

## Mídia Local: Conceituação teórica a partir da imprensa Corumbaense<sup>1</sup>

Laureane de Queiroz SCHIMIDT<sup>1</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

### RESUMO

Este artigo tem como objetivo compreender os conceitos sobre mídia local a partir de uma revisão bibliográfica e com a exemplificação de sites e jornais impressos da cidade de Corumbá – município ao oeste do estado de Mato Grosso do Sul. A pesquisa levou em consideração as principais características históricas e conceituas que fazem de um meio de comunicação ser considerado local. Usaram-se reportagens publicadas nos jornais impressos e nas versões online do Correio de Corumbá e, Diário Corumbaense e das páginas eletrônicas dos noticiários Capital do Pantanal e Folha MS. Observou-se a valorização do local para a afirmação de identidades territoriais ainda que em tempos de globalização e como oportunidade mercadológica. E mais, a noção de proximidade como critério de noticiabilidade produz o sentido para a existência deste tipo de mídia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo; Localismo, Proximidade, Mídia local, Corumbá/MS.

### 1. Mídia

Pensar em mídia é reconhecer uma dimensão essencial da existência humana e da experiência contemporânea pelo suporte de difusão da informação que constitui um meio intermediário de expressão capaz de transmitir mensagens. Silverstone (2002) tacha que é impossível escapar à presença, a representação da mídia, seja ela impressa ou eletrônica, já que se possui uma dependência para fins de entretenimento, informação, conforto e segurança. Por ser tão fundamental para a vida cotidiana, o autor diz que é indispensável o estudo da mídia pela dimensão social e cultural, como também política e econômica do mundo moderno. “Estudá-la como algo que contribui para nossa variável capacidade de compreender o mundo, de produzir e partilhar seus significados” (SILVERSTONE, 2002, p.13). “Pois a mídia é, se nada mais, cotidiana, uma presença constante em nossa vida diária, enquanto ligamos e desligamos, indo de um espaço, de uma conexão midiática, para outro [...] Em público e privadamente,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2019.

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação do Curso de Jornalismo da UFMS, e-mail: [laureane@hotmail.com](mailto:laureane@hotmail.com).

sozinhos e com os outros” (SILVERSTONE, 2002, p.20). Sendo assim, a operação da mídia é mais significativa porque ela consegue filtrar e moldar realidades cotidianas, por meio de suas representações singulares e múltiplas ao fornecer critérios e referências para a condução da vida diária, para a manutenção ou produção do senso comum.

Guardadas essas considerações sobre a mídia em uma compreensão mais ampla, parte-se agora para um entendimento conceitual de como ela deve ser na dimensão local, sendo este o foco deste trabalho. Leva-se em consideração a utilização de reportagens vinculadas em sites e jornais impressos da cidade de Corumbá – Mato Grosso do Sul. Município na região pantaneira, ao oeste do Estado, a 420 quilômetros da capital Campo Grande e com uma população (IBGE, 2018) de 103 mil e 703 habitantes. Com sede no município há dez veículos de comunicação (Portal de Mídia, 2018), mas para este artigo considerou-se as notícias publicadas nos jornais impressos – Correio de Corumbá e Diário Corumbaense – e nos sites – Folha MS, Capital do Pantanal, Diário Corumbaense e Correio de Corumbá.

## 2- Localismo

Seria simplista, exagerado e unilateral pensar a visão do futuro das identidades num mundo pós-moderno como homogêneas. Parece contraditório, mas a globalização que para muitos traria a ideia de tornar tudo igual às identidades nacionais foi a qual, no entendimento de Hall (2006), que oferece um crescimento para a identificação local.

“[...] ao lado da tendência em direção à homogeneização global, há também uma fascinação com a diferença e com a mercantilização da etnia e da ‘alteridade’. Há juntamente com o impacto “global”, um novo interesse pelo “local”. A globalização (na forma da especialização flexível e da estratégia de criação de “nichos” de mercado), na verdade, explora a diferenciação local. Assim, ao invés de pensar no global como “substituindo” o local seria mais acurado pensar numa nova articulação entre “o global” e o “local” (HALL, 2006, p.77).

A globalização permitiu as conexões por uma inter-relação de técnicas e assim visualizar o papel de complementaridade dos diversos suportes de comunicação. Ao mesmo tempo em que se multiplicam as redes que facilitam a intercomunicação em tempo real, também ganham visibilidade os suportes comunicacionais que atuam em

esferas regionais e locais. Ou seja, ela potencializa as possibilidades de indivíduos, comunidades, grupos poderem ver-se em uma perspectiva relacional: simultaneamente uma visibilidade local e universal.

Os suportes tecnológicos de comunicação ganham papel de centralidade em meio às tendências da sociedade-rede. Essa visibilidade pode ser creditada ao fato de que, na medida em que as tecnologias em convergência possibilitam conexões em escala internacional, a comunicação local (re) força a percepção de fatos, pessoas, instituições próxima. Ainda que a difusão de informações aconteça em larga escala, a produção delas acontece em nível localizado, bem como as apropriações dessas informações e conteúdos simbólicos por parte dos públicos.

