



## Geografias da Comunicação<sup>1</sup>

### Coordenação:

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Anamaria Fadul<sup>2</sup> (Intercom) e Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sonia Virgínia Moreira (UERJ)

### Integrantes:

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sonia Virgínia Moreira<sup>3</sup> – Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Doris F. Haussen<sup>4</sup> – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Prof<sup>a</sup>. Andréia Gorito<sup>5</sup> – Universidade Veiga de Almeida (Cabo Frio, RJ)

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Daniela Ota<sup>6</sup>, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

### Resumo

Os debates em torno do espaço mostram-se cruciais para os estudos de mídia e do campo da comunicação em geral. Questões como mobilidade e convergência pressupõem novos elementos para a pesquisa científica, considerando que agora não se trata apenas de mediações, mas de mediações espaciais, que abrangem inclusive as formas de produção e de consumo midiático.

**Palavras-chave:** geografias da comunicação; conceitos; pesquisas

### Proposta da mesa

São dois os principais objetivos desta mesa. O primeiro é apresentar o grupo de pesquisa criado no CNPq em torno do tema Geografias da Comunicação como espaço privilegiado para a circulação da produção científica sobre o assunto, que envolve também a comunicação internacional e intercultural no contexto da sociedade da informação e do conhecimento. O segundo objetivo é reunir os conceitos que permeiam o campo e divulgar os trabalhos de pesquisadores brasileiros nesta área dos estudos da comunicação. Isto inclui, além da abordagem de conceitos, comunicados de estudos relativos à comunicação local, regional e internacional; fronteiras midiáticas, geográficas e estudos de mídia. Privilegia análises sobre meios de comunicação públicos e privados – locais, regionais, nacionais e internacionais; análises comparadas de sistemas midiáticos e de legislação de mídia; e aspectos da convergência multimídia.

---

<sup>1</sup> Mesa submetida ao III Multicom – Colóquios Multitemáticos de Comunicação, evento do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Presidente do Conselho Curador da Intercom, professora e pesquisadora na área de comunicação.

<sup>3</sup> Jornalista, professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

<sup>4</sup> Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC Rio Grande do Sul; pesquisadora do CNPq.

<sup>5</sup> Jornalista, coordenadora do curso de Comunicação Social na Universidade Veiga de Almeida (campus Cabo Frio, RJ), mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

<sup>6</sup> Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.



## **Resumo 1**

### **Um campo de estudo em evolução**

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Sonia Virgínia Moreira, Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Pesquisadores contemporâneos defendem que, no futuro, a geografia da comunicação poderá constituir um campo semi-autônomo dentro do terreno mais vasto dos estudos culturais manifestado nas contribuições de geógrafos e teóricos de mídia. Ao considerar esse contexto, esta apresentação trata da base conceitual contemporânea do que identifica como geografia da comunicação. Os estudos que compreendem a geografia da comunicação são pouco explorados como referencial teórico para a produção científica no Brasil – ainda que a área tenha crescido como objeto de investigações e eventos, principalmente nos países nórdicos e na Grã-Bretanha, onde se desenvolve uma perspectiva crítica dos estudos culturais e da comunicação internacional. É o caso de autores como Harold Innis, David Morley e Benedict Anderson. O campo também é elemento de pesquisas nos Estados Unidos, com a produção acadêmica voltada para a geografia dos meios, em análises mais direcionadas e com ênfase na cultura visual (cinema, TV, arte, publicidade) e informativa (jornais, revistas).

## **Resumo 2**

### **O radiojornalismo em tempos de globalização: Brasil, Argentina e Uruguai**

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Doris Fagundes Haussen, PUC do Rio Grande do Sul

O acelerado desenvolvimento tecnológico e a globalização da economia têm produzido diversas alterações na sociedade atual. No radiojornalismo não tem sido diferente. No entanto, este setor da comunicação tem as suas particularidades que interessam a este estudo, entre elas, a relação entre conteúdos divulgados, a tecnologia utilizada, o gerenciamento das emissoras e a legislação vigente.

Na pesquisa iniciada em março deste ano, intitulada “O radiojornalismo no Brasil, na Argentina e no Uruguai”, é este o foco central. Neste primeiro momento está sendo feita a análise da rádio Gaúcha de Porto Alegre, emissora dedicada exclusivamente ao jornalismo e, neste sentido, algumas observações iniciais podem ser avaliadas.

Em relação aos conteúdos, observa-se que a preponderância é de informações nacionais (com ênfase nos assuntos de interesse regional) e locais. Os temas internacionais são tratados apenas quando são de grande notoriedade. Quanto aos gêneros radiofônicos, entre os mais utilizados estão entrevistas e mesas-redondas. Sobre o gerenciamento, a emissora insere-se no Grupo RBS de Comunicação, que atua no Rio Grande do Sul, Santa



Catarina e Paraná, e tem a proposta de atender prioritariamente a este público. Trata-se, portanto, de um grupo regional. Quanto à tecnologia, é uma rádio que dispõe de equipamentos bem atualizados e transmite tanto em AM e FM quanto on-line.

