
Jornalismo de proximidade e suas possibilidades: reflexões sobre as contribuições da Geografia da Comunicação ¹

Amanda Spohr Demamann²
Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

Resumo

Este trabalho compõe o recorte teórico de uma dissertação de Mestrado em Comunicação. A pesquisa, que tem como objetivo geral identificar os sentidos de proximidade em produções jornalísticas de uma iniciativa que se enquadra na realidade dos novos modelos de negócios, está em processo de escrita. Nesta proposta, o foco é desenvolver uma reflexão sobre as relações entre os estudos que permeiam a Geografia da Comunicação e as pesquisas de jornalismo local e de proximidade, conceitos que guiam a produção da dissertação.

Palavras-chave: jornalismo de proximidade; geografia da comunicação; jornalismo local.

A interdisciplinaridade da Geografia da Comunicação e suas possibilidades

As discussões sobre proximidade e jornalismo não estão restritas à somente uma área do saber, nem mesmo isoladas do pensamento econômico e social. Elas estão inseridas em um espaço de interdisciplinaridade, formado em consonância com a geografia, a comunicação e a sociologia, e constituindo movimentos para além das fronteiras territoriais demarcadas por essas disciplinas caso estivessem isoladas.

Ambas as disciplinas não são vizinhas nem mesmo possuem um objeto metodológico específico em comum. No entanto, as recentes transformações urbanas e tecnológicas e a integração de muitas dessas tecnologias ao espaço geográfico físico aproximaram significativamente teorias e conceitos abordados nas duas disciplinas. Portanto, guiamos a escrita desta reflexão teórica a partir de autores que dedicaram seus estudos às pesquisas da Geografia da Comunicação. Em âmbito internacional, delimitamos Adams (2011), Adams e Jansson (2012) e Falkheimer e Jansson (2006) para elaborar uma conceituação acerca dos estudos de mídia e geografia. Adams e Jansson (2012) destacam que a geografia possui muitas chaves teóricas para a

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, Mestranda do Curso de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: demamannamanda@gmail.com.

compreensão da complexidade geral do espaço, enquanto Falkheimer e Jansson (2006) argumentam que os estudos de mídia e comunicação tem como seus próprios objetos de estudo, os processos tecnológicos e culturais que produzem ambiguidades espaciais, particularmente em termos de globalização.

Em relação à comunicação, entende-se que ela não apenas é capaz de mediar o que existe entre o espaço e o lugar, mas também compõem um suporte técnico de funcionamento, executando e viabilizando dinâmicas de vivências cotidianas. A título de exemplo, citamos as questões da mobilidade midiaticizada, como a integração de tecnologias sem fio ao território geográfico, que facilitam a orientação e a navegação, como os sistemas de GPS, e impulsionam os processos de territorialização e desterritorialização. Esse é o paradigma da mobilidade, que, de acordo com Adams (2011), representa um marco na história dos estudos das ciências sociais, da geografia e da comunicação, visto que assume uma posição destaque em teorias abordadas, colocando os fluxos de corpos, bens, ideias e capital no cerne das pesquisas sobre o assunto, ao mesmo tempo em que levanta questionamentos sobre exclusões e desconexões nesses territórios. Processos de convergência, interatividade e interfaces também são capazes de mobilizar e transformar os contextos da comunicação, seja através da erosão das fronteiras midiáticas, da dinamização das interações ou da integração das tecnologias ao espaço, como na formação de cidades inteligentes e na alteração cotidiana das comunidades.

Estudos publicados por Adams (2011) definem dois eixos de tensão para os estudos de mídia e geografia, mas que auxiliam a compreender o lugar e o espaço como o conteúdo ou contexto das comunicações. Para o autor, a investigação geográfica relacionada com as comunicações é atraída para uma dinâmica quádrupla, definida por duas distinções independentes: espaço/lugar e conteúdo/contexto. A primeira tensão envolve a discussão entre espaço e lugar, realizada há décadas por estudiosos da geografia; a segunda surge de suposições contrastantes sobre a percepção de experiências mediadas em contextos reais e físicos de interação; ou o mundo real como aquilo que é capturado e transmitido por contextos mediados de interação (Adams, 2011). Dessa forma, a ligação entre a geografia e a comunicação reside na ideia de que todas as formas de representação ocorrem no espaço, e que todos os espaços são produzidos por meio de representação. Assim, mapas, desenhos e o próprio ambiente

construído tornam-se instâncias de mediação, e a geografia da comunicação pode ser compreendida a partir de texturas, mediadas pela significação e estruturas das práticas espaciais e comunicativas.