Para Tétu (2002), qualquer definição de local na atualidade deve levar em consideração três aspectos principais: proximidade, pertencimento e participação. Para que não seja apenas local de único território, mas o de noção de lugar de vida penetrado pela comunicação.

“A proximidade, certamente, mas à proximidade do lugar há que se acrescentar a teleproximidade; o pertencimento a um grupo social, as marcas de solidariedade que assinalam a ligação social e a participação, a efetividade do pertencimento (uma importante parte da comunicação das coletividades repousa doravante sobre a necessidade do ser levado em conta e do ser escutado).” (TÉTU, 2002, p.505).

No Jornalismo, historicamente, os jornais do interior sempre priorizaram o localismo, expressão que tem por significado “a divulgação de fatos e acontecimentos de repercussão local, de interesse imediato dos moradores que residem no município-sede do jornal” (DORNELLES, 2013, p.70). E nos últimos anos, com o avanço da internet ampliou-se a demanda por informações locais de qualidade, já que as questões a nível estadual, nacional e internacional são exploradas por portais, sites e blogs.

A comunicação local diz respeito à maioria das pessoas e membros integrados em determinado sistema local, ocorrendo de forma constante. Por isso, Dornelles (2013) defende que é determinante o papel que a geografia desempenha na definição de informação local. “Entende-se por “local” a informação relativa a um bairro urbano ou a uma pequena comunidade ou a cidades de pequeno porte” (DORNELLES, 2013, p.71). Esse território de pertença e de identidade pode condicionar as formas de divulgação da imprensa local seja pela organização das informações em cada edição e até mesmo reduzindo-as a uma escala mais restritiva e comunitária, porém sem limitar a audiência.

---

Levantamento de Lima (2008) aponta no começo da segunda década do século XX se inicia o processo de uma economia baseada em produção de bens industriais e outra estruturada, fundamentalmente, em torno do tratamento da informação. A partir desse tratamento, os indicadores americanos e muitos europeus apontaram em busca de redutos localizados. “É um princípio de gestão [...] aplicado à informação que coloca, em primeiro lugar, lógico e histórico, a aparição de uma mídia local, que cumpre assim, de imediato, o âmbito de convivência social” (LIMA, 2008, p.43).

Ainda com Lima (2008), quando tratamos do localismo há o chamado princípio de “subsidiariedade”, isto é, que o superior não invade o âmbito de competência do inferior. Ela exemplifica ao dizer que, no caso da informação, um periódico nacional ou regional nunca satisfaz plenamente o direito, a saber, do leitor local; a que se refere a sua cotidianidade mais imediata. Portanto, não chega a uma extensão e profundidade tão detalhada e rigorosa.

Esse caminho percebe-se pelos jornais da cidade de Corumbá – município conhecido como Cidade Branca devido a grande quantidade de calcário em seu solo. Está situado no estado de Mato Grosso do Sul a 420 quilômetros da capital – Campo Grande. Possui quatro jornais impressos (PORTAL DE MÍDIA, 2018) de circulação apenas municipal em que enfatizam os acontecimentos e as personalidades locais. Um dos exemplos, na edição do dia primeiro de agosto de 2018, o Jornal Diário Corumbaense trouxe em todas as manchetes da capa o nome da cidade e todas com assuntos, mesmo sendo os de interesse estritamente daquela localidade ao oeste de Mato Grosso do Sul.

Na edição da semana do dia 29 de julho a quatro de agosto de 2018 de outro jornal impresso de circulação municipal, O Correio de Corumbá, mesmo sem explicitar o nome da cidade, também destacou na capa notícias em que os temas eram particularmente da Cidade Branca, como a prorrogação do IPTU.

Na mesma edição dos dois jornais houve ainda outros exemplos de reportagens que reforçaram a identidade local e focaram em assuntos que jornais regionais ou nacionais não dariam repercussão. No Correio de Corumbá, página sete, a abordagem foi da eleição para presidente de bairro no Conjunto PE. Ernesto Sassida. Na página anterior, de número seis, o assunto em destaque foi à implantação de uma nova linha interestadual Corumbá – São Paulo. Já no Diário Corumbaense, a página nove trouxe uma reportagem explicando a história de um clipe de uma música em que quase toda ela

é ambientada em Corumbá que foi compartilhado em redes sociais e aplicativos de celular. Na outra página, 10, as colunas foram dedicadas ao professor de matemática Mauro Moreira Marmora campeão mundial de jiu-jitsu.

Para Dornelles (2010) essa é a fórmula: deixar para os jornais das grandes cidades e para a internet a divulgação de fatos de âmbito nacional e internacional e caber aos jornais interioranos repercussão, junto a seus públicos, notícias que venham a ter consequências sobre a população local. “Competir com a imprensa nacional e com os jornais online é decretar a morte da publicação” (DORNELLES, 2010, p.239).

