



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

JOSEMILDA SANTOS DA SILVA

POR UM NOVO CONCEITO DE MÍDIA REGIONAL

CAMPINA GRANDE – PB

2010

JOSEMILDA SANTOS DA SILVA

POR UM NOVO CONCEITO DE MÍDIA REGIONAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba como requisito para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social.

ORIENTADOR: PROF. DR.: CIDOVAL MORAIS DE SOUSA

CAMPINA GRANDE – PB

2010

S586p Silva, Josemilda Santos da.  
Por um novo conceito de mídia regional. [manuscrito] / Josemilda Santos da Silva. – 2010.  
**19f.**

**Digitado.**  
**Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2010.**  
"Orientação: Prof. Dr. Cidival Morais de Sousa., Departamento de Comunicação Social".

1. Mídia. 2. Mídia local. 3. Mídia Regional - Tendências. I. Título.

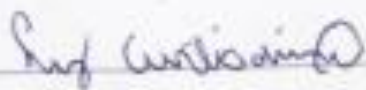
JOSEMILDA SANTOS DA SILVA  
POR UM NOVO CONCEITO DE MÍDIA REGIONAL.

APROVADA EM: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

NOTA: \_\_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA

  
\_\_\_\_\_  
PROF. DR. CIDOVAL MORAIS DE SOUSA

  
\_\_\_\_\_  
PROF. DR. LUIZ CUSTÓDIO DA SILVA

  
\_\_\_\_\_  
PROF. LEONARDO DA SILVA ALVES

CAMPINA GRANDE

2010

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar a Deus, minha fonte de luz e guia. Aos meus pais por todo apoio que recebi e recebo, a todos os professores desta instituição que ao longo do curso contribuíram e enriqueceram meus conhecimentos. Ao meu orientador, Cidoval Moraes de Sousa, pelo apoio, credibilidade e dúvidas tiradas ao longo desse estudo e aos meus três, “anjos de luz” – Joseilda Santos, Marcone de Melo e Pedro Batista - que direta ou indiretamente contribuíram para a realização deste trabalho. A todos, meu muito obrigada.

# Por um novo conceito de mídia regional

Josemilda Santos da Silva<sup>1</sup>

## Resumo

O presente artigo aborda o tema mídia regional e local. Baseia-se em pesquisa bibliográfica e documental. Tem por objetivo atualizar a discussão sobre o que já foi publicado no Brasil sobre mídia regional. Configurando aspectos conceituais. Observa-se que o termo regional transcende o espaço físico local e territorial, evidenciando-se um novo fenômeno chamado, regionalização, que nada mais é do que uma revalorização da mídia local frente ao global, porém, por estar atrelada a interesses políticos, mercadológicos e interessada, a índices de audiência, mantém-se subordinada e dependente da grande mídia e de forças políticas.

**Palavras-chave:** Mídia local – Mídia regional - Tendências

## Abstract

This article discusses the regional and local media. It is based on research literature and documents. It aims to update the discussion about what has been published in Brazil on regional media. Configuring conceptual aspects. Observe that the term transcends regional and local territorial space, demonstrating a new phenomenon called regionalization, which is nothing more than a revaluation of the local media to the global front, however, by being tied to political interests, market and interested the audience, it is a subordinate and dependent on mainstream media and political forces.

**Keywords:** Local Media - Media Regional - Trends

## Resumen

Este artículo aborda los medios de comunicación regionales y locales. Se basa en la literatura de investigación y documentos. Su objetivo es actualizar el debate sobre lo que ha sido publicado en Brasil en los medios de comunicación regionales. Configuración de los aspectos conceptuales. Observe que el término trasciende el espacio territorial regional y local, lo que demuestra la regionalización es un fenómeno nuevo llamado, que no es más que una revalorización de los medios de comunicación locales al frente mundial, sin embargo, por estar atado a intereses políticos, el mercado e interesado a la audiencia, es un subordinado y dependiente de medios de comunicación y las fuerzas políticas.

**Palabras clave:** Medios de comunicación locales - Medios de Comunicación Regional - Tendencias

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado como requisito para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social, Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) 2010.

## **Introdução**

Pensar em mídia regional, remete-nos pensar, nos mais variados tipos de mídias existentes, ou seja, são veículos impressos, on-line, televisivos ou radiofônicos que circulam pela “proximidade”, veiculando assuntos direcionados ou de interesse da região. Veremos no contexto desse artigo que o significado ou conceito do que seria ou é mídia regional vai muito além do que imaginamos, a começar pelos termos “localidade” e “regionalidade”, e como estes estão relacionados com o termo “global”.