Posteriormente, partimos para as conceituações de espaço, lugar e território sob a perspectiva de diversos autores, a fim de que possamos amplificar o repertório teórico da pesquisa. Espaço e lugar formam uma espécie de oposição, diferenciando-se pelas experiências e conhecimentos que proporcionam. Enquanto o lugar é tratado como um foco de cuidado, um centro repleto de significados e sentidos vivenciado como a essência da estabilidade e da coerência (Relph 1976; Sack, 1980; Harvey, 1996; Cresswell, 2004; Duncan e Duncan, 2004 apud Adams, 2011, p.40), o espaço é vivenciado com potencialidade, expansividade e movimento (Tuan, 1977), evocando abstração, falta de sentido e vazio. Adams (2011, p.40) estabelece os dois conceitos como formas opostas da comunicação: o lugar, estável; e o espaço, em movimento. Para Tuan (1977), o lugar captura a ideia de uma experiência subjetiva estratificada, fundamentada na particularidade das condições e discursos locais, enquanto o espaço implica movimento potencial e real de corpos, bens, capital, informação e comunicação. Já para Gatrell (1983), o espaço é absoluto, utilizado para a construção de sistemas e planejamento espacial.

Raffestin (1993, p.143), que dedicou seus anos de estudos a pensar sobre as relações de poder e sua influência na construção dos espaços e territórios, defende a ideia de que o espaço é anterior ao território. Para ele, o espaço não tem valor de troca, e sim valor de uso; utilidade. Trata-se de algo que preexiste uma ação, e é dado como se fosse matéria-prima, compondo a realidade material que precede qualquer prática e conhecimento. Na geografia, o homem modifica a natureza e cria um espaço para viver e cultivar suas práticas, transformando o espaço até então, natural. De acordo com Saquet (2005), essa movimentação é o que determina a criação de um espaço geográfico, produzido pelo homem em diferentes temporalidades, e que possibilita a relação consigo mesmo e com a natureza do lugar onde está.

No âmbito da pesquisa nacional, ancoramos a abordagem em Milton Santos, geógrafo brasileiro que estabeleceu seus vínculos com os estudos da geografia sob uma perspectiva crítica e humanista. Para o autor, o espaço é um conjunto de representatividades de relações sociais e de uma estrutura constituída por relações que

se manifestam em processos, funções, costumes e culturas. É um fato social, uma realidade objetiva e um elo cultural que resulta em um campo cuja formação ocorre desigualmente devido ao desenvolvimento diferente das forças produtivas, das relações de produção e das necessidades de circulação e distribuição (Santos, 1978). No espaço, há também verticalidades e horizontalidades, estas últimas entendidas como “o domínio de um cotidiano territorialmente compartilhado, um conjunto de lugares contíguos onde se exerce solidariedade” (Moreira; Del Bianco, 2019, p.72), enquanto as verticalidades são pontos à disposição de atores hegemônicos, que estabelecem uma hierarquia entre os lugares, controlados à distância. De um lado, há espaços contínuos formados por pontos que se agregam sem descontinuidade; por outro, há pontos que, mesmo separados uns dos outros, asseguram o funcionamento global da sociedade e da economia.

Já o território, na concepção de Santos - baseada em Raffestin - pode ser entendido como a área delimitada geograficamente e constituída a partir das relações de poder do Estado, envolvendo uma complexidade de atores que trabalham para territorializar suas ações (1978). É como se o território se apoiasse no espaço; uma produção a partir dele. De acordo com Raffestin (1993, p.151), é no território que se realiza uma diferenciação funcional, comandada pelo princípio hierárquico que contribui para ordená-lo conforme a importância dada pelos indivíduos e grupos sociais às suas diversas ações. É o lugar onde se estabelecem as relações de poder, um conjunto de sistemas de objetos e sistemas de ações; é também composto de diferentes territorialidades e agentes sociais, estruturas políticas e culturais, e lugares.