As primeiras observações indicam uma emissora que, embora possa ser captada no mundo inteiro através da internet, privilegia o ouvinte interessado nas informações do Rio Grande do Sul e especificamente de Porto Alegre. Pela proposta do Grupo RBS, não é um fato aleatório, mas decisão da emissora. Observando-se o site da rádio percebe-se um projeto bem elaborado, que disponibiliza uma série de dados não só através da emissão direta da programação mas também de arquivos e blogs.

Estabelecendo-se uma conexão local/global, pode-se dizer que esta é uma emissora local (abarcando o nacional e regional) em relação aos seus conteúdos, principalmente. Mas é, também, global, no sentido de suas estratégias administrativas e pelos recursos tecnológicos utilizados. As estratégias no sentido de que a direção do Grupo percebe a característica principal do rádio de proximidade aos temas locais e do público interessado e não se expande na busca de um possível ouvinte global. Este é presumido como um provável interessado aleatório ou o próprio público gaúcho disperso pelo mundo.

Outro aspecto a ser analisado futuramente na pesquisa é o das relações de trabalho dentro das emissoras e a sua aproximação à legislação, pois este também é um tema que está sendo afetado pelas inovações tecnológicas, pela globalização da economia e por novas formas de gerenciamento. Concluindo, trata-se de um estudo em fase inicial que, conforme o visto, já aponta algumas considerações sobre uma nova realidade (em andamento) nas emissoras radiofônicas, e que será confrontado com o jornalismo das emissoras argentinas e uruguaias para verificar as semelhanças e diferenças que ocorrem neste processo na América do Sul.

### **Resumo 3**

#### **Entre o local e o global: fluxos e contra-fluxos da informação na cidade de Cabo Frio**

Andréia de Vasconcellos Gorito, Universidade Veiga de Almeida

Nesta apresentação são analisados fluxos e contra-fluxos da informação considerando características como local, regional e global. Utiliza-se como estudo de caso o município de Cabo Frio, localizado a 141 quilômetros da capital Rio de Janeiro e considerado o “centro” da chamada Região dos Lagos. O balneário turístico, com cerca de 160 mil habitantes, chega a receber um milhão de pessoas na alta temporada, em boa parte turistas estrangeiros. Apesar de preservar características de cidade do interior, o lugar possui uma cultura híbrida refletida



no número significativo de meios de comunicação que cobrem seu território, entre eles a Inter TV - Alto Litoral, emissora afiliada à Rede Globo, que lidera a audiência na região.

Na era da globalização, os limites geográficos e culturais se esvaem, assim como a relação espaço-tempo. As cidades do interior não apenas recebem passivamente as informações dos grandes centros, mas também produzem informação para consumo interno e externo, ainda que em menor quantidade. Nesse contexto é possível afirmar que, ao mesmo tempo em que as identidades nacionais se enfraquecem, as locais e regionais se fortificam. A hiper exposição audiovisual conduz a um impulso irresistível de expansão e à esperança de atingir outros segmentos. Mas estaria a identidade local sendo conduzida para uma representação comercializável, submetida a maquiagens que reforçam seu exotismo, conforme chama a atenção Martin Barbero (2006)?

Em Cabo Frio verifica-se que o fluxo de informação ocorre nos dois sentidos. A cidade recebe informação de fora, mas também produz conteúdo local para o público local e nacional mediante a ativa participação da Inter TV. A diversidade cultural da mídia lucra ao representar o imaginário social da comunidade e ao exportar fatos do cotidiano (por vezes exótico) do lugar, tanto para a capital como para o Brasil.

Cidades do interior tradicionalmente recebem mais informações do que originam, mas não podemos desprezar o fato de que a produção local muitas vezes resulta expressiva e contribui para que um meio lidere a audiência na região. O intuito aqui não é negar os efeitos nocivos da mídia ao manipular e destruir identidades, mas compreendemos que a relação entre a produção local/regional de televisão e seu público é dialética, considerando a existência de um acordo invisível de cooperação e ajustes entre as partes. Se ao acessar o interior a TV comete os mesmos equívocos presentes nas grandes metrópoles (como homogeneização e indução ao consumo), não se pode ignorar que a comunidade também consegue perceber como tirar proveito dessa situação.

No mundo contemporâneo, é impossível dissociar mídia e sociedade. As sociedades modernas são sociedades midiáticas, onde todos são testemunhas de espetáculos. Mesmos que as identidades pareçam incompatíveis, os negócios e os intercâmbios midiáticos não deixam de crescer. Pertencer a uma comunidade é partilhar nome, história, consciência mútua. Neste trabalho evidencia-se como uma emissora de televisão local e a prática do jornalismo comunitário reforçam o vínculo existente entre os habitantes da cidade de Cabo Frio e da Região dos Lagos.



