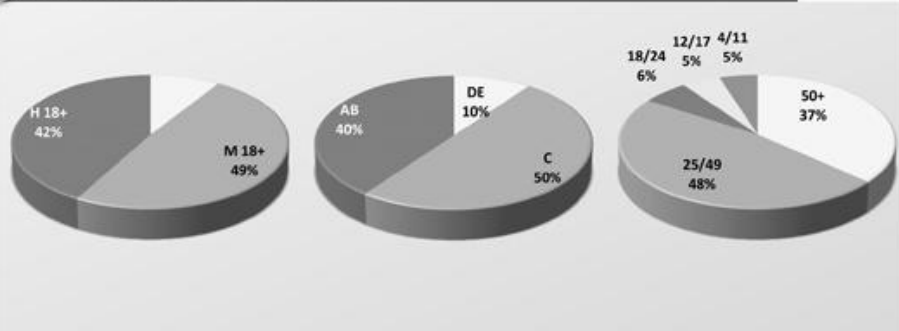


Fonte: CGCOM

O BOM DIA PRAÇA é um jornal local apresentado de segunda a sexta-feira antes do BOM DIA BRASIL e a primeira fonte de informações para milhares de telespectadores. Adota uma linha de prestação de serviços, com as primeiras notícias, o que aconteceu na madrugada e a agenda de eventos que acontecerão durante o dia. Traz as notícias da cidade e do Estado, enfocando o esporte, condições de trânsito e tempo, serviços e comentários.

Audiência Domiciliar
7
Participação
44%
Telespectadores
190.719

Perfil dos Telespectadores | BH



Esquema Comercial | BH

DIA	HORÁRIO	SIGLA
Seg/Sex	6:30 às 7:30	BPRA

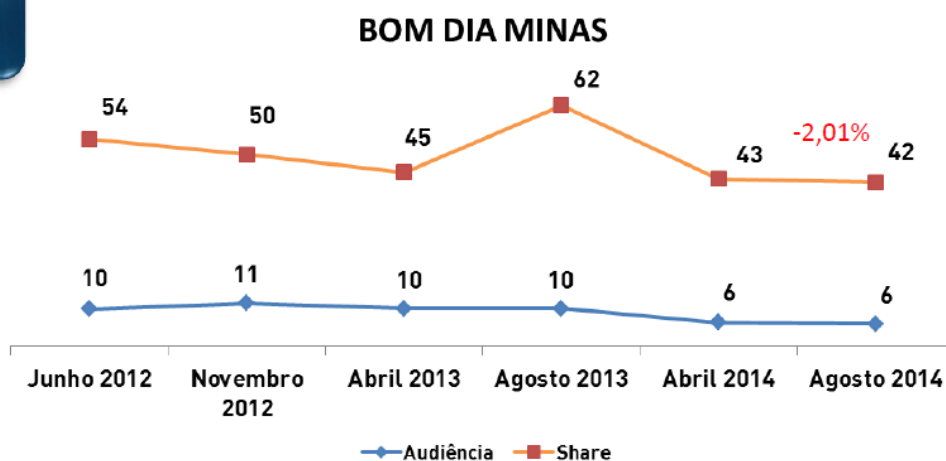
Plano de Patrocínio Local | BH

**Este programa apresenta patrocínio conforme Plano Comercial.
Consulte o Atendimento Comercial sobre as possibilidades de comercialização.**

Fonte: Ibope Media Workstation - set/2014. Total de Telespectadores Potenciais BH - 7.116.370, base Atlas de Cobertura Rede Globo
Lista de preços Rede Globo - out/14 a mar/15

ANEXO C – AUDIÊNCIA DO *BOM DIA MINAS* NA ÁREA DE COBERTURA DA TV INTEGRAÇÃO JUIZ DE FORA (ZONA DA MATA E CAMPO DAS VERTENTES)

PROGRAMAS LOCAIS – COMPARATIVO



FONTE: IBOPE – MW – AUDIÊNCIA E SHARE (%) – TABELA DE PROGRAMAÇÃO – OS ÍNDICES FORAM ARREDONDADOS – JUIZ DE FORA – DADOS DOMICILIARES – JUNHO 2012/ NOVENBRO 2012/ ABRIL 2013/ AGOSTO 2013/ ABRIL 2014 /AGOSTO 2014.