Apesar de parecerem semelhantes, são termos com significados distintos, como procuram demonstrar os pesquisadores que desenvolvem trabalho no campo da comunicação regional, ao reconhecerem que tais termos excedem o significado geográfico, físico, territorial e comunicacional. O termo sofre variação significativa dentro do sistema global, buscando seu próprio espaço, que faz surgir um novo fenômeno chamado, regionalização, então, tentaremos traduzir de forma conceitual o que é ou seria uma mídia regional e como esta se relaciona com o global. Não necessariamente definir, mas contribuir para um melhor entendimento da mídia regional.

### **Mídias: aspectos comunitário, local e global**

Em seu livro *O Local e o Global: limites e desafios da participação cidadã*, (Teixeira; 2002, p.54.) destaca que, o sistema de democratização em que vivemos deixa a parte seu real significado frente às políticas internacionais, adotadas pelos governos, como ajuste fiscal, privatização, dívida pública e transações comerciais, uma vez que as decisões são tomadas entre países-membros participantes com poder de decisão para viabilizar projetos político-sociais e econômicos, vigentes nos países, e locais, que proporcionem maior rentabilidade, deixando a população local a mercê, diante de direitos que lhe são negados. No entanto, a tecnologia, aqui referida aos veículos de comunicação, permite o conhecimento de problemas de outros povos, culturas, assegurando, por meio deste, a tomada de decisões através de ONGs, associações e instituições que possibilitam a esses grupos lutarem pelos seus direitos. É nesse cenário que surgem as rádios comunitárias que tem como objetivo maior, fazer com que a comunidade lute em busca de direitos que lhe são omitidos ou negados diante dessa política global. A partir desse fenômeno, estudiosos da área passaram a analisar como os meios de comunicação contribuem para o desenvolvimento regional e local e como esses se identificam com o global.

Para entender esse fenômeno se faz necessário pontuar algumas discussões em torno do que seria essa mídia regional, local, sabendo-se que se configuram distintamente de um lugar a outro, ultrapassando os limites geográfico, físico e territorial. Na Europa, em comparação com o Brasil, registrou-se, nos anos de 1980 a 1990, um acervo sobre mídia local, enquanto que no Brasil, os primeiros registros ocorreram no final dos anos de 1990, mas com tendência sempre dirigida para os veículos comunitários ou alternativos. (Peruzzo; 2005, p.70).

Dornelles (2008) elaborou um estudo em 28 jornais do Estado do Rio Grande do Sul, todos com conteúdo de interesse local. Ela destacou a dificuldade em conceituar jornalismo local, do qual, a seu ver, não se pode falar sem antes abordar o jornalismo comunitário.

Peruzzo<sup>2</sup> (*apud* Dornelles, 2008, p.85) elenca pontos que podem distinguir uma mídia da outra. Segundo a autora, esses tipos de mídias se moldam em dois caminhos, cada qual com suas especificidades, mas se assemelham pela publicação de conteúdos.

A mídia local, por exemplo, se ocupa de publicar assuntos de caráter geral como política, tráfico de drogas, violência entre outros. Porém, ao abrir espaço para publicidades, denota caráter mercadológico. Já a mídia comunitária, além de publicar conteúdos também de interesse geral das cidades de seu alcance, é voltada e produzida única e exclusivamente para a comunidade, aliando-se nas lutas e movimentos sociais.

Segundo a pesquisadora, “o primeiro tipo de mídia visa mais a transmissão da informação e, o segundo, a mobilização social e a educação informal” (Peruzzo 2002, *apud* Dornelles, 2008; p.85). Porém, é perceptível o uso de notícias relacionadas aos problemas da comunidade, publicadas em jornais locais, muito embora, não tenha o intuito de ajudar a solucionar seus problemas, mas apenas ganhar audiência, se mostrando autores das conquistas que têm como personagens principais à mobilização da comunidade, como afirma Peruzzo (2002 *apud* Dornelles 2008, p. 94)

A mídia é apenas um canal para se externar as reivindicações populares. Deve servir apenas de mediação, pois o desenvolvimento da cidadania requer uma mobilização e articulação das próprias pessoas e de suas organizações representativas (...). O importante é que o profissional de comunicação não queira atribuir a si, ao seu programa ou seu veículo de comunicação o protagonismo que é das comunidades. (...) O fortalecimento da cidadania se realiza em processo correlato ao de negação da passividade e do assistencialismo. É quando a pessoas se tornam sujeito do processo histórico e passam a usufruir as benesses do

---

<sup>2</sup> PERUZZO, Cicilia. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. In: Anuário Unesco/ Umesp de Comunicação regional, São Bernardo do Campo, Ano,6, jan-dez,2002.



desenvolvimento com igualdade e liberdade em relação aos seus semelhantes. (Peruzzo, 2002).