Dessa maneira, o local ganha na característica de conservação de uma identidade sem, necessariamente, ter que haver o enfrentamento com o global, mas uma busca para o equilíbrio entre as questões mais imediatas e as que produzam enraizamento à realidade da vida dos cidadãos de uma comunidade. As novas tecnologias acabaram por maximizar essa individualização da comunicação e podendo oferecer opções para o interesse crescente pela notícia local em um marco de informação personalizada.

### **3- Proximidade**

Com todas as leituras feitas para a elaboração desse trabalho pode-se constatar que Mídia Local tem total relação com o conceito de proximidade. Ele é papel estratégico e um dos elementos principais da notícia, além de ser considerado por muitos autores como o mais importante para a imprensa local e regional. Dornelles (2013) enfatiza que pela proximidade há a permissão ao jornalismo de perceber os contextos que determinam os valores-notícia e, a partir deles, organizar os restantes elementos valorativos, como a novidade, a atualidade, a relevância, o desvio e a negatividade. “Os acontecimentos que nos são mais próximos são melhores compreendidos, pois também proporcionam melhores temas de histórias para comentar no cotidiano” (DORNELLES, 2013, p.75).

A partir disso pode-se afirmar que a proximidade é considerada um critério de noticiabilidade, ou seja, um atributo que faz com que determinados fatos sejam selecionados como notícias e sejam publicados. Definir quais são esses fatores que interferem na elevação de um acontecimento ao status de notícia é desafio de produtores e estudiosos do jornalismo há muitos anos.

Fernandes (2013) foi a fundo no tema e levantou setenta tipos de critérios para que um acontecimento seja suficientemente interessante, significativo e relevante para

ser noticiado. O levantamento levou em consideração dez pesquisadores brasileiros, estadunidenses e europeus. “A unanimidade entre os pesquisadores é o critério de proximidade, seguido pelo de atualidade, com oito citações. Em terceiro, empatados, com seis citações cada, aparecem o conflito, o interesse humano e a proeminência.” (FERNANDES, 2013, p.110). E exemplifica,

“Para o profissional atuante no jornal do interior, a proximidade, associada à atualidade, prevalece no momento da seleção de uma notícia. Depois se agregam outros elementos, como importância, tamanho etc. Uma notícia sobre alguma medida tomada pelo governo federal pode ser atual, importante e se enquadrar nas medidas disponíveis na página, mas será descartada se não tiver um elemento de interesse estritamente local. Nos grandes jornais, esses critérios apresentam outra ordem” (FERNANDES, 2013, p. 115)

É possível ver essa citação de forma exemplificada na página três do jornal Diário Corumbaense da edição do dia três de agosto de 2018. O jornal trouxe sobre o prazo final para as convenções partidárias que definiriam as candidaturas para as eleições de sete de outubro deste ano. O assunto é de abrangência nacional, porém a reportagem que abriu o tema foi um panorama sobre os possíveis candidatos da cidade de Corumbá e a possibilidade de uma dificuldade em eleger representantes da cidade para as câmaras estaduais e federais.

A reportagem mostrou a falta de um "pacto político" que poderia resultar na eleição de dois deputados estaduais e um deputado federal. O município de Corumbá, de acordo com o jornalista responsável pelas apurações, não conseguiu o número de votos necessários para garantir representatividade na última eleição para a assembleia legislativa. E na câmara federal o período sem a eleição de um deputado federal é bem maior: 23 anos.

Nas páginas seguintes, até a de número cinco, o jornal abriu o panorama das convenções partidárias e das definições de candidaturas em nível estadual. Mas ainda assim recorrendo a entrevistas com o foco municipal, como na reportagem em que foi entrevistado o representante do Partido dos Trabalhadores na câmara de vereadores sobre o posicionamento dele diante da chapa pura e sem alianças do PT na disputa deste ano.

Para o cidadão que busca a informação no jornal do interior, a notícia não é “apenas uma forma de atualizar-se, de manter-se informado sobre os fatos correntes em

sua comunidade, mas uma maneira de inteirar-se em relação a esses acontecimentos” (FERNANDES, 2013, p. 122). E essa interação se dá de modo mais profundo que o simples ato de estar atualizado ou informado. “Abre a possibilidade de o leitor ter uma participação ou interferência direta no acontecimento, isto quando ele mesmo ou alguém próximo a ele não é o protagonista do evento” (FERNANDES, 2013, p.122).

A ancoragem da imprensa local está no território e no conteúdo que se forma a partir dele. Ou seja, a imprensa local constrói sua razão de ser, a sua especificidade e a sua formação entre a sua localização territorial e a territorialização dos seus conteúdos. E é justamente na questão de territórios, de regiões e de lugares que se encontra a formação da noção de proximidade.

