Difusão Globalizada, Apropriação Localizada: O Webjornalismo Regional expresso no conteúdo do Portal Piauiense Cidadeverde.com[1]

Mayara da Costa e SILVA[2]
Samantha Viana Castelo Branco de CARVALHO [3]
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

Resumo

A globalização da comunicação acarreta mudanças radicais nos fluxos informacionais e nas áreas do conhecimento. Com o uso da internet e outras tecnologias, por exemplo, o jornalismo passa a ter linguagem e conteúdos modificados surgindo os portais de notícias que mesmo com a pretensão de serem difusores globais, já que qualquer pessoa com acesso à internet pode consultá-los, também se voltam para a regionalização. É sob este contexto (regionalização no âmbito da internet) que o presente artigo se propõe a analisar as questões regionais no conteúdo noticioso do Portal Cidade Verde (CV), pertencente a um grupo de comunicação consolidado no Estado do Piauí. Constata-se que as notícias de abrangência regional e local, por causa de sua complexidade, mutabilidade e abstração podem assumir diferentes feições.

Palavras-chave: globalização; regionalização; webjornalismo; portais de notícias; portal Cidade Verde.

Introdução

Desvendar a regionalização muitas vezes se transforma num trabalho artesanal. É com esta citação de Maria Érica de Oliveira Lima (2010) que este trabalho se propõe a refletir sobre a regionalização tendo como base um dos portais de notícias mais acessados do Piauí, o portal Cidade Verde. Definir conceitos precisos para o que vem a ser regional ou local não é das tarefas mais simples tendo em vista que são conceitos abstratos e estão para além de demarcações territoriais. Envolvem aspectos políticos, culturais e econômicos também. A regionalização surge frente à globalização num

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Mestranda do Programa de Pós- Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Piauí – UFPI, e-mail: dacostamay@gmail.com.

[3] Doutora em Comunicação Social, Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Piauí e Docente titular da Universidade Federal do Piauí – UFPI, e-mail:samanthacastelo@gmail.com

momento em que apesar do avanço das tecnologias terem surtido mudanças na sociedade o sentimento de proximidade teve grande revalorização.

A internet, por exemplo, possibilitou a troca de informações, de maneira mais rápida e eficaz, entre pessoas de todas as partes do mundo que passaram a conhecer assuntos de outras cidades e países. Com isso os assuntos globais passaram a conviver com os de interesse local e regional em relação à mídia. Assim, os veículos de comunicação passaram a se interessar mais pelos assuntos locais conquistando um público maior que almejava ser representado pela mídia local em suas notícias. Os veículos de comunicação, tanto os tradicionais, como jornal impresso, rádio, TV, e os portais de notícias perceberam que era vantajoso e dava lucro divulgar notícias com características regionais e locais, pois esses conteúdos passaram a ser consumidos pelas pessoas. Nesse panorama, surgiram os portais de notícias que mesmo permitindo uma difusão global de conteúdo também se atentaram para o fato de que o conteúdo regional e local não poderia ser deixado de lado, pois as pessoas também queriam se sentir representadas com notícias que as circundam. Ou seja, a difusão da informação pode ser global, mas a apropriação, o sentido que ela vai causar em cada indivíduo, é local.

É a partir desse contexto que este artigo se institui, portanto está composto da seguinte forma: a primeira parte constitui esta introdução, seguida de um tópico que aborda algumas considerações sobre o interesse global ao local. A terceira parte do artigo traz algumas características da Mídia Regional / local, após isso breves considerações sobre os conceitos de local e regional para se chegar na quinta parte no qual é abordado o portal piauiense Cidade Verde e a regionalização, seguida das considerações finais.

Do interesse global para o interesse local – algumas considerações

A globalização pode envolver os mais variados elementos desde os econômicos aos políticos e culturais. Por isso o fenômeno pode ser vistos sob diferentes perspectivas. Manuel Castells (2015) alerta para o fato de que as forças impulsionadoras da globalização só podem ser postas em ação porque têm à disposição a capacidade de constituir redes globais, proporcionada por tecnologias de comunicação digital e sistemas de informação, inclusive as redes de transporte informatizadas de longa distância e de alta velocidade.