A mídia esteja ela em qual gênero for, antes de alçar espaço regional, nacional e, em seguida, global, é de caráter local. Começa timidamente até alçar novos horizontes, seja por meio de afiliadas espalhadas pelo país seja pelo uso da internet, que permite essa inserção de *status* global. Peruzzo (2005, p.69) afirma que “Mídia local denota uma comunicação baseada em informação de proximidade”. Podemos entender por proximidade o mesmo que local. Então, ao falar de mídia local, estamos falando diretamente de informação de proximidade de assuntos que interessam ao local, mas o que seria essa mídia local? Estaria ela se descaracterizando ao ultrapassar limites por meio das afiliadas ou pelo uso da internet?

Cantalapiedra<sup>3</sup>, (1996, *apud* Maria Érica 2008, p. 47) define que informação local: “É aquela que se refere à narração de opiniões, cujos interesses não transcendem um âmbito geográfico e populacionalmente reduzido”.

Indo mais à frente, a pesquisadora Maria Érica 2008, em seu artigo sobre Regionalização midiática, aborda esses conceitos tendo como foco de estudo a estação som 'Zoom Sat', veículo de comunicação com sede em Fortaleza, que se expande nacionalmente, por meio dos recursos utilizados como a: programação via on-line e da banda de forró, Mastruz com Leite consegue atingir um número considerável de pessoas. Esse veículo midiático por manter sua identidade e agregar características de outras comunidades, caracteriza-se como mídia local.

(José Lopes<sup>4</sup>, 1992 *apud* Maria Érica 2008, p. 45) define essa característica local a partir de uma tradição, cujo papel é a conservação de uma identidade. Ou seja, mesmo que a empresa se encontre em âmbito global, mas conserve sua identidade, esta se identifica como mídia local. Sendo assim, as mídias local e regional estão ligadas ao global e procuram completassem sem entrarem em conflito, apenas buscam um equilíbrio entre os noticiários que dizem respeito aos interesses da comunidade.

Ainda segundo a autora, além da estação som 'zoom Sat' não abrir mão de sua identidade ela mantém outros aspectos que a constituem em um veículo local como: “sede territorial, âmbito

---

<sup>3</sup>CANTALAPIEDRA GONZÁLEZ, Maria José. EL periodismo local em los periódicos de Bizcaia. Tesis doctoral. Universidad del País Vasco, 1996.

<sup>4</sup>LÓPEZ GARCÍA, Xosé. A prensa local e comarcal em Galícia. De. LEA. Santiago de Compostela, 1992.

de difusão, tratamento dos conteúdos, percepção do leitor, telespectador, ouvinte, relação com as fontes institucionais”. (Maria Érica, 2008; p.48).

Essas são características que fortalecem o veículo local, por estar ligado às tendências do local, firmando-se em âmbito nacional, não apenas por ter objetivos comerciais, mas, também, objetivos culturais.

## **Regional**

Conceituar o que é região e mídia regional, no campo da comunicação, tem gerado um leque de discussões e estudos em torno do tema, por que o seu significado transcende o espaço físico e territorial, e as definições variam de época e de civilização para civilização. Mas, por estarmos debatendo estudos sobre mídia regional, vamos nos limitar a conceituar o que seria região no contexto comunicacional.

Para uma abordagem mais ampla e específica sobre os veículos de comunicação e sobre as necessidades reais de cada um em determinada região, foi projetado um mapa geopolítico composto por duas categorias que se configuram em meios comunicacionais peculiares. Tais categorias dividem-se em: “regiões supranacionais” (agrupamento de nações que possuem identidade comuns), e “regiões infranacionais” (parcelamento do território nacional de acordo com critérios político-administrativos). (Marques de Melo, 2006, p17).

Nessa conjuntura o termo região refere-se a um local, cada qual com nome e significado particulares, que são eles: Mega-região – são agrupamentos divididos por variáveis políticas em função da localidade geográfica; Meso-região – refere-se a o espaço geográfico composto por fragmentos territoriais com identidades comuns, (Ibidem, p18).

Macro-região – é a forma como é dividido o território pelo Estado para fins administrativos, ou seja, a forma de dividir o Brasil em regiões, como região Nordeste, região Norte, etc.; Micro-região – refere-se aos territórios municipais, o que equivale a cidade, bairro (Ibidem, p20).

