

## 'Caravana Meu Novo Piauí': um estudo sobre o jornalismo regional da TV Meio Norte (PI)

Amanda Laís Pereira Nolêto<sup>1</sup>

Universidade Federal do Ceará (UFC)<sup>2</sup>

### Resumo

O atual ecossistema midiático molda novos processos jornalísticos. Fenômenos como a consolidação de TVs Regionais, por exemplo, continuam alterando os modos e as práticas na produção da notícia. A TV Regional evoca sentimentos de pertencimento e proximidade, bem como se qualifica como um significativo nicho para a produção e consumo de conteúdo. Nesse contexto, esse artigo busca refletir sobre a 'Caravana Meu Novo Piauí' da TV Meio Norte (PI); a partir de Pesquisa Bibliográfica e Estudo de Caso, como sendo um importante projeto jornalístico na efetivação da emissora como TV Regional.

### Palavras-chave:

Caravana Meu Novo Piauí; projeto jornalístico; jornalismo regional; TV Regional; TV Meio Norte.

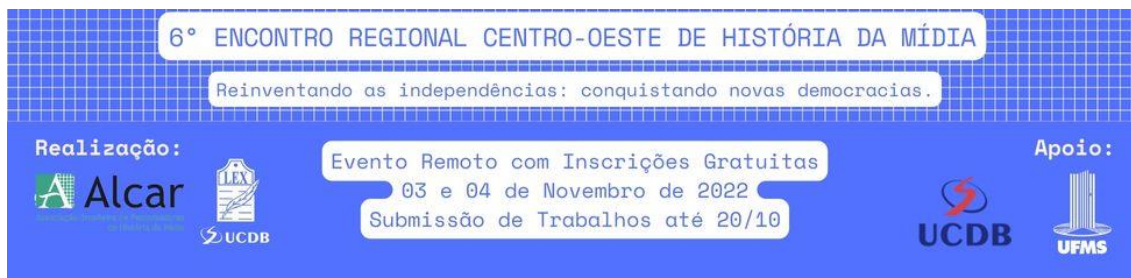
Analisar os modos de produção e práticas profissionais é fundamental para entender o papel social e o consumo dos meios de comunicação. A reconfiguração dos padrões de produção acontece simultaneamente à reconfiguração dos meios de comunicação e do conteúdo produzido. Todo o processo midiático é também fortemente transpassado por inúmeros e diversos fenômenos como a globalização ou regionalização, por exemplo, que ocasionam transformações nas relações em nível organizacional, tecnológico, cultural, social, simbólico, etc., influenciando a estrutura social, o consumo informativo, as rotinas produtivas, a produção, distribuição e consumo da informação.

Nesse ínterim, este artigo busca compreender a “Caravana Meu Novo Piauí”; criada pela TV Meio Norte (PI), como um projeto jornalístico pensado com o objetivo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT História do Jornalismo integrante do 6º Encontro Centro-Oeste de História da Mídia.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (PPGCOM-UFC); Professora Substituta da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT); e-mail: [amandalaispnoleto@hotmail.com](mailto:amandalaispnoleto@hotmail.com).



principal de gerar conteúdo regional e evocar sentimentos de pertencimento; a partir do entendimento da Rede Meio Norte como TV Regional no Estado do Piauí.

Impende explicar que a escolha do respectivo projeto se deu em razão do pioneirismo da TV MN ao realizá-lo, bem como pelo fato dessa pesquisadora ter desempenhado a função de produtora responsável pelo projeto, portanto, presente durante todas as fases da Caravana; o que permitiu a realização de uma pesquisa de campo com efetiva observação participante.

O objetivo central desse artigo é analisar a ‘Caravana Meu Novo Piauí’ a fim de discutir a contribuição desse projeto jornalístico para a regionalização da TV Meio Norte de Comunicação (TVMNC). Tal reflexão se pauta, em certa medida, no ideal de que as pessoas se imaginam, ou pelo menos querem se imaginar, parte de uma comunidade. Moraes, Jerónimo e Correia (2020) vão enaltecer a necessidade, e para, além disso, a importância dos meios de comunicação com viés regional. Os autores são categóricos ao assegurar que os media regionais reforçam laços de proximidade, não apenas geográfica.