A globalização nunca foi tema consensual: possui defensores e opositores. De um lado, há quem a visualize como fenômeno revolucionário capaz de interconectar o mundo e valorizar identidades, culturas e tradições. De outro lado, há quem a visualize como fenômeno de intensa homogeneização que culmina na americanização do mundo ou no imperialismo norte-americano, fortalecendo a hegemonia dos EUA sobre outras culturas e nações.

Para Dominique Wolton (2006), ao tornar mais visíveis as diferenças culturais e sociais entre os povos, a globalização provoca o exercício e o aperfeiçoamento do pensamento crítico; o caráter finito do mundo do ponto de vista geográfico; e relança a questão de identidades, dentre as quais a primeira está vinculada à própria terra e ao sentimento de pertença. Mesmo assim, reconhece muitos contrastes. No plano nacional, as sociedades, muitas vezes multiculturais, vivenciam fortes e sérias discrepâncias sociais. No plano internacional, não se registra suficiente atenção à diversidade cultural e às desigualdades econômicas e sociais entre os países. É aí que entram conflitos sociais e culturais diante da precaução diminuta frente à diversidade cultural. Tal atitude decorre do fato de que há três séculos, Europa e Ocidente pensam e agem em termos de hierarquia das culturas e das civilizações, e não em termos de diversidade, que supõe reconhecimento da igualdade entre as culturas:

> [...] hoje em dia, a ideia de igualdade progride, mas a conscientização da diversidade cultural não é simples. Com efeito, não existe uma diversidade cultural, mas várias diversidades, em função dos locais, dos climas, das tradições... Não se vê a diversidade cultural e, logo, o mundo da mesma forma, a partir de Tóquio, Paris, Nova Iorque ou Jacarta, Libreville, São Paulo (WOLTON, 2006, p. 161).

Se há expectativa em torno da homogeneização das realidades circundantes como resultado da globalização, com possível fim para a comunicação regional / local, acontece o contrário. Surge a regionalização como nova tendência. A mídia apropria-se da chance, ao perceber um novo nicho a ser explorado comercialmente, como Chris Anderson (2006) afirma ao expor sua teoria da cauda longa no qual o mercado passa do antigo modelo em que a atenção prioriza a venda de produtos mais populares e enfoca nichos de consumo, em que o foco recai em produtos voltados a parcelas populacionais mais limitadas.

Nos anos 80 e 90 (século passado), na Europa, registra-se abundante produção bibliográfica sobre mídia local. No Brasil, o interesse chega na década de 90, não

obstante a comprovação unívoca de que a mídia local emerge paralelamente ao surgimento dos meios de comunicação. Jornal, rádio e tevê, ao nascerem, atingem apenas certo raio de abrangência regional ou local. Alguns desses veículos desenvolvem potencial de alcance internacional ou nacional; outros permanecem locais.

> No Brasil, o desenvolvimento das comunicações, principalmente através de grandes redes de televisão, acabou priorizando a centralização da produção de mensagens nos grandes centros urbanos, de onde passam a ser disseminadas por todo o país. Essa estratégia evolui com a política de "integração nacional" herdada da época da Ditadura Militar e se desenvolve com o avanço das telecomunicações e das mídias digitais (PERUZZO, 2003, p. 70-71).

Como já dito, somente nos anos 90, século XX, no Brasil, a mídia regional / local começa a chamar atenção ante o interesse explícito dos segmentos de públicos regionais e locais. Os veículos tendem a ampliar espaços para programas produzidos nas regiões e a difundir conteúdos antes restritos aos meios de comunicação comunitários engajados em lutas sociais. Com a retomada da mídia local e das questões locais, recentemente, muitos questionamentos sobre o tema despertam interesse de estudiosos da comunicação, dentre os quais, alguns básicos: o que é regional e local? Por que há fortalecimento da mídia local no contexto da globalização? As respostas nem são fáceis nem conclusivas diante da complexidade que cerca o tema. Sem dúvida, a revalorização do local relaciona-se com o fator mercadológico, com o território e com a própria globalização.