Dentro desse contexto, Maria Érica (2008, p.53) afirma que o grupo som 'Zoom Sat' tem sua sede localizada na macro-regional Nordeste, no estado do Ceará, e nas demais regiões está difundido por meio das afiliadas e da difusão discográfica da banda 'Mastruz com Leite', que tem como gênero musical o “farró elétrico”, com abrangência nacional e internacional.

Já no exemplo da mega-região podemos citar a globalização que por meio de blocos econômicos formados por países membros atinge diversos campos da sociedade seja no campo político, econômico, social ou cultural. Esse fenômeno faz surgir um novo processo chamado de regionalização que nada mais é do que uma revalorização do local diante dessa nova forma de viver no mundo globalizado. Toniazzo<sup>5</sup> (2006 apud Bazi p. 162) Descreve que:

“É possível constatar, de forma reducionista até que ela, como tal, se restringe a uma ação local, tem importância para o telespectador dentro do seu raio de abrangência, delimitada pela penetração, pela cobertura contribuindo de forma significativa no modo de vida e alterando o comportamento das pessoas” (Toniazzo 2006; p.59 apud Bazi; 162).

“A regionalização pode ser vista como um processo por meio do qual a globalização recria a nação, de modo a conformá-la à dinâmica da economia transnacional”. (Ianni<sup>6</sup>, 1997, p. 155, *apud* Maria Érica, p.53).

Enquanto nos assuntos políticos o termo regionalização é utilizado como marco responsável por amenizar as burocracias alfandegárias, nos assuntos referentes à comunicação, é um termo utilizado para diminuir as disparidades sociais e culturais por meio das novas tecnologias, que permitem a população de uma região ou países excluídos dessa política global ficar a par dos fatos que acontecem no mundo sem deixar de lado a valorização da cultura local. Cecília Peruzzo<sup>7</sup> (1998, p. 148, *apud* Maria Érica, 2008, p. 54), descreve o aumento dos meios comunitários por meio do processo de regionalização.

(...) a tendência à regionalização das comunicações, principalmente da televisão, aumenta o potencial do desenvolvimento da comunicação comunitária. Dois anos mais tarde, o canal comunitário, na TV a cabo, já é realidade em muitas cidades brasileiras. E as rádios comunitárias estão fazendo a outrora sonhada “reforma agrária no ar”, com aproximadamente dez mil emissoras irradiando suas mensagens de Norte a Sul do país.

---

<sup>5</sup> TONIAZZO, Gladis Salette Linhares. Rede Nacional e Regional de TV: Fluxos e contra-fluxos na Rede Matogrossense de Televisão- Tese (Doutorado), Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2006.

<sup>6</sup> IANNI, Octávio. Sociedade global. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997 a.

<sup>7</sup> Idem, 1998.

No entanto seguindo essa mesma linha de pesquisa sobre o fluxo de informações em noticiários regionais e proximidade o autor Bazi (2008), esclarece em seu artigo que ter um veículo localizado na região não significa que a região terá representatividade em sua programação. (Bastos Silva<sup>8</sup>; 1997, *apud* bazi 2008, p. 169) “As televisões regionais procuram dar cobertura maior para a cidade mais importante da sua região, o que tem gerado críticas a discussão sobre o papel que as emissoras deveriam prestar a região”.

Enquanto no Brasil o ponto que assinala o conceito de mídia regional parece estar longe de chegar a um consenso, na Europa as formas que caracterizam este tema parece ter chegado ao resultado final. Lopez<sup>9</sup> (1998; p.7 *apud* Simões p.29) Define que o termo regional na Europa se dirige a: ‘emissoras desvinculadas dos grandes centros e pertencentes às redes estatais, e afirma que houve uma grande proliferação de televisões independentes nos anos 80 e 90 com cobertura eminentemente regional.

No Brasil além da expectativa de chegar a um consenso sobre mídia regional, a que se busca diferenciar o significado entre: “redes” regionais de televisão com as “emissoras” regionais. Neste caso específico existem alguns exemplos no Brasil. Que podemos citar como de redes regionais a exemplo da Rede EPTV (emissoras Pioneiras de Televisão), no interior Paulista, Rede Gazeta de Comunicações, no Espírito Santo e Rede Bahia, Rede Paraíba de Televisão (Paraíba) Rede Vanguarda Paulista (vale do Paraíba Paulista), entre outras afiliadas da Rede Globo de televisão. (Simões p. 31).