“No jornalismo, a proximidade trata de comunicar conteúdos considerados pertinentes aos seus leitores com o objetivo de conseguir a fidelização dos públicos. [...] A valorização do conceito de proximidade assumiu importância maior nos últimos anos com a ampliação do número de leitores digitais, constituindo-se, assim, em uma estratégia para recuperar públicos” (DORNELLES, 2010, p.239).

É clara a importância estratégica da proximidade para a mídia local seja como um critério de noticiabilidade quer seja como um produto comercial. Veja-se pela multiplicidade de sentidos que a palavra pode ter desde a dimensão territorial, como também a temporal, psicoativa, socioprofissional e sociocultural. Entendidas como:

“Esta polissemia de sentidos é também explorada de forma estratégica pelos meios de comunicação de massa. Na sua dimensão geográfica, a proximidade pode funcionar numa lógica de criação de interesses e de fragmentação de públicos. Por isso, é também explorada em estratégias comerciais visando franjas de mercado ou as potencialidades dos denominados mercados de confiança, através de técnicas como o geomarketing, entre outras, que incluem a utilização dos órgãos de comunicação social regional e local. A proximidade temporal, por seu lado, estrutura não só o ciclo comercial das notícias, como determina a própria noção de actualidade. Encarada numa perspectiva psicoativa, a proximidade possibilita ainda a criação de alguns conteúdos e modelos comunicacionais mais ou menos “intimistas”, apelando aos aspectos mais emocionais, de carácter mais ou menos psicologizante. Nesta polissemia de sentidos, ouvimos editores falarem em opções por uma “informação mais próxima” ou em “jornalismo de proximidade, que fala diretamente com as pessoas”. (CAMPONEZ, 2012, p.36)

---

No jornalismo local essa proximidade se firma em um contexto de comunidades que se reconhecem com base em valores e interesses construídos e recriados localmente, a partir de uma vivência territorial e onde intervêm critérios como:

“o espaço geográfico de implantação do projeto editorial; o lugar de apreensão recolha e produção dos acontecimentos noticiados; o espaço privilegiado de difusão da informação; o tipo de conteúdos partilhados e de informação disponibilizada; enfim, a definição dos públicos. Visto deste modo, a proximidade assume uma dimensão simbólica sem a qual, nas palavras de Roger Silverstone, não há lugar para a própria existência de comunidade.” (CAMPONEZ, 2012, P. 37)

Com sede em Corumbá, estão disponíveis cinco sites de notícias (PORTAL DE MÍDIA, 2018), entre eles o Capital do Pantanal, no ar desde 2016. Na edição online do dia três de agosto de 2018, a capa do noticiário eletrônico trouxe como manchete: “Não vai faltar pediatra na Santa Casa”, garante junta administrativa. A notícia surgiu de uma preocupação de pais, mães e responsáveis diante de uma ameaça da classe médica em parar os atendimentos. A reportagem mostrou de que maneira a negociação foi feita entre os profissionais e a administração do hospital e ainda de que maneira o atendimento seria feito.

A pauta pouco valeria se fosse para uma reportagem em nível estadual ou nacional. A ameaça de uma classe trabalhadora parar as atividades, pouco provável, seria dada como notícia antes que ela acontecesse de fato. Mas para a aquela localidade com apenas, de acordo com a reportagem, seis pediatras, a possibilidade de o único hospital público ficar sem a assistência médica causaria uma aflição e um problema para muitas famílias. Por isso a proximidade ganha um peso maior para que a reportagem fosse feita, mesmo que antes do fato da greve ser confirmado.

Os acontecimentos que estão mais próximos são melhores compreendidos. Essa convivência mais próxima entre jornalista e comunidade evidencia a natureza de assistentes do cidadão em que esteja interessado em reforçar a coesão social através da "procura de uma maior justiça", da "defesa do interesse geral, dos direitos e da dignidade do homem" e, finalmente da "promoção da tolerância e o respeito pelo pluralismo" (CAMPONEZ, 2012, p. 39).

#### **4- Mídia Local**



---

Peruzzo (2005) afirma que a produção local nunca esteve ausente dos meios de comunicação, a existência dela é desde que surgiram os meios de comunicação de massa. Historicamente o jornal, o rádio e a televisão, ao nascer, atingem apenas um raio de abrangência local ou regional. Alguns destes meios de comunicação desenvolvem seu potencial de alcance nacional ou internacional, outros permanecem locais. O rádio, por exemplo, é eminentemente local, embora possa percorrer também longas distâncias.

No final dos anos de 1990 que a pesquisadora considera haver uma redescoberta do local pela grande mídia com o interesse, num primeiro momento, voltado mais para o lado mercadológico do que pela produção de conteúdo regionalizado. A diferenciação local pode ser explorada como nicho de mercado, capaz de captar os recursos provenientes da publicidade do interior do país. Os principais produtos localmente produzidos foram os jornalísticos, debates e os documentários.