Ainda a este respeito, Anamaria Fadul (2006) explicita que, no Brasil, os estudos sobre mídia têm privilegiado mais a dimensão nacional do que a regional, a qual é mais explorada no eixo Rio de Janeiro (RJ) – São Paulo (SP), portanto, numa ótica etnocêntrica, relegando os demais recantos brasileiros, cujos trabalhos inerentes ao tema ainda são escassos. Em decorrência, as pesquisas na área restringem-se a analisar os poderosos conglomerados midiáticos nacionais, deixando à margem as mídias regionais e locais:

> [...] o que se afirma sobre a mídia brasileira é quase sempre a partir da perspectiva dessas duas cidades, deixando de lado as grandes diferenças existentes na mídia regional, que incluem manifestações culturais específicas. Essa visão não tem colaborado para o desenvolvimento sistemático de pesquisas sobre a mídia regional, como se a referida perspectiva não representasse uma importante

> forma para o conhecimento da mídia nacional e internacional (FADUL, 2006, p. 24-25).

Isto tudo estimula novas pesquisas que sinalizem a diversidade midiática do país, até porque cada sistema comunicacional está inserido em contexto diferenciado. O que acontece na Europa é distinto do que se passa em território nacional. Da mesma forma, é esperado que temáticas específicas e que causem comoção no PI nem consigam destaque nem sejam bem recebidas noutros Estados. Portanto, a atuação da mídia no Brasil ainda ocorre de maneira tímida em determinadas regiões, seja por falta de investimento em estrutura e equipamentos ou por carência de profissionais capacitados para o jornalismo, situação que vem melhorando desde o deslocamento de indústrias importantes fora do eixo RJ – SP e diante da perspicácia dos investidores em perceberem novas oportunidades de negócios no país como um todo.

Algumas características da Mídia Regional / local

A globalização impulsiona a revalorização do local ao invés de relegá-lo. Registra-se a superação da tendência pessimista de considerar que as forças globalizadas – da economia, da política e da mídia – sufocam as sociedades e as culturas em níveis nacional, regional e local. A realidade mostra que global e local integram um mesmo processo, no qual eles interferem mutuamente e simultaneamente um no outro.

A inter-relação global / local e regional / local faz parte do campo da geografia. A maioria dos geógrafos julga ser um erro categórico pensar a globalização como força causal frente ao desenvolvimento local. O que está em jogo é um relacionamento mais intricado entre as escalas, nas quais iniciativas locais podem infiltrar-se até em escala global e vice-versa, ao mesmo tempo que é possível retrabalhar as configurações regionais e locais, que constituem a globalização. Em suma, ainda segundo David Harvey (2004), a globalização nem deve nem pode ser visualizada como unidade indiferenciada, mas, sim, como composição geograficamente articulada, que incorpora atividades e relações capitalistas globais.

Com o avanço constante e sistemático das redes eletrônicas de informação e de comunicação, os indivíduos vivenciam a chance de se manterem informados sobre o mundo sem sair de casa. As Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) favorecem ingresso ao global e à valorização de suas particularidades. Neste sentido, a

globalização é o elemento responsável por explorar a diferenciação do local, atribuindo novas concepções da articulação entre global e local. Ou seja, a um só tempo, o cidadão possui acesso facilitado e ágil ao que é global e vivencia interesse pelo local, por suas particularidades e diferenças, e por seus aspectos exóticos e comercializáveis.

Reafirma-se, pois, que o local não é desvinculado do global e sofre interveniências advindas dele. O local funciona como espécie de espaço que afiança segurança e lugar de familiaridade frente a um mundo globalizado que preze a instantaneidade e, assim sendo, tenda a valorizar o individualismo. Trata-se de nítido reforço às ideias de Milton Santos (2013), para quem a globalização exerce influência expressiva na contemporaneidade, justamente porque se fundamenta na fragmentação como a melhor maneira de disseminar o poder de globalizar.

A partir do pressuposto de que global, regional, e local não se dissociam, numa nítida fusão entre globalização e regionalização, pode-se assimilar como a mídia regional / local atua. Cicilia Peruzzo (2003) explica que a mídia local se finca na informação gerada dentro do território de pertença e de identidade em determinada localidade ou região. Assim, não há uniformidade no tipo de vínculo dos meios de comunicação em suas regiões, pois a inserção comprometida localmente depende da política editorial de cada veículo. A inserção local pode ocorrer com o propósito de esmiuçar ou simplesmente para se valer de algumas coisas do local, mas sem se desvincular da vocação nacional. Neste caso, a inserção caracteriza-se por sua natureza hesitante ou semilocal no sentido de que a empresa de comunicação se integra mais como estratégia de ampliação do mercado do que por vocação regional.