### **Qual a contribuição dos estudos para distinguir entre mídia local e regional?**

Os diversos estudos sobre mídia regional tentam dar respostas concretas capazes de conceituar ou distinguir o que é mídia local e mídia regional. No entanto, não parece ser tarefa

---

<sup>8</sup> SILVA, Robson Bastos da. Análise Comparativa entre duas emissoras de televisão regionais situadas na Baixada santista. IN: Mattos, Sérgio (Org. s) A televisão e as políticas regionais de comunicação. Salvador, Intercom: 1997.

<sup>9</sup> LÓPEZ, Bernat. Programación y contenidos de las televisiones de proximidad em Europa. In AGUILLAR, Francisco V. Televisión y Desarrollo: las regiones em La era digital. Extremadura (Espanha), Consejería de Educación, Ciencia u tecnologia, 2000.

fácil definir mídias teoricamente distintas, mas tão próximas na prática em suas programações diárias. Observando esse fenômeno Carlos Camponez<sup>10</sup> (2002, p. 108, *apud* Maria Érica 2008, p. 56) descreve: “O que parece distinguir a mídia regional da nacional tem a ver com suas formas de organização empresarial e sua estratégia. Geralmente, essa estratégia é vocacionada para uma abordagem dos temas mais generalista, quanto mais generalista for seu público num território mais ou menos vasto”.

Segundo a autora, nessa perspectiva, a utilização do termo território se refere a uma identidade própria, cuja informação local pode condicionar a expressão ou informações de comunicação de massa, firmando mídias locais e regionais a formas de comunicação midiaticizada, restrita e até comunitária, o que significa dizer que a mídia local e regional não se define apenas pelo território, não está ligada a sua expansão, nem tão pouco a audiência.

Para conceituar mídia local, alguns autores tomam como ponto de partida a informação como elemento primordial, capaz de definir a mídia local que excede o regional e muitas vezes até o global, mas sem perder a característica de local. Jules Gritti<sup>11</sup> (1975, *apud* Maria Érica p.58) define que:

(...) A informação que cobre a vida de um bairro urbano ou de uma associação bem determinada é aquela que cobre as cidades de menor dimensão, cantões, comunas e aldeias do interior do país, em suma, tudo o que está claramente localizado do ponto de vista geográfico ou sociológico.

Beatriz Dornelles (2008), em artigo intitulado “Jornalismo Local com aspectos comunitários”, como foi relatado anteriormente, analisou durante cinco anos 28 jornais da cidade de Porto Alegre com circulação nos bairros pertencentes a este município e que têm suas editorias voltadas para as comunidades locais. Antes de falar sobre os resultados de sua pesquisa, se faz necessário descrever, embora de maneira sucinta, o surgimento de jornais comunitários e suas características no tocante à linha editorial, para depois compreendermos o que leva um jornal local a ter aspectos comunitários.

---

<sup>10</sup> CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo d proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional. Coimbra: Minerva, 2002, p. 289.

<sup>11</sup> GRITTI, Jules. La langue de La presse locale. (document locale. Bruxelles: renéotypé) Fevereiro de 1975. In: RINGLET, Gabriel. Le myth Vie Ouvieére 8 au milieu Du village: Comprendre ET analyser La presse 1981.

Como também foi citado anteriormente, todo veículo que se encontra em estágio de mídia global nasce e tem característica essencialmente local. Mas o que impulsiona o seu crescimento, segundo pesquisadores do assunto, é a “valorização do local, tanto enquanto ambiente de ação político-comunicativa cotidiana como pela oportunidade mercadológica, agregando ainda, os contextos político, econômico e social”. (Dornelles, 2008, p. 77).

A globalização direcionou ao mundo uma nova forma de fazer e elaborar transações comerciais. Blocos econômicos são formados por países com objetivos e interesses comuns, visando abrir novas fronteiras e obter vantajosos lucros, deixando à mercê cidades, estados e até mesmo países sem espaço e sem voz para reivindicar melhorias nos campos político, social e econômico. É nesse contexto que surgem grupos comunitários liderados por moradores de bairros excluídos dessa política, com objetivo de pressionar e conseguir soluções para seus problemas.

Com interesses semelhantes surgem, também, os jornais locais. Destacando alguns motivos para seu nascimento, temos: O restabelecimento da democracia no país, em meados dos anos de 1980, que ocasionou o fim do jornal alternativo (combate ao governo). (Beatriz Dornelles, p. 78).