ANEXO D – ATLAS DE COBERTURA DAS EMISSORAS PRÓPRIA E AFILIADAS
REDE GLOBO NO ESTADO DE MINAS GERAIS

Atlas de Cobertura						
INÍCIO		SELECIONE REGIÃO				
Brasil		Sudeste	Sul	Nordeste	Centro-Oeste	Norte
COBERTURA > TOTAL ESTADO > MINAS GERAIS						
	MUN.	POPULAÇÃO	DTV	TEL. POT.	IPC%	
8 EMISSORA(S)	853	20.625.520	6.429.702	20.257.865	9,852	
% MINAS GERAIS	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	
SATÉLITE	0	0	0	0	0,000	
% MINAS GERAIS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
TOTAL GLOBO MG	853	20.625.520	6.429.702	20.257.865	9,852	
% MINAS GERAIS	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	
NÃO COBERTOS	0	0	0	0	0,000	
% MINAS GERAIS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
TOTAL MINAS GERAIS	853	20.625.520	6.429.702	20.257.865	9,852	
EXIBIDORAS	MUN.	POPULAÇÃO	DTV	TEL. POT.	IPC %	
EPTV SUL DE MINAS	143	2.743.726	880.214	2.710.335	1,295	
INTER TV DOS VALES	160	2.547.861	758.520	2.461.143	0,966	
INTER TV GRANDE MINAS	134	2.351.911	646.074	2.248.837	0,751	
TV GLOBO BELO HORIZONTE	182	7.196.663	2.248.459	7.116.370	3,886	
TV INTEGRAÇÃO ARAXÁ	67	1.484.059	478.063	1.468.769	0,720	
TV INTEGRAÇÃO ITUIUTABA	28	758.861	253.915	747.880	0,415	
TV INTEGRAÇÃO UBERLÂNDIA	33	1.496.920	490.111	1.479.362	0,826	
TV INTEGRAÇÃO JUIZ DE FORA	106	2.045.519	674.346	2.025.169	0,992	
TOTAL	853	20.625.520	6.429.702	20.257.865	9,852	

ANEXO E – INFORMAÇÕES SOBRE A ÁREA DE COBERTURA DA TV GLOBO MINAS

INFORMAÇÕES DE MERCADO

▼ COBERTURA

- TOTAL DA POPULAÇÃO: 7.196.663
- TELESPECTADORES POTENCIAIS: 7.116.370
- DOMICÍLIOS COM TV: 2.248.459
- IPC: 4,128 %
- PRINCIPAIS MUNICÍPIOS:
- BELO HORIZONTE
- BETIM
- SETE LAGOAS
- IBIRITE
- CONSELHEIRO LAFAIETE
- VESPASIANO
- CONTAGEM
- RIBEIRÃO DAS NEVES
- SANTA LUZIA
- SABARÁ
- ITABIRA
- NOVA LIMA