Na sequência, fundamentamos a dissertação nos estudos do francês Guy Di Méo, que aborda a questão da formação das identidades a partir das noções de território. Na visão do autor, o território proporciona ao poder político a oportunidade de uma afirmação de legitimidade, porque, dentro das suas limitações, ele tem a propriedade de desenhar a figura visível, sensível e legível de identidade social (Di Méo, 2004). E a identidade, por sua vez, reflete um desejo de continuidade e expansão, expressando pertencimento a um ambiente específico, como uma linhagem, uma cultura ou um imaginário coletivo que pode ser encontrada em lugares, territórios e paisagens tanto concretos quanto simbólicos:

Na verdade, tal como a cultura, a identidade nunca se congela personagens e valores escapando completamente das questões sociais do momento. Reflete as consequências, vivenciadas pelos indivíduos, de uma experiência e problemas comuns. Expressa uma partilha de questões e de objetivos específicos de uma comunidade. Em suma, longe de formar tradições imutáveis, as identidades e culturas nas quais estão impressas parecem mais uma manipulação social em constante rearranjo (Di Méo, 2004, p.345).

Ou seja, a identidade não se limita à formação de humanos convivendo em sociedade, mas também diz respeito às entidades que oferecem uma representação de si mesmo e que se apropriam de lugares e territórios, mesmo que de forma simbólica. Essas relações espaciais contribuem para a constituição das identidades e da cultura de um grupo específico. Para Di Méo (2004), o território emergente pode, inclusive, representar muito mais uma questão de imaginação e experiência do que de prática ou uso estrito dos lugares que o compõem. Ou seja, a proximidade de ideias e valores pode estar enraizada em um grupo de pessoas que estão geograficamente distantes, e o território, não necessariamente geográfico/físico, é o palco principal para a atuação desses agentes.

Todos os conceitos abordados até aqui tornam-se centrais para que possamos compreender o contexto da proximidade e do localismo no jornalismo, pelo fato de que, a título de contextualização, na pesquisa original, nosso objeto de estudo constitui um produto jornalístico local que se propõe a fazer jornalismo investigativo em Porto Alegre e na região metropolitana do Rio Grande do Sul. Por isso, nos submetemos a investigar quais sentidos de proximidade são acionados em suas produções. Sob essa perspectiva, entendemos que pensar os processos de globalização a partir dos territórios e a formação de identidades conforme o seu desenvolvimento é um exercício necessário para a construção da pesquisa. Também identificamos a necessidade de conceituar espaço e lugar pela forma como ambos apresentam-se à luz de um viés geográfico e social. Suas definições favorecem a contextualização da geografia da comunicação, contribuindo para o exercício da pesquisa, e a compreensão das noções de território e seus processos de territorialidade e desterritorialização, visto que o jornalismo de proximidade abrange laços que nem sempre envolvem o que está próximo fisicamente.

Estabelecidos os contextos, finalizamos o capítulo teórico sobre a Geografia da Comunicação. O objetivo aqui, é suscitar um debate sobre esse campo e suas possibilidades interdisciplinares, relevantes para a constituição da pesquisa original, a

partir da costura entre as diferentes concepções propostas pelos autores. Mesmo que a proximidade não possua uma conceituação definitiva - até porque são poucas as pesquisas realizadas sobre o assunto - os autores e seus estudos utilizados até aqui podem nos auxiliar a estipular um conceito próprio sobre a proximidade, e, posteriormente, sua aplicação no contexto do jornalismo.

O jornalismo de proximidade: notas e reflexões

Feitas as considerações sobre a abordagem da Geografia da Comunicação, a pesquisa parte para o seu segundo momento teórico, que trata especialmente do jornalismo local, e então, o de proximidade. A partir do fenômeno da globalização e dos conceitos de território e espaço, inserimos as perspectivas do localismo e da proximidade, ideias que permeiam os objetivos centrais da pesquisa original, e, conseqüentemente, deste trabalho.