Outro motivo que se pode destacar é a relação da crise econômica com a informatização nas redações, que, segundo pesquisadores, foi a responsável pela demissão de vários jornalistas e o fechamento de vários veículos, o que, conseqüentemente, modificou a maneira de produzir jornal. Estes nasciam com a necessidade de lutar pelos direitos sociais. Surgia, então, uma imprensa preocupada com o local perante o global. Foi o que constatou Dornelles: “É nesse contexto que se desenvolve e se fortalece no Brasil uma imprensa preocupada com o local, no que pese o fortalecimento da globalização, visível especialmente, nos meios de comunicação. (Dornelles 2008; p. 84).

A pesquisa realizada nos 28 jornais revelou que os jornais com circulação tri-semestrais e bi-semestrais nas cidades com mais de 50 mil habitantes abordam assuntos mais gerais, e os de circulações semanais, quinzenais e mensais nas cidades com população com menos de 50 mil habitantes abordam assuntos locais de interesses próprios dos moradores dos bairros.

A mídia local tem como característica, publicar assuntos de interesse mais geral, abordando assuntos de nível nacional, enquanto que o comunitário, aborda assuntos de interesse da

comunidade, relatando problemas de bairros, permitindo que a população tenha voz diante dos seus problemas sociais. (Peruzzo<sup>12</sup> 2002, *apud* Dornelles p. 85).

Simões (2006) discute o poder da Tv regional que, ao atender a demanda de interesses locais, tem se mostrado capaz de amenizar os problemas causados pela mega televisão, uma vez que, quando compõe sua programação de assuntos locais chega próximo da padronização dos conteúdos programáticos impostos pelas emissoras cabeças de rede.

Observa-se, pelos estudos na linha de comunicação, que ter um veículo local é de suma importância para a região por abordar assuntos de seu interesse e por proporcionar conhecimento da realidade em que vivem, contribuindo para formar consciência e revalorizar o que é da região. No entanto, como já foi suscitado, isso não significa que a região terá representatividade em sua programação.

As mídias regionais trabalham com aspectos comunicacionais, com caráter de proximidade, que busca atender a uma necessidade social junto aos órgãos públicos, porém sem deixar de lado seus interesses econômicos tendo em vista que antes de ser um veículo comprometido com causas sociais é uma empresa e, portanto, precisa agir como tal. O regional impreterivelmente mantém congruência com o local. Ambos apresentam semelhanças em suas configurações, embora mantenham características particulares. É o que se pode identificar no estudo realizado por Roberto Reis (ano) em seu artigo sobre mídia regional: proximidade e mercado - a TV TEM

[...] tanto o local como o regional só podem ser compreendidos na relação de um com o outro, ou deles com outras dimensões espaciais, como o nacional e o global. Desse modo, o regional pode mudar suas feições, como, por exemplo, a região leste de São Paulo, a região Sul do Brasil e assim por diante.

[...] Nessa perspectiva, há que se levar em conta o fator relacional. O local e o regional só podem ser compreendidos na relação de um com o outro, ou deles com outras dimensões espaciais, como o nacional e o global. Há elementos culturais, sociais, políticos e econômicos que se inter-conectam. Há elementos em comum, mas, também, aqueles que são distintos. (Peruzo, 2003, p. 67-68, *apud* Roberto Reis, p.3).

---

<sup>12</sup> Idem, 2002.

## **As transformações no modo de fazer jornalismo regional**

A relação das mídias com o global e a causa real dessa dificuldade em defini-la se deve no primeiro momento a manutenção, a parte financeira das mídias. Os jornais do interior, diferente das mídias das grandes capitais, que têm a seu favor um número elevado de verbas publicitárias, enquanto o jornal de pequeno porte encontra recursos para sobreviver na maioria das vezes nos órgãos públicos governamentais, que são: prefeituras, câmaras e autarquias municipais (Pinto, 2005, p. 107). O que prejudica o trabalho de apuração dos fatos, no caso específico, dos jornais de pequeno porte, que muitas vezes o dono exerce todas as funções dos diversos profissionais que compõem uma redação. Esse é um dado implicante a prática de press - releases enviados pelas assessorias de imprensa a esses jornais, é o que observa a autora (Ibidem, p108). “Atentos a essa realidade, políticos contam com assessorias – na maioria das vezes, mais bem equipadas que os próprios jornais - para divulgar assuntos do seu interesse, ou seja, sua promoção social junto à opinião pública”.

É justamente por meio desse “vínculo” que os jornais do interior se tornam submissos ou reféns desses órgãos e de políticos patrocinadores, quando não, donos desses veículos e por isso acabam exercendo forte poder na hora de determinar o que deve como deve ou não ser publicado.