Repare-se no exemplo do site Capital do Pantanal, na reportagem do dia três de agosto de 2018, em que o título era: Andorinha renova apoio a Rede Feminina de Combate ao Câncer. A matéria trazia, como exemplo de responsabilidade social, a renovação do convênio da Empresa de Transportes Andorinha com a doação mensal de 50 cestas básicas para a entidade que ampara pacientes com casos de câncer. Na mesma página eletrônica, na parte superior, aparece uma publicidade da empresa de transporte Andorinha. O lado mercadológico é evidente como fonte de recurso e até mesmo mixado ao conteúdo jornalístico.

Ainda nos anos de 1990, não só a visão mercadológica é evidente como também o interesse de segmentos de públicos locais e regionais começa a chamar a atenção. Começa uma ampliação de espaços e programas produzidos com assuntos comunitários engajados em lutas sociais de determinadas localidades.

Uma demonstração da preocupação de assuntos da sociedade local veio na semana dos dias 22 a 28 de julho de 2018, na edição impressa do jornal Correio de Corumbá em que publicou como manchete a denúncia de transporte de passageiros clandestinos no município. O mesmo assunto também rendeu reportagem na página eletrônica do site Capital do Pantanal no dia dois de agosto de 2018 em que a chamada era para: O perigo do ônibus clandestino nas estradas, e ninguém diz nada. Nas duas matérias jornalísticas há denúncias de serviços não autorizados para o transporte de passageiros, uma focou a clandestinidade dentro da cidade e a outra nas estradas intermunicipais.

“A mídia local se ancora na informação gerada dentro do território de pertença e de identidade em uma dada localidade ou região. Porém, ela não é monolítica. Não há uma uniformidade no tipo de vínculo dos meios de comunicação em suas regiões, pois a inserção (mais ou menos) comprometida localmente depende da política editorial de cada veículo” (PERUZZO, 2005, p.75).

Peruzzo (2005, 2006) ressalta que a referência para essas definições é a mídia de propriedade privada comercial, aquela que reproduz a lógica dos grandes meios de comunicação, principalmente no que se refere ao sistema de gestão e aos interesses. A diferença estará no conteúdo voltado para as especificidades de uma determinada região. Nessa perspectiva, ela:

“tem o objetivo de dar a conhecer assuntos de foco local ou regional que em geral não tem espaço na grande mídia. É encarada como uma unidade de negócio comercial, portanto tem interesses mercadológicos. É suscetível a corresponder a interesses políticos e econômicos de empresas, lideranças, grupos políticos partidários da região etc. Explora o local enquanto nicho de mercado, ou seja, os temas e as problemáticas específicas da localidade interessam enquanto estratégia para se conseguir aumentar a credibilidade e a audiência, e conseqüentemente obter retorno financeiro. Tem interesse em contribuir para a ampliação da cidadania desde que as estratégias adotadas para tanto ajudem na consecução dos interesses empresariais. Os espaços abertos à participação dos cidadãos estão sujeitos ao controle dos dirigentes e técnicos. A produção do “que fazer” comunicacional está sob a responsabilidade direta de especialistas contratados. O sistema de gestão é do tipo burocrático tradicional. Os conteúdos tendem a ser, majoritariamente, parte daqueles tratados pela grande mídia, mas com enfoque local ou regional. A mídia local tanto pode ser local em seu sentido estrito, de pertencente e atuante num dado território, como pode ser exterior a ele e apenas lhe oferecer espaços (programas de rádio ou de televisão) e cadernos especiais (jornal impresso) para o tratamento de questões locais. Há casos em que algumas emissoras comerciais de TV e de rádio produzem programas de cunho bastante comunitário, tanto no formato (participação popular) como nos conteúdos (problemáticas sociais, noticiários locais etc.), que à primeira vista podem ser vistos como sendo tipicamente de uma emissora comunitária” (PERUZZO, 2006, p. 11 e 12).

É preciso diferenciar Mídia Local de propriedade privada comercial para aquela de caráter comunitária a qual pode se dizer o seguinte:

---

“as diferenças fundamentais deste tipo de comunicação se circunscrevem ao âmbito dos vínculos sociais, às estratégias de sustentabilidade, ao processo produtivo e aos conteúdos. O protagonismo principal está nos cidadãos, que, através de organizações da sociedade civil sem fins lucrativos, instituem processos de comunicação com vistas à mobilização social e à ampliação da cidadania. Funcionam na base de doações, apoio cultural, trabalho voluntário, profissionais liberados por instituições de origem (sindicatos, ONGs) para prestar serviços em associações coletivas e, às vezes, contrata-se um número pequeno de funcionários para manter o serviço oferecido em funcionamento. Os conteúdos são aqueles que encontram pouco ou nenhum espaço na grande mídia. Em geral, abordam assuntos que afetam diretamente a vida das populações em seu local de moradia e na vida cotidiana, a partir da mobilização social” (PERUZZO, 2005, p.76).