#### **Resumo 4**

##### **A revitalização da mídia local no mundo globalizado**

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Daniela Ota, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

A fronteira sul-mato-grossense representada por Ponta Porã-Pedro Juan Caballero e Corumbá-Puerto Quijarro, municípios limítrofes entre Brasil e Paraguai e Brasil e Bolívia, respectivamente, pode ser compreendida em função da união entre as cidades e dos intercâmbios diários que ocorrem entre as comunidades. No aspecto social evidencia-se um processo de integração cotidiana que faz do espaço fronteiro um local singular. As relações familiares estabelecidas ao longo dos anos em função de laços matrimoniais formam a base desta representatividade social. A ausência de barreiras naturais ou artificiais que dificultem o trânsito da população entre os países colabora no fortalecimento da convivência entre os povos.

Acreditamos que, em um mundo globalizado, a revitalização da mídia local, entre elas o rádio – meio eminentemente caracterizado como de audiência regional (Beltrão, 1968) –, colabora na representação simbólica da identidade e da cultura dos indivíduos que moram na fronteira. Isso pode se dar através da divulgação de conteúdos jornalísticos, por meio de um jornalismo de proximidade e de prestação de serviço. Torna-se importante, então, analisar, a estrutura da notícia e os critérios de noticiabilidade universais do jornalismo que, na região da fronteira sul-mato-grossense, sofre alterações por fatores políticos, econômicos e sociais.

Falar sobre a influência dos meios de comunicação de massa no cotidiano das pessoas é expressá-la como um processo plural, transitório. A lógica da comunicação midiática é representada por aquilo que experimentamos culturalmente como próprio, em termos nacionais ou latino-americanos. Ou seja: atua como forma das relações sociais e dos espaços social, econômico e cultural, deixando de ser meramente um meio técnico para se consolidar em uma dimensão da sociabilidade atual. Para Rubim (1995), os meios de comunicação de massa deixam de ser meros transmissores de dados e passam a colaborar na definição dos acontecimentos através das falas, do agendamento de assuntos e dos personagens que seleciona para repercutir os fatos.

Os meios de comunicação, por meio dos discursos elaborados pelos jornalistas passam a integrar o conhecimento dos indivíduos com relação às realidades local, regional ou internacional. Outras variáveis permitem estabelecer esses critérios. Para os jornalistas o cotidiano é marcado pela elaboração diária de um produto midiático (jornal, telejornal ou noticiário radiofônico). Não conseguimos imaginar um jornalista ou, no caso, um locutor de rádio que em determinado dia não houve notícias ou que o noticiário será menor por falta do



que divulgar. Dessa forma, dois fatores se configuram como eixos centrais de problematização no campo jornalístico: o tempo e o espaço.

### Referências bibliográficas

- BELTRÃO, Luiz. Jornalismo pela televisão e pelo rádio: perspectivas. In: *Revista de Escola de Comunicação Culturais*. São Paulo: USP, vol. 1, nº 1, 1968.
- CANCLINI, Néstor García. *Latino-americanos à procura de um lugar neste século*. São Paulo: Iluminuras, 2008.
- CHIAPPINI, Ligia. Multiculturalismo e identidade nacional. In: MARTINS, Maria Helena (org.). *Fronteiras Culturais*. Cotia: Ateliê Editorial, 2002.
- FALKHEIMER, Jesper & JANSSON, André. *Geographies of Communication – The Spatial Turn in Media Studies*. Göteborg: Nordicom, 2006.
- GALLUP, John Luke; GAVIRIA, Alejandro e LORA, Eduardo. *Geografia é destino? Lições da América Latina*. São Paulo: Editora Unesp, 2007.
- HARTLEY, John. *Comunicação, estudos culturais e media – conceitos-chave*. Lisboa: Quimera, 2002.
- HERZ, Mônica. Carta da OEA (1948). In: MAGNOLI, Demétrio (org.). *História da paz*. São Paulo: Contexto, 2008, p. 331-353.
- MARTINS, Daniel Gutiérrez (org.). *Multiculturalismo – desafios e perspectivas*. México, D.F.: Siglo XXI, 2006.
- MERAYO, Arturo. *La radio en Iberoamérica: Evolución, diagnóstico y prospectiva*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2007.
- PACHECO, Carlos, et al. *O Estado do Mundo*. Lisboa: Tinta-da-China, 2007.
- PADRÓS, Enrique Serra. Fronteiras e Integração Fronteiriça: elementos para uma abordagem conceitual. *Revista do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais*. Vol. 17, nº 1/2, jan-fev. Porto Alegre, 1994.
- PERUZZO, Cicilia. *Mídia local, uma mídia de proximidade*. Revista Comunicação: Veredas, nº 02, novembro, Marília, 1993
- RAMOS, Murilo César e SANTOS, Suzy dos. *Políticas de comunicação – buscas teóricas e práticas*. São Paulo: Paulus, 2007.
- RUBIM, Antônio A. Canelas (org.). *Idade mídia*. Salvador: EDUFBA, 1995.
- STEINBERGER, Margareth Born. *Discursos geopolíticos da mídia – jornalismo e imaginário internacional*. São Paulo: EDUC / Fapesp / Cortez, 2005.
- YÚDICE, George. A conveniência da cultura: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.