Esta informação que remete ao sentimento de pertença / de território, muito tem a ver com o jornalismo de proximidade. Para Carlos Camponez (2002), o próximo, em jornalismo, é a representação que a mídia faz do território e, consequentemente, dos destinatários das mensagens. A questão da proximidade é transversal ao jornalismo no esforço de comunicar conteúdos pertinentes aos leitores. Afinal, o território revela-se insuficiente para explicar a imprensa regional e local por si só. A proximidade não se mensura em metros, de modo que todos devem estar preparados tanto para conceber a produção de conteúdos que, apesar de longe de casa, são próximos, quanto para assistir à produção nas regiões de conteúdos tão homogeneizados e massificados que se assemelham aos de poderosas corporações midiáticas.

Por sua vez, Peruzzo (2003) entende informação de proximidade como a que expressa as especificidades de determinada localidade ao retratar os acontecimentos orgânicos inerentes a uma região, de modo que os meios tornem-se capazes de ouvir e de externar diferentes pontos de vista, principalmente, a partir de cidadãos, instituições e diferentes associações sociais e / ou organizações não governamentais (ONGs). Portanto, a mídia de proximidade caracteriza-se por vínculos de pertencimento, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade, indo bem além de forças políticas e econômicas no exercício do poder. Porém, na prática, não é bem isso o que acontece. A força política interfere e continua interferindo na produção de conteúdos, como aprofundado adiante.

A mídia de proximidade ou ainda mídia local / regional também possui algumas tendências segundo Peruzzo (2003). Uma delas é a tendência imediata em retratar, respectivamente, a realidade regional e local, tomando como referência informações de proximidade. É lógico que o veículo de comunicação local possui condições de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais e assim por diante. Mas é preciso estar atento porque, às vezes, os fatos noticiados são distorcidos como, por exemplo, se os veículos estão ligados a grupos político-partidários e / ou econômicos, com frequência, não apresentam os fatos como realmente são. Os laços políticos locais tendem a ser fortes e, quase sempre, comprometem a informação de qualidade. É comum o tratamento tendencioso da informação e até a omissão de notícias, por causa de ligações políticas com os detentores do poder local e dos interesses econômicos de donos de empresas midiáticas. Outro obstáculo enfrentado é a falta de ampla cobertura e de apuração dos acontecimentos, diante da infraestrutura deficitária, com equipamentos defasados e poucos profissionais, às vezes, despreparados para o exercício do jornalismo.

Também é comum registrar a propensão da mídia local em reproduzir a grande imprensa. Nestes casos, imita o estilo de tratamento da informação ou dedica amplos espaços para notícias internacionais e nacionais, às vezes, por exigência das matrizes, como no caso das redes de TV, ou então, como estratégia operativa. Por meio de contrato com agências de notícias, a mídia local reproduz, com frequência, colunas de pessoas renomadas e de celebridades ou até se apropria de temas explorados em reportagens especiais. Em outras palavras, muitos jornais locais reproduzem matérias originárias da mídia de referência e deixam de lado temas específicos locais que

exigiriam apuração jornalística mais cuidadosa e, por consequência, sofreriam maior exposição pública, considerando o fato de que, muitas vezes, os jornais locais não publicam algumas informações a fim de manterem seus próprios interesses. É como se o jornalismo regional / local adotasse estilo padrão, sem inovações.

Para uma mídia ser classificada como regional / local deve investir na diferenciação e na descentralização da audiência quanto aos conteúdos globais e nacionais. Para tanto, deve primar pela territorialização de conteúdos, iterando que a territorialização está muito agregada à geografia, no sentido de ser demarcável e territorial, como se dá com a existência de mares, rios, tipos de solo, climas, faunas e floras, todos estes elementos decisivos para a definição de espaços territoriais na geografia. Aqui, porém, a territorialização ganha significado mais amplo, ao ponto de ser interpretada, algumas vezes, como ideológica, haja vista que possui como fundamento cultura, familiaridade e proximidades de interesse. É a territorialização voltada à produção de conteúdos:

> [...] o território revela-se [...] insuficiente para [...] explicar a imprensa regional e local [...] A proximidade já não se mede em metros. Devemos estar preparados para conceber a produção de conteúdo que embora longe de nossas casas, nos são próximos, bem como para assistir à produção nas regiões de conteúdos tão homogeneizados e massificados quanto os das grandes corporações de *media* (CAMPONEZ, 2002, p. 128).