Considerado instrumento de pertença e identidade social, o jornalismo é um símbolo de manutenção da democracia, uma “forma cultural” historicamente reconhecida como instituição social legitimada para narrar os acontecimentos do cotidiano (Fransciscato, 2005). Ao longo de seu desenvolvimento, e pressupondo suas relações com outras instituições e atores sociais, o jornalismo passou a cumprir algumas finalidades, reconhecidas pelo próprio campo e pela sociedade como parte de um “contrato de comunicação” (Charaudeau, 2006). A partir do cruzamento de informações obtidas por uma análise de discursos de veículos, jornalistas e leitores, Reginato (2016) define doze finalidades para o jornalismo, postuladas em seus estudos. São elas: informar de modo qualificado; investigar; verificar a veracidade das informações; interpretar e analisar a realidade; fazer a mediação entre os fatos e o leitor; selecionar o que é relevante; registrar a história e construir memória; defender o cidadão; integrar e mobilizar as pessoas; ajudar a entender o mundo contemporâneo; fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade.

Sob a perspectiva de Reginato, essas finalidades só podem ser cumpridas desde que não se perca o contrato de comunicação, afinal, ele “fundamenta a compreensão de que é preciso o reconhecimento dos sujeitos sobre o que é jornalismo” (2016, p. 233). Sendo assim, a existência de um consenso entre veículos, jornalistas e leitores que

explicitem as finalidades do jornalismo se faz necessário para que este cumpra com o seu papel perante as comunidades, reforçando o seu compromisso com a informação e o debate público.

Neste contexto, o entrelaçamento entre as finalidades do jornalismo, a proximidade e as abordagens de jornalismo local se dá nas assimetrias da distribuição de informações existentes em lugares afastados dos grandes centros urbanos - como comunidades rurais - ou mesmo em espaços marginalizados nas metrópoles, como bairros periféricos. A lógica mercadológica da produção noticiosa e o avanço da globalização impulsionam e amplificam estas diferenças, gerando instabilidades em comunidades, desinformação e facilitando a formação dos desertos de notícias³.

Por isso, o jornalismo local torna-se ferramenta essencial para garantir a visibilidade de demandas de comunidades muitas vezes ignoradas pelos conglomerados de mídia considerados tradicionais.⁴ Peruzzo (2005) explica que o interesse da grande mídia pelo local apresenta-se mais por seu lado mercadológico do que pela produção de conteúdo regionalizado. A televisão, por exemplo, explora a diferenciação local como nicho de mercado, interessada em captar os recursos provenientes da publicidade do interior do país. Assim, as notícias locais comumente ganham menor destaque na imprensa nacional, especialmente por fatores mercadológicos. Na visão de Cardoso (2020), é função do jornalismo local informar sobre aquilo que se passa em determinada localidade, acentuando características específicas que o distinguem do jornalismo nacional. Para a autora, o local está inserido na proximidade, que também perpassa as barreiras físicas dos territórios.

Assim, entendemos que a proximidade e a localidade se complementam, mas a primeira pode sim estar distante da segunda. Os processos de desterritorialização e o rompimento de barreiras geográficas impulsionados pelos fenômenos tecnológicos possibilitam um “encontro” entre aqueles que se reconhecem como membros da mesma

³Abernathy designa os desertos de notícias como comunidades onde os moradores enfrentam acesso reduzido a notícias e informações importantes que alimentam a democracia de base (2018, p. 16). Isso ocorre porque as notícias de massa que circulam tendem a ter relações com outras regiões, sejam elas em aspectos regionais, estaduais, nacionais ou, até internacionais, mas não necessariamente relacionam-se diretamente com as necessidades e dificuldades enfrentadas por essas populações onde não há cobertura jornalística.

⁴No Brasil, o Atlas da Notícia é o órgão responsável por mapear veículos com foco em iniciativas de jornalismo local. Dados de 2023 revelam que 48,7% dos municípios brasileiros enquadram-se na categoria de Desertos de Notícias.

comunidade. Estudos publicados há quase duas décadas já pressupunham o jornalismo de proximidade como emergente de costumes e culturas que compartilham crenças e valores semelhantes. Camponez (2002) explica que a definição de imprensa local não está exclusivamente dependente do espaço geográfico, e que é, sobretudo, uma forma de comunicação que surge exatamente onde se recria o sentimento de comunidade. Logo, a proximidade não abrange somente a dimensão territorial geográfica/física.