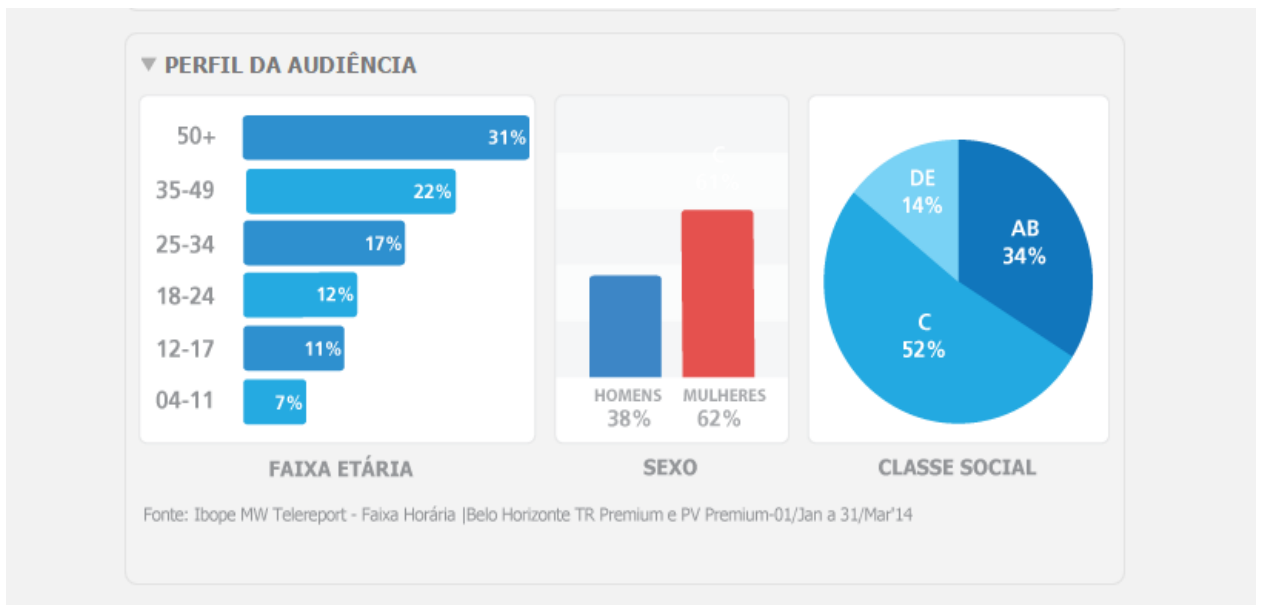
Fonte: Atlas de Cobertura Rede Globo

▼ DADOS ECONÔMICOS

- PIB(R\$):** 179.000.000,000
- AGRONEGÓCIO:** 2,14%
- INDÚSTRIA:** 40,87%
- SERVIÇOS:** 56,98%
- PIB PER CAPITA (R\$):** 26019,15
- Nº DE EMPRESAS:** 584.463
- AGÊNCIAS BANCÁRIAS:** 1.093
- VAREJO:** 160.040
- FROTA DE VEÍCULOS:** 3.326.781

Fonte: Atlas de Consumo - CGM/DIM. Base: IBGE 2010 para PIB e Base IPC Maps 2013 para os demais