O lugar ocupa certa unidade e especificidade, mas é mutável à medida em que os fluxos se alteram. Algumas características são consideradas transitórias, em alguns momentos; fixas, em outros. Logo, a noção de território, tal como a de regional e de local, também sofre mutações, a depender do contexto no qual se insere (PERUZZO; VOLPATO, 2009). O importante é que a imprensa regional deve estar sempre voltada para a territorialização de conteúdos, visando adquirir especificidade e força, o que, em geral, não ocorre, pois, muitas vezes, apoia-se mais na questão territorial e nos padrões mercadológicos do que nos impactos sociais dos conteúdos. Este fato não deveria acontecer, pois a comunicação é imprescindível para a integração da comunidade em busca do desenvolvimento local.

Breves considerações sobre os conceitos de local e regional

Definir regional e local não é tarefa das mais simples porque há variadas formas de entender suas definições. Para Peruzzo e Volpato (2009), analisar o regional em relação com o global, nacional e local requer a compreensão em diferentes dimensões espaciais, o que constitui algo complexo, tendo em vista que a própria conceituação de região é *per se* difícil, porque não se restringe a um espaço físico. Envolve questões de outra ordem, como cultural, simbólica e econômica, como se discorre ao longo da dissertação. Sob a ótica geográfica espacial, o regional, por suas delimitações territoriais, é categorizado como região de uma cidade, de um país ou de um continente, reforçando a premissa de que regionalizar é recortar o espaço. É lidar com um fragmento de um todo, como Santos (2013, p. 94) afirma:

> [...] regiões são subdivisões do espaço; do espaço total, do espaço nacional, e mesmo do espaço local, porque as cidades maiores também são passíveis de regionalização. As regiões tornam-se espaços muito vantajosos, pois abrigam a existência do todo.

Assim como o conceito de globalização, que pode ser interpretado de acordo com diferentes pontos de vista, o mesmo acontece com a concepção do regional. Sua definição e seu significado dependem da abordagem adotada. Há várias vertentes que vão desde a geografia até a comunicação, perpassando pela dimensão econômica, histórica, social, territorial, política e cultural, na tentativa de explicar a regionalização em sua complexidade e polissemia. Insiste-se em afirmar que o empenho em discutir o regional e o local não é recente e suas definições são abrangentes e abstratas. O interesse sobre o tema surge, com força total, na metade do século XX, momento quando se intensifica uma economia fundamentada na produção de bens industriais e no fluxo informacional, o que constata, mais uma vez, que a mídia regional possui aspectos políticos, econômicos, culturais e sociais da região e / ou do local onde se concentra. Portanto, definir o que é local não é simples, haja vista que não se trata de algo facilmente demarcável:

> [...] na verdade, há a impossibilidade de se definir fronteiras precisas entre o regional, o local e o comunitário. Também não se trata apenas de fronteiras territoriais ou geográficas, mas da inclusão de territórios de outros tipos, como os de base cultural, ideológica, de idioma, de circulação da informação [...] No entanto, o local ao mesmo tempo em que não permite a demarcação exata de fronteiras, também carrega o sentido de um espaço determinado de um lugar específico ou até

> mesmo de uma região, no qual a pessoa se sente inserida e partilha sentidos com seus semelhantes (PERUZZO, 2003, p.67).

O regional também é transitório, efêmero e envolve vários atributos que não se restringem a demarcações territoriais. É indispensável considerar outros aspectos, como os fluxos informacionais, intercâmbio entre profissionais, trocas financeiras e de mercadorias das regiões em foco naquele momento específico. De acordo com Peruzzo e Volpato (2009), os termos região e regional têm sido usados pelo senso comum com significados tão variados que as definições tendem a fragilizar a força explicativa e os significados essenciais. Afinal, impossível limitar os conceitos de regional e local a questões territoriais, até porque inexistem territórios imutáveis e com demarcações absolutas. Os contornos locais são sempre efêmeros e transitórios, sem contar que há também outros elementos envolvidos, como os de natureza cultural, histórica, linguística, política, jurídica, informacional e econômica.