A importância das notícias locais como laços de identidade. Um corpus de literatura que enfatiza **a importância dos media regionais e particularmente locais, que ajuda as pessoas a imaginarem-se como parte de uma comunidade**, em parte graças à partilha de um meio de comunicação social que reforça os laços de proximidade geográfica ou os limites administrativos definidos politicamente (Nielsen, 2015) (MORAIS; JERÓNIMO; CORREIA, 2020, p. 151, grifo nosso).

Para uma maior compreensão neste artigo do projeto jornalístico em questão; e da TV Meio Norte enquanto única TV regional do Estado, define-se a pesquisa como sendo um Estudo de Caso (DUARTE, 2011), uma vez que se delimita a analisar uma realidade específica. Partindo-se do entendimento que há a possibilidade, na pesquisa científica, do uso de várias técnicas e métodos de investigação, é que este estudo caracteriza-se, concomitantemente, como pesquisa bibliográfica e documental.

Aguiar, Oliveira e Souza (2019), ao refletir sobre a TV no Brasil, afirmam que “o modelo televisivo brasileiro é fundamentalmente apoiado na TV aberta e estruturado em torno de “cabeças de rede” situadas no eixo Rio–São Paulo, mas cuja capitalização nacional só foi possível por meio da articulação com grupos de mídia regionais” (p. 3–4). Os autores reiteram que essa configuração, ao mesmo tempo em que propicia a projeção

6° ENCONTRO REGIONAL CENTRO-OESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

Reinventando as independências: conquistando novas democracias.

Realização: Alcar UCDB

Evento Remoto com Inscrições Gratuitas  
03 e 04 de Novembro de 2022  
Submissão de Trabalhos até 20/10

Apoio: UCDB UFMS

de mídias locais, de propriedade de políticos (projeção política), sobre determinada área geográfica, favorece a centralização da produção de conteúdos transmitidos para todo o país a partir do Rio de Janeiro e de São Paulo: “A ‘regionalização’ torna-se, assim, uma metáfora da distribuição da programação das redes pelos diferentes recortes do território nacional” (AGUIAR et al., 2019, p. 4).



Lima (2008) ressalta o crescimento dos investimentos na mídia regional, por parte das elites locais, em razão de uma “tomada de consciência” (p. 61) da importância da comunicação regional e local. Para ela, o surgimento e a formação de pequenos grupos de mídias regionais vêm do investimento na aquisição de títulos, à escala regional, realizado por setores econômicos regionais: “Embora maioritariamente esses capitais sejam local/regional, verifica-se que os grandes grupos de mídias nacionais começam também a pensar o país como numa possível evolução do mercado” (LIMA, 2008, p. 61). É com essa lógica que a autora reconhece a pertinente correlação entre o desenvolvimento econômico do Brasil, à época com o Plano Real, e o processo de regionalização da mídia com o descobrimento da mídia regional e sua contribuição, entre outros setores, na economia.

Sobre a imprensa regional, Correia (1998) é categórico ao assegurar que o jornalismo terá tudo a ganhar com o aprofundamento das especificidades de algumas formas de Comunicação Social, como a regional, que permanecem ainda em situação marginal, “sob o ponto de vista da consideração que lhe é dada nomeadamente por parte das organizações profissionais e das instituições de ensino” (p. 5). Em “Jornalismo Regional e Cidadania”, o autor elabora um paralelo entre ‘Comunicação Social Regional’ (portuguesa) e ‘Comunicação Social Nacional’.



É essencial apreender que a Rede Meio Norte iniciou suas atividades como uma retransmissora de programação nacional das “cabeças de rede” BAND e SBT, ou seja, uma emissora que possuía equipamentos fundamentais para captar sinais recebidos de uma estação geradora, “em geral da cabeça de rede” (BAZI, 2006, p. 78), e, como o próprio nome identifica, retransmitir para os demais aparelhos de TV não produzindo consequentemente programas exclusivos. Em 2011, passou de ‘TV Meio Norte’ para ‘Rede Meio Norte’ com transmissão de programação própria sem vínculo com emissoras

6° ENCONTRO REGIONAL CENTRO-OESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

Reinventando as independências: conquistando novas democracias.

Realização:  

Evento Remoto com Inscrições Gratuitas  
03 e 04 de Novembro de 2022  
Submissão de Trabalhos até 20/10

Apoio:  

nacionais, tornando-se a única emissora, do Piauí, a conceber o próprio sinal. Isto é, seguindo a tipificação proposta por Bazi (2006), a Rede Meio Norte se qualifica como uma TV geradora, pois produz programação exclusiva dentro da área onde está domiciliada.