Mesmo com suas limitações, o jornalismo local é a expressão da realidade de uma comunidade tentando, ou pelo menos deveria tentar-se, mostrar melhor do que qualquer outra mídia, a vida em determinadas regiões, cidades, vilas e bairros. Ou seja,

“entendemos por informação de proximidade aquela que expressa às especificidades de uma dada localidade, que retrate, portanto, os acontecimentos orgânicos a uma determinada região e seja capaz de ouvir e externar os diferentes pontos de vista, principalmente a partir dos cidadãos, das organizações e dos diferentes segmentos sociais. Enfim, a mídia de proximidade caracteriza-se por vínculos de pertença, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade e não apenas com as forças políticas e econômicas no exercício do poder” (PERUZZO, 2005, p. 81).

Essa proximidade é validada porque na mesma direção está a percepção de que as pessoas também estão interessadas pelo que está mais próximo ou pelo que mais diretamente afeta a vida delas e não apenas assuntos de relevância nacional ou internacional nas diferentes áreas. Essa ampliação de espaços para programação local e regional nos meios de comunicação reflete um incômodo frequente de quem mora em cidades do interior dos estados, no Brasil de tão grandes diversidades, e ter que ficar assistindo somente noticiários de fatos ocorridos na capital ou nas cidades mais importantes do país (principalmente no eixo sudeste e na capital federal) ou internacionalmente. As pessoas sentem a necessidade de também estarem informadas e discutirem sobre as realizações e acontecimentos que ocorrem ao seu redor. Ou seja, não vivem apenas do que é global, mas buscam as raízes que valorizam os aspectos da comunidade que vivem sejam pelos aspectos históricos, culturais, econômicos, políticos e fatos corriqueiros de

determinada localidade. É a união da proximidade com a familiaridade e a diversidade na proporção de redondeza.

Exemplos simples do citado a cima podem ser apontados em matérias do cotidiano de alguns jornais de Corumbá. Para os moradores de Ladário – cidade vizinha a Corumbá - a informação de onde faltaria água no dia quatro de agosto de 2018 tinha importância, por isso no Site Capital do Pantanal a notícia estava na capa do portal eletrônico: Sanesul comunica que faltará água em dois bairros Ladário. Ou então, a mudança de data e as razões para o retorno das aulas da rede municipal de ensino ser no dia seis de agosto e não no dia dois também era de valia aos estudantes corumbaenses. Entendendo assim o site Folha MS de Corumbá colocou como manchete: Aulas na REME serão retomadas na segunda-feira, dia 6 de agosto. Título parecido com a versão eletrônica do Diário Corumbaense: Reme transfere retorno às aulas de amanhã para segunda-feira.

## **5- Tendências da Mídia Local**

Já se entendeu que o Jornalismo Local é aquele que trabalha de forma muito intensa com o critério de noticiabilidade pela proximidade territorial e de conteúdo para a afirmação de uma determinada comunidade/ cidade. Sendo ele o que melhor pode contribuir para demonstrar por meio de reportagens a vida, os fatos, costumes, crenças, dificuldades, conquistas e todo o tipo de acontecimento de determinadas regiões. Mas na prática há possíveis distorções e algumas tendências reveladas pela pesquisa de Peruzzo (2005). O primeiro a ser destacado é o viés político-partidário:

“os laços políticos locais tendem a ser fortes e a comprometer a informação de qualidade. É comum a existência de tratamento tendencioso da informação e até a omissão de fatos, em decorrência de ligações políticas com os detentores do poder local e dos interesses econômicos de donos da mídia. Claro que não se trata apenas de um problema da imprensa regional, mas nela parece que essas relações se tornam mais explícitas, justamente porque as possibilidades de confronto entre o fato e sua versão, por parte do leitor, são mais fáceis de acontecer” (PERUZZO, 2005, p.78).

Outro instrumento de frequência usado pela Mídia Local são os *releases* emitidos pelas assessorias de comunicação dos diferentes poderes e instituições privadas. Em alguns jornais impressos ou eletrônicos é possível perceber a reprodução

na integra de alguns informativos enviados por assessorias e que se repetem em outros veículos de comunicação da mesma cidade. Vejam-se as seguintes manchetes: Em Corumbá campanha de vacinação contra sarampo e poliomielite começa na próxima segunda-feira (FOLHA MS, 31 de julho de 2018); Corumbá inicia vacinação contra sarampo e pólio dia 06 de agosto (DIÁRIO CORUMBAENSE, 19 de julho de 2018). Apesar de estarem em locais diferentes, os dois textos são idênticos. O Diário Corumbaense se preocupou em informar que a origem da reportagem não era do jornal, mas sim da assessoria de imprensa da prefeitura de Corumbá, o outro veículo não citou a origem da fonte de informações. Este exemplo é uma demonstração de que as assessorias de comunicação local são agentes diretos da notícia. Fontes oficiais, a ligação política e partidária, jornalismo declaratório, aproveitamento integral e acrítico de releases são as principais tendências e elementos que para Peruzzo (2015) comprometem a qualidade da informação em jornais sejam eles locais, estaduais ou nacionais. Isso muitas vezes relacionado a uma falta de apuração e cobertura adequada para determinados acontecimentos consequentes de uma infraestrutura deficitária, uma equipe de produção pequena e ainda a ideologia dos donos de veículos de comunicação de aceitarem tais condições para a sobrevivência da empresa ligada a este jornalismo de fontes oficiais.