Os autores supracitados explicam que o local consiste em espaço com certa especificidade, a qual é passível de mudanças, porque as peculiaridades são sempre transitórias. Exemplificando: a América Latina, em determinados casos, é categorizada como localidade ou região ou continente. Depende da situação na qual está inserida, razão pela qual não se pode reduzir regional ou local a uma simples questão geográfica. Renato Ortiz (1999) compartilha da mesma ideia. Diz que aspectos físico-geográficos precisos não se prestam, como regra universal, para a identificação de uma região ou de uma localidade. Embora em algumas situações, os limites geográficos sejam válidos, não é o caso de considerar tão somente as fronteiras físicas nem tampouco ignorá-las, uma vez que o local suscita sentimento de familiaridade e de pertencimento.

Maria Érica de Oliveira Lima (2010) afirma que o regional e o local misturam-se, confundem-se e se complementam, observando que o regional tem por área privilegiada a questão da difusão, isto é, a região em si ou a cidade na qual a mídia está situada. Peruzzo (2003) lembra que o regional pode alterar suas feições, como a região leste da capital Teresina ou o Nordeste do Brasil. O local pode representar um bairro, um município, a zona de uma cidade, uma localidade no meio rural. Em suma, é parte de uma espacialidade mais ampla, porém com características próprias.

A região, por seu turno, é vista como espaço contraditório e incerto que se relaciona com outras dimensões espaciais e envolve particularidades relacionadas com fluxos informacionais ou econômicos, com aspectos históricos ou socioculturais ou com

singularidades, à semelhança da proximidade simbólica (e não a territorial) vinculada ao sentimento de pertença. Assim, ao tempo em que as regiões apresentam proximidade em alguns aspectos; em outros, podem diferir. Daí, Peruzzo (2005) insistir que as regiões não são homogêneas. E é exatamente por causa da mutabilidade de conteúdos e de contornos que a região adquire caráter abstrato. Corroborando a comunicóloga brasileira, a historiadora argentina Maria Rosa Carbonari sustenta que o espaço regional não é um espaço fixo e, sim, espaço social com conjuntos heterogêneos em contínua interação, o que significa que figura como espaço dinâmico em constante movimento:

> [...] o espaço regional, não é, portanto, um espaço fixo, mas um espaço social com conjuntos heterogêneos em contínua interação. É testemunho do passado que atua sobre o presente e condiciona o futuro. Analisá-lo demanda visualizá-lo como espaço dinâmico em contínuo movimento (CARBONARI, 2009, p.28, tradução nossa).

O sociólogo francês Pierre Bourdieu (1989) diverge dessas ideias. Acredita que a divisão regional não existe na realidade. Em sua opinião, tal realidade é a representação que os indivíduos fazem dela, pois é impossível apreender o momento real em que se vive. Vivência real e presente não são apreendidos pelo ser humano em sua totalidade. Assim sendo, delimitação e região para quem nelas vive passam a integrar o imaginário do indivíduo. Enfim, embora os termos região, regionalização e regionalidade sejam, algumas vezes, adotados como sinônimos, na visão de Haesbaert (2010), possuem flagrantes diferenças. Região é uma entidade geográfica; regionalização, processo de diferenciação ou de recorte do espaço em parcelas coesas ou articuladas; regionalidade, propriedade do ser regional frente à dimensão simbólica e vivida, ou seja, o fragmento das regiões em cunho simbólico e subjetivo.

Castells (2000, p. 85) acrescenta que a busca e a valorização pelo regional ou local acontece "[...] quando o mundo se torna grande demais para ser controlado, os atores sociais passam a ter como objetivo fazê-lo retornar ao tamanho compatível com o que podem conceber." Por mais que haja muitas informações sendo produzidas, enviadas e recebidas ao redor do mundo, por mais que se reconheça a sociedade da informação, sociedade do conhecimento, sociedade da aprendizagem, sociedade da educação ou sociedade globalizada, o interesse de conhecer o que se passa ao redor ou na proximidade persiste fortemente. É, pois, evidente, que tal sociedade, cujos pilares são as TIC, responsáveis em grande parte pela rapidez na propagação de informações e

de conteúdos, permite que regional e local sejam assimilados, além de conceito meramente geográfico espacial ou demarcação territorial. É também seguindo essa perspectiva da regionalização que a internet, representada, aqui, pelos portais de notícias jornalísticos, vem se destacando.