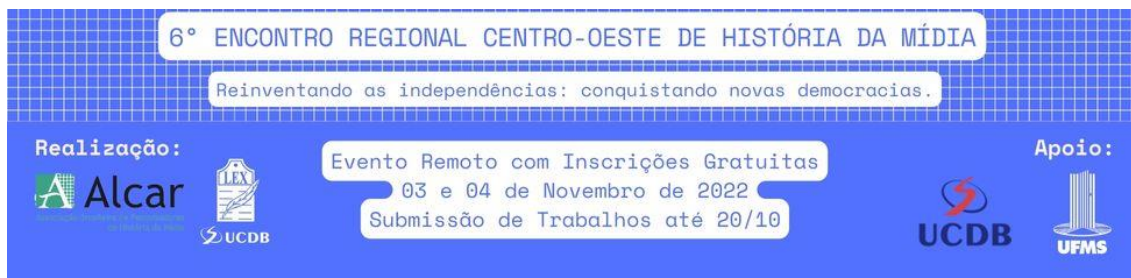
### **Contextualização da Caravana Meu Novo Piauí**

O grupo Meio Norte de Comunicação, em parceria com o Governo do Estado do Piauí, realizou, entre os meses de Agosto de 2009 e Fevereiro de 2010, o “Caravana Meu Novo Piauí”, trabalho de comunicação no qual equipes de jornalismo percorreram os 11 (onze) Territórios de Desenvolvimento que marcavam a delimitação estratégica do Estado, à época. Buscou-se, durante os seis meses de trabalho, trazer um panorama do Piauí, através de um olhar com foco no desenvolvimento econômico e nas potencialidades dos respectivos Territórios. Objetivou-se veicular o material produzido nas páginas do Jornal Meio Norte, nos programas televisivos da Rede e ainda no portal de notícias, por meio de um trabalho intenso de jornalismo.

### **Resultados, discussão e análises**

No catálogo do livro ‘Meio Norte Meu Novo Piauí’, fruto da realização do projeto (2009), a Caravana Meu Novo Piauí é apresentada como um retrato real do estado, resultado de ações que ‘começaram ontem’ visando um futuro melhor para todo o território piauiense. O convite do projeto é que as pessoas conheçam um ‘novo Piauí’. Para, além disto, o GMNC ainda atesta o projeto como sendo o mais ‘ousado’ realizado, na época, pelos veículos de comunicação do estado do Piauí. Constatação também feita por Sousa (2014), ao afirmar que a “Caravana Meu Novo Piauí” pode ser apontada como a primeira e mais audaciosa proposta realizada pelo grupo que, após alguns anos, realizou outras caravanas com menos tempo de duração e melhores recursos técnicos e tecnológicos à medida que avançaram as técnicas de produção e transmissão.

Cabe assinalar que o conceito de TV Regional proposto por Bazi (2001) faz referência àquela TV que tenha a programação voltada para ela mesma, assim, observa-se que o GMNC, ao realizar a Caravana Meu Novo Piauí – percorrendo o estado de Norte a Sul com a exibição de conteúdo de cunho regional em todas as mídias do grupo (TV, jornal e portal), contribuiu para que a TV Meio Norte, nessa empreitada, desse os



primeiros passos para alcançar a qualidade de TV Regional no Piauí, pois “no período de exibição do programa, 224 municípios foram visitados, sendo agrupados em 11 territórios” (SOUSA, 2014, p. 134). Ressalta-se, no entanto, que foi apenas um ‘marco inicial’ porque essa edição foi realizada entre os anos de 2009 e 2010, e o GMNC apenas tornou-se uma emissora independente em meados de 2011.