“Nessas condições o jornalismo local deixa de explorar seu imenso potencial de trabalhar com a informação isenta e atender a todos os setores que perfilam a vida de uma comunidade. Perde, assim, uma oportunidade de mercado, a de trabalhar com competência a informação de proximidade, que é a razão de ser da imprensa local. [...] Portanto, os acontecimentos orgânicos a uma determinada região e seja capaz de ouvir e externar os diferentes pontos de vista, principalmente a partir dos cidadãos, das organizações e dos diferentes segmentos sociais. Enfim, a mídia de proximidade caracteriza-se por vínculos de pertença, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade e não apenas com as forças políticas e econômicas no exercício do poder” (PERUZZO, 2005, p. 81).

Por fim, percebe-se ainda uma reprodução por parte da Mídia Local em estilos de tratamento de informação comparado ao da Grande Mídia nacional. Seja com a dedicação de amplos espaços para assuntos nacionais e internacionais, colunas com articulistas renomados, contratos com agências de notícias, ou seja, a cobertura da Mídia Local tende a ser praticamente as dos mesmos assuntos da concorrência regional

---

e nacional esvaziando seu caráter jornalístico de proximidade. Foge o entendimento de que o “leitor interessa não só matéria paga, mas também informação de qualidade e vinculada a seu mundo diário, em que é capaz de identificar atores, confrontar abordagens com os fatos reais e intercambiar impressões no nível da comunicação interpessoal” (PERUZZO, 2005, p. 82).

## 6- Considerações finais

No processo de globalização de mercados, a tendência é a de valorização do espaço local e das identidades que o formam sejam pessoais ou sociais. Nesse contexto, as mídias locais ganham espaço e atendem a uma demanda de público interessada nesse tipo de conteúdo. Uma vez que, pode-se entender a informação local como uma conversa familiar alargada disposta a manter e promover uma vida democrática com as trocas de ideias e debate daquilo que aconteça ao redor de seu ambiente.

A Mídia Local está calçada pelo critério de proximidade territorial e de conteúdo o que é determinante para o conteúdo, forma e mercado. O pertencimento e o cotidiano delimitam seu espaço para a seleção do tipo de informação, identificação do público leitor, partilha dos fatos, interesses e necessidades a serem publicadas.

Porém nesse cenário há as contradições de um jornalismo não tão imparcial e democrático baseado em interesses mercadológicos e ideológicos. O que podem comprometer a qualidade e a isenção da informação. É preciso um equilíbrio editorial e de interação com o público para que não se perca a ética e o comprometimento com a vocação de uma Mídia Local.

## REFERÊNCIAS

ANDORINHA renova apoio a Rede Feminina de Combate ao Câncer. **Capital do Pantanal**, 2018. Disponível em: < <http://www.capitaldopantanal.com.br/geral/andorinha-renova-apoio-a-rede-feminina-de-combate-ao-cancer/529167/>. Acesso em: 04/08/2018

APÓS “luta” de vereador, Corumbá ganha nova opção para transporte interestadual. **Correio de Corumbá**, Corumbá, ano 58, n.2897, p.6, 29 de julho a 04 de agosto de 2018.

AULAS na reme serão retomadas na segunda-feira dia 6 de agosto. **Folha MS**, 2018. Disponível em: <http://folhams.com.br/educacao/aulas-na-reme-serao-retomadas-na-segunda-feira-dia-6-de-agosto/68024/>. Acesso em 04/08/2018

CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: CORREIA, João Carlos (org.). **Ágora Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades**. LabCom Books, 2012.

CLANDESTINOS: até quando? **Correio de Corumbá**, Corumbá, ano 58, n.2896, p1, 22 a 28 de julho de 2018.

CORUMBÁ é destaque em clipe de música que exalta cultura de MS. **Diário Corumbaense**, Corumbá, 20 de Julho de 2018. Disponível em: < <https://diarionline.com.br/?s=noticia&id=103856> >. Acesso em 02/08/2018

CORUMBÁ inicia vacinação contra sarampo e pólio dia 06 de agosto. **Diário Corumbaense**, Corumbá, 19 de Julho de 2018. Disponível em: < <https://diarionline.com.br/?s=noticia&id=103851> > Acesso 02/08/2018.