Ao tempo em que os indivíduos usufruem das vantagens advindas da globalização, participam de debates a propósito de temas variados e de abrangência internacional, nacional, regional e local. Constata-se que não é só a mídia tradicional, como jornal impresso, tevê e rádio que aderem à regionalização. Os portais de notícias no espaço virtual também investem no regional / local. Percebe-se, pois, que o jornalismo, assim como os mais variados setores do mercado, por se inserir na denominada teoria da cauda longa, também segmenta-se e descobre novo nicho, o da regionalização, dando origem ao webjornalismo regional.

O portal piauiense Cidade Verde e a regionalização

O portal Cidade Verde (CV), a princípio, surgiu como complemento da TV Cidade Verde com redação unificada. Somente quando lançado no mercado em 2007 passou a ter equipe própria para a produção das notícias, embora funcionando no mesmo prédio onde se situa a TV, inclusive até hoje. O Portal CV dedica-se ao gênero informativo e a matérias de caráter factual. Conta com 15 jornalistas contratados. Há colaboradores: *blogueiros* e colunistas que ajudam na produção e na divulgação de informações. O Portal possui nove editorias: política; geral; entretenimento; esporte; economia; cidades; vídeos; viver bem; e destaques da TV.

O portal tem uma constante preocupação em não veicular informações pertinentes somente à capital, sede do Portal. Mas, o portal não possui projeto formal e / ou consolidado de regionalização. A busca para tanto parece acontecer de maneira natural. Tanto é que as notícias em destaque do portal são geralmente notícias sobre assuntos que falem da capital do estado Teresina ou sobre o Piauí. Ou ainda, quando há uma notícia de âmbito global (sobre outros países) há a preocupação de trazer elementos sobre o local ou regional.

A título de ilustração de como o portal se preocupa com a regionalização de conteúdo no dia 22 de julho de 2016 a notícia em destaque foi “Jornalista piauiense escapa de tiroteio que deixou mortos em Munique na Alemanha”. A matéria traz

informações sobre o atentado que deixou nove mortos. A jornalista Teresa Raquel Bastos estava de férias na Europa e participava de uma festa no Centro de Munique quando o tiroteio começou. Constata-se o interesse mundial do texto, uma vez que ocorre em outra nação e alcança repercussão internacional. Apesar de a notícia versar sobre acontecimento ocorrido noutro país, o próprio título insinua que, em meio ao tema global, há traços do regional, haja vista que há o envolvimento de uma jornalista piauiense. A chamada da notícia mostra a preocupação do Portal CV em não só expor o episódio da Alemanha, o que poderia não gerar interesse do público cativo da mídia em discussão. A partir do momento em que destaca a presença de alguém mais próximo, contribui para despertar curiosidade e certa comoção face ao sentimento de familiaridade e de proximidade o que remete ao pensamento de Peruzzo (2003) quando afirma que os indivíduos reivindicam o direito à diferença. Apreciam as vantagens da globalização, mas também querem saber sobre seu lugar, sua história e sua cultura na mídia. Mesmo diante de um panorama global, as particularidades de uma região / local são decantadas como estratégia para chamar atenção para as diferenças.

Outro exemplo de notícia em destaque do portal CV foi a do dia 19 de outubro de 2016 "Força tarefa reduz em 50% queimadas, mas atenção é redobrada no B-R-O Bró." Surpreendentemente, apesar de veiculada no Dia do Piauí, a matéria não prioriza a data comemorativa, e, sim, o meio ambiente. Externa a preocupação do Governo do Estado e da PM de Teresina em reduzir o foco de incêndios na capital, apesar de os órgãos oficiais acreditarem em sua redução. É interessante notar que ela permite verificar a mutabilidade do que é uma notícia local: pode ser categorizada como local frente à realidade de Teresina; podem ser considerados locais os bairros Planalto Uruguai, Extrema, Morros, Horto Florestal e Socopo, etc o que reafirma a ideia de que regional / local representam espaços mutáveis e transitórios.