Yves Agnès e Jean-Michel Croissandeau identificaram diferentes formas de entender a proximidade. Para além da proximidade física e geográfica, incluem também as dimensões temporais, psico-afetivas, socioprofissionais e socioculturais. 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 (Camponez, 2012, p.36).

Os conceitos que permeiam a proximidade supõem a ideia de um jornalismo mais atento às questões sociais e necessidades dessas comunidades, engajado com atores e entidades que expressam a sensação de pertencimento a um ambiente específico, neste caso, o território, conforme relata Di Méo (2004). Dessa forma, avançamos na pesquisa original buscando suscitar mais alguns questionamentos e definições para o jornalismo de proximidade, mas com a premissa básica de partir dos estudos propostos pela Geografia da Comunicação. O percurso da escrita, tanto da dissertação quanto deste trabalho, nos faz, cada vez mais, compreender a influência significativa que a Geografia da Comunicação exerce sobre os estudos de jornalismo local e de proximidade. Sendo assim, entendemos como fundamental o exercício dessa reflexão teórica para seguir avançando na produção da dissertação.

Referências

ABERNATHY, Penelope Muse. The expanding news desert. Chapel Hill: UNC Hussman School of Journalism and Media, 2018. Disponível em: <https://www.usnewsdeserts.com/reports/expanding-news-desert/>. Acesso em: 10 jul 2025.

ADAMS, Paul. A Taxonomy for Communication Geography. In: **Progress in Human Geography**, 35, 37–57, 2011.

ADAMS, Paul; JANSSON, Andre. Communication Geography: A Bridge Between Disciplines. In: **Communication Theory** 22, 298-317, 2012. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1468-2885.2012.01406.x>.

ATLAS DA NOTÍCIA. **Digital reduz desertos de notícias**: migração crescente para o digital e redução de desertos de notícias. São Paulo: Atlas da Notícia, 2022. Disponível em: https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vR-f5lMNo-MDPTZtQGLEmienJCFfkAxm qpRuL6lpg5o_g6vE9WnMuEu94wn0DeDspft7BGQNPxlvToC/pub. Acesso em: 8 jul 2025.

CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo regional: proximidade e distanciamos. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: CORREIA, João Carlos (org). **Jornalismo de proximidade**: limites, desafios e oportunidades. Portugal, Covilhã, LabCom, 2011, p.35-47.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de Proximidade**, Coimbra, Minerva, 2002.

CAREY, James. **Comunicação como cultura**: ensaios sobre mídia, tecnologia e sociedade. Editora Loyola, 2022.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2006. 285 p.

DI MÉO, Guy. Composantes spatiales, formes et processus géographiques des identités. In: **Annales de Géographie**, n° 638-639, 2004, p. 339-362.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A Fabricação do Presente**. São Cristóvão: Ed. UFS/Fundação Oviedo Teixeira, 2005, 274 p.

GATRELL, Antony. **Distance and space**: A geographical perspective. Oxford, England: Clarendon Press, 1983.

JANSSON, Andre; FALKHEIMER, Jesper. Towards a geography of communication. In: **Geographies of communication**: The spatial turn in media studies. Goteborg, Sweden: Nordicom, 2006, p.9-25.

MOREIRA, Sonia; DEL BIANCO, Nélia. Comunicações, território e desenvolvimento regional em municípios brasileiros com IDH muito baixo. In: **Revista Brasileira De Gestão E Desenvolvimento Regional**, 15, 2019. Disponível em: <https://www.rbhdr.net/revista/index.php/rbhdr/article/view/4842>

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1o. sem. 2005.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma Geografia do Poder**. São Paulo: Ática, 1993

REGINATO, Gisele Dotto. **As finalidades do jornalismo**: o que dizem veículos, jornalistas e leitores. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2016.

SANTOS, Milton. **A cidade como centro de região**. Salvador: Livraria Progresso, 1959.

_____. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2006.

_____. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1985.

SAQUET, Marcos Aurélio. Entender a Produção do espaço geográfico para compreender o território. In: SPOSITO, E. (Org.). **Produção do espaço e redefinições regionais**: a construção de uma temática. Presidente Prudente /SP: FCT/UNESP/GAsPERR, 2005, p. 35-51.

TUAN, Yi-Fu. **Space and place**: The perspective of experience. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1977.