ANEXO F – PERFIL DA AUDIÊNCIA DA TV GLOBO MINAS



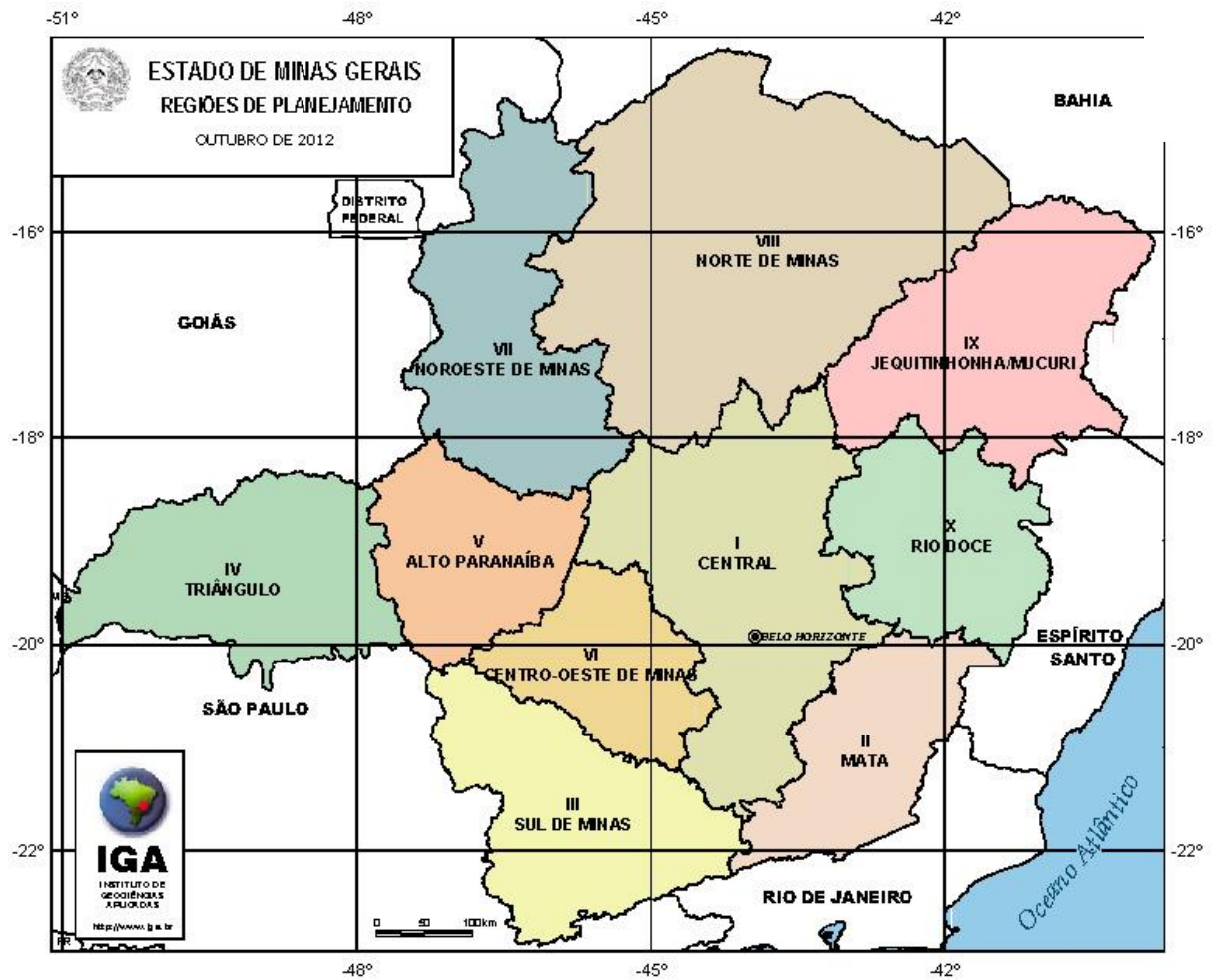
ANEXO G – AS 20 MAIORES AUDIÊNCIAS DA TV GLOBO MINAS