No dia 11 de julho de 2016 a notícia em destaque "Na véspera do julgamento do estupro coletivo, processo está sem promotor" aborda a nomeação do promotor de Justiça, Eduardo Palácio, para acompanhar o julgamento de estupro coletivo ocorrido no município de Bom Jesus, ao sul do Estado do Piauí, por determinação da Procuradoria Geral de Justiça. *A priori*, esclarece-se que a matéria está na categoria – regional – por veicular informações de município distante da capital Teresina, embora se reconheça que poderia estar na categoria – local – quando se pensa em Bom Jesus como local / cidade.

Tudo reforça a transitoriedade e a efemeridade do regional, haja vista que o binômio regional / local representa sempre espaço de certa especificidade, porque suas peculiaridades são sempre transitórias, como Peruzzo e Volpato (2009) admitem. Outra observação plausível é que há registro de *post* da mesma notícia no *blog* Bom Jesus, espaço destinado a informações específicas do município. É a constatação de que o Portal tenta descentralizar seu campo de ação em busca de imprimir visibilidade a outras localidades do Estado, além de sua capital.

Conclusão

Os avanços tecnológicos também foram fatores que potencializaram a globalização e o fluxo de informações. Entretanto, notou-se também que somente notícias relacionadas a outras realidades, outras cidades ou países, não interessavam mais o leitor que passou a se interessar por notícias locais e próximas à realidade em que vive ganhou mais espaço. Os portais de notícias embora tendo uma característica predominantemente global justamente por permitir que pessoas com acesso a internet possam se conectar estando em espaços geograficamente distantes também se atentaram a essa nova tendência da regionalização onde isso demonstrou um novo nicho mercadológico a ser explorado por atrair público e também anunciantes.

Todavia o processo de regionalização não é fácil por envolver aspectos econômicos, políticos e de ordem cultural. De qualquer forma, vale a pena insistir na complexidade que cercam tais conceitos – global / nacional / regional / local, haja vista que representam espaços mutáveis e transitórios. Logo, nunca é unívoco classificar as notícias de acordo com sua abrangência tanto pela abstração dos termos quanto por sua mutabilidade. Afinal, são conceitos interligados: um não existe sem a presença do outro.

Referências

ANDERSON, C. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

CAMPONEZ, C. **Jornalismo de proximidade**. Coimbra: Minerva, 2002

CARBONARI, M. R. De cómo explicar la región sin perderse en el intento. Repasando y repensando la historia regional. **História Unisinos**, São Leopoldo, v. 13, n. 1, jan. / abr. 2009.

CASTELLS, M. **O poder da comunicação**. São Paulo: Paz e Terra, 2015.

FADUL, A. Mídia regional no Brasil: elementos para uma análise. In: FADUL, A.; GOBBI, M. C. (Org.). **Mídia e região na era digital**. São Paulo: Arte & Ciência, 2006.

HAESBAERT, Região, regionalização e regionalidade: questões contemporâneas. **Revista Antares**, Caxias do Sul, n. 3, p. 2-24, 2010.

HARVEY, D. A arte de lucrar: globalização, monopólio e exploração da cultura. In: MORAES, D. (Org.). **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

LIMA, M. É. O. **Mídia regional:** indústria, mercado e cultura. Natal: EDUFRN, 2010.

ORTIZ, R. Um outro território. In: BOLAÑO, C. (Org.). **Globalização e regionalização das comunicações.** São Paulo: EDUC, 1999.

PERUZZO, C. M. K. Mídia local, uma mídia de proximidade. **Comunicação: Veredas**, São Paulo, ano 2, n. 2, p. 65-89, nov. 2003.

_____. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade,** São Bernardo do Campo, ano 26, n. 43, 2005. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/cs_umesp/article/view/196/154>. Acesso em: 2 jan. 2017.

PERUZZO, C. M. K.; VOLPATO, M. **Conceitos de comunidade, local e região:** inter-relações e diferenças. 2009. Disponível em: <https://www.espm.br/ConhecaAESPM/Mestrado/Documents/COLOQUIO%20BXM/S1/cecilia%20krohling%20e%20marcelo%20volpato.pdf>. Acesso em: 23 dez. 2016.

SANTOS, M. **Técnica, espaço, tempo:** globalização e meio técnico científico- informacional. São Paulo: EDUSP, 2013.

WOLTON, D. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.