DIVIDINDO tempo entre aulas e treinos, professor de matemática é campeão mundial de jiu-jitsu. **Diário Corumbaense**, Corumbá, 16 de Julho de 2018. Disponível em: < <https://diarionline.com.br/?s=noticia&id=103759> >. Acesso em 02/08/2018

DORNELLES, Beatriz. O Futuro do jornalismo em cidades do interior. In: ASSIS, de Francisco (org.). **Imprensa do Interior: Conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.

\_\_\_\_\_. **O localismo nos jornais do Interior**. Porto Alegre:Revista Famecos, 2010.

ELEIÇÃO para presidente de bairro no Conjunto PE. Ernesto Sassida. **Correio de Corumbá**, Corumbá, ano 58, n.2897, p.7, 29 de julho a 04 de agosto de 2018.

EM Corumbá, campanha de vacinação contra sarampo e poliomielite começa na próxima segunda-feira. **Folha MS**, 2018. Disponível em:< <http://folhams.com.br/corumba/em-corumba-campanha-de-vacinacao-contra-sarampo-e-poliomielite-comeca-na-proxima-segunda-feira/67992/>>. Acesso em 05/08/2018

EVOLUÇÃO histórica de Corumbá. Disponível em: < <http://www.corumba.ms.gov.br/perfil/historico.pdf>< Acesso em 26/04/2019

---

FERNANDES, Mario Luiz. A proximidade como valor-notícia na imprensa do interior. In: ASSIS, de Francisco (org.). **Imprensa do Interior: Conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.

HALL, Stuart. **A identidade Cultural na pós-modernidade**. 11<sup>a</sup>. ed. Rio de Janeiro:DP&A,2006.

IBGE – **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas**. Cidades, 2018.

Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/corumba/panorama>>. Acessado em 05/08/2018

IPTU prorrogado: pagamento da cota única ou 1<sup>a</sup> parcela será no dia 08 de agosto. **Correio de Corumbá**, Corumbá, ano 58, n.2897, p.1, 29 de julho a 04 de agosto de 2018.

LIMA, Maria Érica de Oliveira. Regionalização midiática: conceitos e exemplos. In:

MARÇOLLA, Rosangela e OLIVEIRA, Roberto Reis. **Estudos de mídia regional, local e comunitária**. São Paulo: Arte & Ciência, 2008.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio D. (org.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: UNB, 1997.

“NÃO vai faltar pediatra na Santa Casa”, garante junta administrativa. **Capital do Pantanal**, 2018. Disponível em: < <http://www.capitaldopantanal.com.br/geral/nao-vai-faltar-pediatra-na-santa-casa-garante-junta/529166/>>. Acesso em: 04/08/2018.

O perigo do ônibus clandestino nas estradas e ninguém diz nada. **Capital do Pantanal**, 2018. Disponível em: <<http://www.capitaldopantanal.com.br/geral>>. Acesso em 04/08/2018

"PACTO político" não vingou e Corumbá terá novamente pulverização de votos. **Diário Corumbaense**, Corumbá, ano 11, n.2535, p.3, 03 a 09 de agosto de 2018.

PERUZZO, Círcia M. **Mídia Local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil**. In: Anuário Internacional de Comunicação Lusófona. São Paulo: LUSOCOM, 2006.

\_\_\_\_\_. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, 2005.

QUASE vinte mil animais foram vacinados contra a raiva em Corumbá. **Diário Corumbaense**, Corumbá, De 27 de julho a 02 de agosto de 2018. Disponíveis em <http://diarionline.com.br/static/diariocorumbaense-2534.pdf>. Acessado em 01/08/2018



---

REME transfere retorno às aulas de amanhã para segunda-feira. **Diário Corumbaense**, 2018. Disponível em: < <https://diarionline.com.br/index.php?s=noticia&id=104150> >. Acesso em 06/08/2018.

SANESUL comunica que faltará água em dois bairros Ladário. **Capital do Pantanal**, 2018. Disponível em: <<http://www.capitaldopantanal.com.br/geral/sanesul-comunica-que-faltara-agua-em-dois-bairros-ladario/529174/>>. Acesso em 06/08/2018.

SEGUNDO pároco, pela primeira vez padroeira de Corumbá deixará a igreja Matriz. **Diário Corumbaense**, Corumbá, De 27 de julho a 02 de agosto de 2018. Disponíveis em <http://diarionline.com.br/static/diariocorumbaense-2534.pdf>. Acessado em 01/08/2018

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** 2<sup>a</sup>.ed. São Paulo: Loyola, 2002.

TÉTU, Jean-François. **A informação local: espaço público local e suas mediações**. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio D. (org.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997.

VEREADOR Machado diz que PT acertou ao partir para chapa pura. **Diário Corumbaense**, Corumbá, ano 11, n.2535, p.5, 03 a 09 de agosto de 2018.