Junto a esse problema, está também à falta de profissionais qualificados a prática jornalística nos pequenos jornais do interior.

Morais 2005 analisou a cobertura jornalística realizada pelos jornais Brasil Norte e Folha de Boa Vista, ao incêndio florestal ocorrido no ano de 1998 no Estado de Roraima, e constatou ínfima relevância diante do fato, que se deve aos jornais estarem atrelados a forças políticas e mais uma vez a falta de mão de obra qualificada e a estrutura dos jornais, é o que afirma a autora quando descreve parte do trecho proferido pelo diretor do jornal Folha de Boa Vista, sobre a postura do jornal ao problema estudado (Getúlio Cruz, 2002, apud Moraes<sup>13</sup> 2005, p 98) “Primeiro, os nossos jornalistas se acostumaram a buscar as fontes oficiais (...); segundo, a linha que traz a independência é circunstanciada pela falta de recursos .. Se a gente fizer uma cobertura como deve ser, a receita não comporta”.

---

<sup>13</sup> MORAIS, Vângela Maria, Comunicação & Sociedade, 2005



Na mesma linha de estudos Eula Dantas e Taveira Cabral, analisam as mudanças ocorridas na mídia focando as transformações na economia política e destaca quatro tendências consideradas responsáveis pela atual modificação na mídia brasileira: concentração, diversificação, globalização e desregulamentação.

Thompson<sup>14</sup> (1995 apud Dantas e Cabral). A primeira tendência representa uma grande fatia da mídia nas mãos de poucos. A diversificação se refere à expansão do empreendimento midiático para diversos campos da produção. A globalização permite conquistar mercado interno e exportar para o mercado internacional e a quarta e última tendência diz respeito à desregulamentação da legislação dos meios de comunicação que não funciona de forma democrática ou lícita e conseqüentemente a tende a demanda de interesses de grandes empresários. É o que constata Vângela Maria em seu estudo sobre a cobertura de um incêndio florestal feita pelos jornais Brasil Norte e Folha de Boa Vista, ambos com circulação em Roraima. (Vângela de Moraes<sup>15</sup> 2003, p.83 apud. Peruzzo, p.79)

Atrélada aos interesses administrativos, a pauta nasce com afeição oficial, gerada a partir da iniciativa governamental, estendida, quando muito, a instituições e grupos organizados da sociedade civil. (...) O que se observa são posturas incorporadas ao cotidiano jornalístico que contribuem para um certo enviesamento tendencioso da notícia, além de refletir a ausência de contexto, investigação e profundidade. O episódio do grande incêndio, por várias vezes, se traduziu em expressões valorativas e de personificação. Os estreitos vínculos entre o jornal e a política partidária deram a voz, exprimiram a imagem, sugeriram a ação.

Toda essa conjuntura é a responsável pelo surgimento dos jornais piratas, de modo particular as rádios. Pela contratação de funcionários não qualificados e pela forte presença das assessorias de imprensa como responsáveis pelas pautas dos pequenos jornais e pela concentração desses veículos nas mãos de políticos.

---

<sup>14</sup> THOMPSON, John B. Ideologia e cultura moderna: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação. Petrópolis: Vozes, 1995.

<sup>15</sup> MORAIS, Vângela Maria Isidoro de. O incêndio florestal na imprensa roraimense: Uma análise a partir dos jornais “Folha de Boa Vista” e “Brasil Norte”. São Paulo: ECA-USP, 2003. (Dissertação – Mestrado em Ciências da Comunicação).

## **Considerações finais**

As conclusões extraídas deste artigo revelam que a tentativa de conceituar mídia regional, por meio de pesquisas, parece estar longe de conseguir um resultado final, não que a ciência queira assinalar um ponto definitivo sobre o tema, o que seria impossível, diante de um tema que perpassa gerações acompanhando as transformações ocorridas no universo, afinal, essa é a ordem natural da vida, pessoas e objetos, são modificados para acompanharem as transformações. Mas o objetivo maior dos pesquisadores da comunicação é esclarecer, fazer compreender, aproximar ao máximo a teoria da prática e mais que aproximar é transformar esse modo de fazer mídia regional concretizar-se no seu conteúdo programático diário.