▼ AS 20 MAIORES AUDIÊNCIAS DA EMISSORA

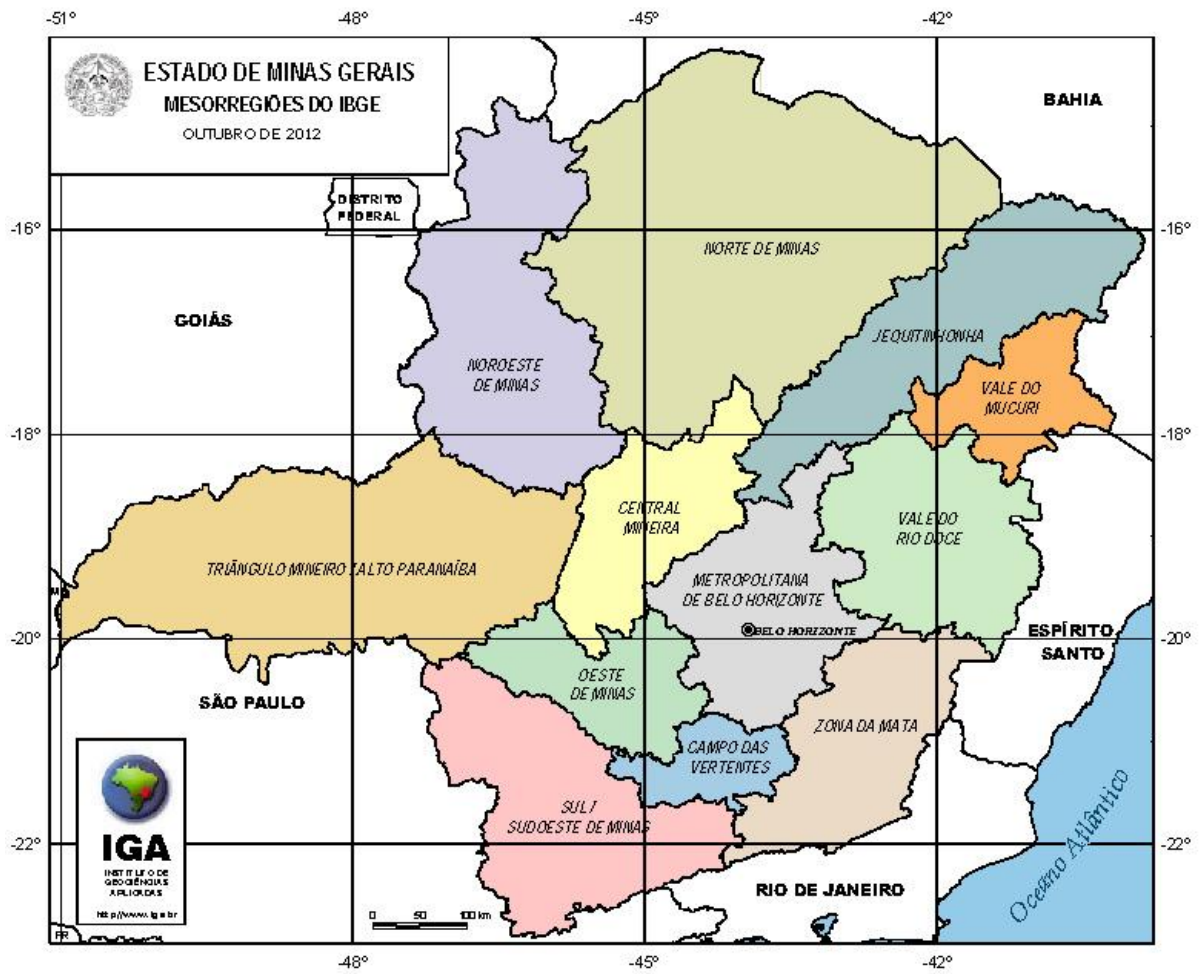
RANKING	PROGRAMAS	AUD. DOM	PART %
1	NOVELA III	34	62
2	SERIE BRASILEIRA	25	54
3	JORNAL NACIONAL	24	47
4	BIG BROTHER BRASIL	23	48
5	NOVELA II	21	46
6	MG TV 2A EDICAO	21	49
7	GLOBO REPORTER	19	43
8	FANTASTICO	19	36
9	NOVELA I	18	45
10	ZORRA TOTAL	18	43
11	TELA QUENTE	17	49
12	VALE A PENA VER DE NOVO	16	50
13	DOMINGAO DO FAUSTAO	16	37
14	MALHACAO	16	43
15	FESTIVAL NACIONAL	15	44
16	SHOW DE QUINTA FEIRA	14	36
17	TEMPERATURA MAXIMA	13	39
18	SHOW DE TERCA FEIRA	13	35
19	SHOW DE DOMINGO VES	13	35
20	MG TV 1A EDICAO	12	37

Fonte: Ibope MW Telereport - Audiência Domiciliar [01'jan-31'mar/2014] Part% base TLE Programação de Linha, médias do período. Não considerados eventos (esportivos ou não), programas com menos de 10' de duração, gênero político e boletins/Flashes.

ANEXO I – REGIÕES DE PLANEJAMENTO DE MINAS GERAIS



ANEXO J – MESORREGIÕES DE MINAS GERAIS



ANEXO K – MICRORREGIÕES DE MINAS GERAIS