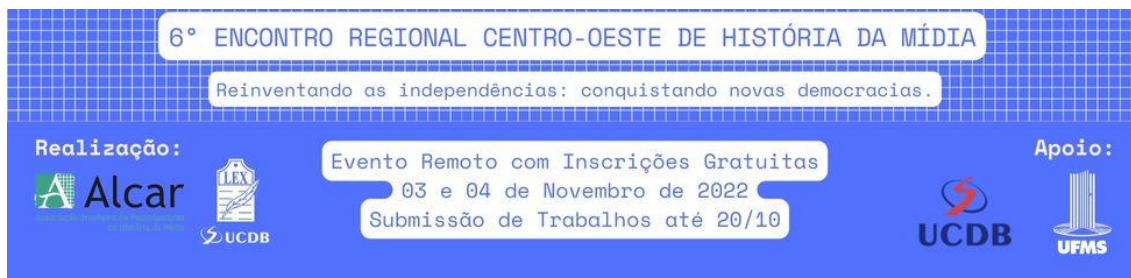
### **Considerações Finais**

O interesse da emissora com a realização desta Caravana era apresentar, através do conteúdo produzido e veiculado, as transformações que vinham ocorrendo no Estado, além de “mostrar através de imagens e textos estas mudanças [...] grande esperança de um futuro mais promissor e belo, como é o nosso Estado” (Livro ‘Meio Norte Meu Novo Piauí’, 2009, p. 3). O projeto é reconhecido, no livro ‘Meio Norte Meu Novo Piauí (2009), como sendo um vasto e importante documento, elaborado pela emissora, capaz de mostrar aos piauienses um estado marcado pelo desenvolvimento. “Restará um vasto material documentado sobre o Piauí de hoje, que está, na verdade, com olhos bem adiante: em um futuro ainda mais desenvolvido, onde todos não terão dúvidas em afirmar que são felizes vivendo aqui” (p. 3).

Assim, é que se pode imaginar a relevância da ‘Caravana Meu Novo Piauí’, em especial a realizada, em 2020, para a visibilidade das duas macrorregiões que fazem parte da primeira – e única – etapa das viagens de produção. Ou seja, o projeto jornalístico oportunizou que outras cidades, além da capital Teresina, fossem visitadas e mais, fossem tomadas como referência na hora de pautar conteúdos, temas e fontes em matérias e reportagens veiculadas por todo o estado. Dessa forma, é que as cidades que, cotidianamente, não tem alcance na mídia local piauiense puderam ser exploradas com o projeto alcançando, com primazia, o objetivo de cobrir essas tais regiões.

### **Referências Bibliográficas**

AGUIAR, Sonia; OLIVEIRA, Vinícius; SOUZA, Williany. Telejornalismo local-regional nas emissoras comerciais de Sergipe: entre o poder local e o poder das redes nacionais de TV. In: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) – 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2019, Goiânia (GO). Anais



eletrônicos. Disponível em: <  
<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2019/paper/viewFile/2085/1216>>.  
Acesso em: 29 de jul. de 2020.

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. TV regional: trajetória e perspectivas. Campinas: Alínea, 2001.

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. Dilemas e perspectivas da televisão regional. In: FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina. *Mídia e Região na Era Digital: diversidade cultural, convergência midiática*; Prefácio de José Marques de Melo. São Paulo: Arte & Ciência, 2006. p. 274:il. Quadros, 21 cm.

CORREIA, João Carlos. *Jornalismo regional e cidadania*. 1998. In: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-jornalismo-regional.pdf>>. Acesso em: 30 de jul. de 2020.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de Caso. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio. *Métodos e técnicas da pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2011. p. 215–235.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio. *Métodos e técnicas da pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2011. p. 62–83.

LIMA, Maria Érica de Oliveira. Regionalização midiática: conceitos e exemplos. In: MARÇOLLA, Rosangela; OLIVEIRA, Roberto Reis de (Org.). *Estudos de mídia regional, local e comunitária*. Marília: UNIMAR, São Paulo: Arte & Ciência, 2008, p. 43–75.

MORAIS, Ricardo; JERÓNIMO, Pedro; CORREIA, João Carlos. *Jornalismo na Região Centro: Trabalho, Tecnologia e Negócio*. LABCOM Comunicação & Artes, Unidade de Investigação da Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior. Editora LabCom: Covilhã. Portugal. Covilhã, 2020.

SOUSA, Leila Lima de. *Ideologia e identidades: a construção da imagem do Piauí na “Caravana Meu Novo Piauí” e “Caravana TV Cidade Verde 25 anos”*. 2014. 202f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Centro de Ciências da Educação, Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2014.

SOUSA, Leila Lima de. *A imagem do Piauí na mídia local: uma análise das identidades culturais construídas através da “caravana meu novo Piauí” e “caravana TV cidade verde 25 anos”*. In: *Revista Comunicando – Os desafios da investigação em Ciências da Comunicação: debates e perspectivas de futuro*. Vol. 3, 2014.