Porém, as formas que se configuram as mídias e a relação de subordinação, a qual, elas se encontram, aumentam o grau de complexidade para a distinção dos media que uma vez atrelada aos políticos se tornam reféns de interesses políticos publicando assuntos convenientes aos donos das empresas jornalísticas, tendo que omitir assuntos relevantes para a população local. Outro agravante é a falta de “liberdade” das mídias regionais em produzir sua própria programação, submetendo-se a seguir o padrão de suas matrizes ou chamadas “cabeças de rede”. O que compromete a produção regional com horário ínfimo no ar em relação ao horário de programação da grande emissora. A informação local ou até mesmo a manutenção da identidade local, parece ser o caminho mais próximo capaz de conceituar tais mídias, pois os estudos demonstram a importância e a particularidade de cada região. Ambas trabalhando por uma programação mais justa capaz de suprir a necessidade e os anseios daqueles que fazem o sentido das mídias existirem, a população de cada região.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**COSTA**, Letícia Maria Pinto da. O newsmaking na imprensa do interior: a rotina produtiva do jornal A Voz do Paraíba. Comunicação & Sociedade / Programa de Pós – Graduação em Comunicação Social; Universidade Metodista de São Paulo. – n.1 (jul./1979). São Bernardo do Campo: Umesp.

**DORNELLES**, Beatriz. Jornalismo local com aspectos comunitários. Regionalização midiática: conceitos e exemplos. Estudos de mídia regional, local e comunitários/ Organização: Rozangela Marçolla e Roberto Reis de Oliveira. Marília: UNIMAR, São Paulo: Arte & Ciência, 2008 p. 246, 2cm.

**LIMA**, Maria Érica oliveira de. Regionalização midiática: conceitos e exemplos. Estudos de mídia regional, local e comunitários/ Organização: Rozangela Marçolla e Roberto Reis de Oliveira. Marília: UNIMAR, São Paulo: Arte & Ciência, 2008 p. 246, 2cm.

**MELO**, José Marques, ET al. Regionalização midiática: estudos sobre comunicação e desenvolvimento regional. Org. José Marques de Melo, Cidoval Moraes de Sousa, Maria Cristina Gobbi. Rio de Janeiro: Sotese, 2006. 365p. tab; Graf.

**MORAIS**, Vângela Maria Isidoro de. A mídia impressa local: uma agenda de constrangimentos e motivações. Comunicação & Sociedade / Programa de Pós – Graduação em Comunicação Social; Universidade Metodista de São Paulo. – n.1 (jul./1979). São Bernardo do Campo: Umesp.

**OLIVEIRA, Roberto Reis de. Mídia regional: proximidade e mercado – a TV TEM . Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-roberto-midia-regional.pdf> . [cjb.net](http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-roberto-midia-regional.pdf)> . Acesso em 02 de dezembro. 2010.**

**PERUZZO**, Cicília. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. Comunicação & Sociedade / Programa de Pós – Graduação em Comunicação Social; Universidade Metodista de São Paulo. – n.1 (jul./1979). São Bernardo do Campo: Umesp.

**SOUSA**, Cidoval Moraes de, org. Televisão regional, globalização e cidadania. ? Cidoval Moraes de Sousa – Rio de Janeiro: Sotese, 2006. 137 p; tab; Graf.

**TEIXEIRA**, Elenaldo Celso: limites e desafios da participação cidadã/ Elenaldo Celso Teixeira – 3. ed. – São Paulo: Cortez; Recife: EQUIP; Salvador: UFBA, 2002.

## REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

**CAMPONEZ**, Carlos. Jornalismo d proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional. Coimbra: Minerva, 2002, p. 289.

CANTALAPIEDRA

**GONZÁLEZ**, Maria José. EL periodismo local em los periódicos de Bizcaia. Tesis doctoral. Universidad del País Vasco, 1996.

**GRITTI**, Jules. La langue de La presse locale. (document locale. Bruxelles: renéotypé) Fevereiro de 1975. In: RINGLET, Gabriel. Le myth Vie Ouvieére 8 au milieu Du village: Comprendre ET analyser La presse 1981.

**IANNI**, Octávio. Sociedade global. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997 a.

**LÓPEZ GARCÍA**, Xosé. A prensa local e comarcal em Galícia. De. LEA. Santiago de Compostela, 1992.

**LÓPEZ**, Bernat. Programación y contenidos de lãs televisiones de proximidad em Europa. In AGUILLAR, Francisco V. Televisión y Desarrollo: las regiones em La era digital. Extremadura (Espanha), Consejeria de Educación, Ciencia u tecnologia, 2000.

**MORAIS**, Vângela Maria Isidoro de. O incêndio florestal na imprensa roraimense: Uma análise a partir dos jornais “Folha de Boa Vista” e “ Brasil Norte”. São Paulo: ECA-USP, 2003. (Dissertação – Mestrado em Ciências da Comunicação).

**PERUZZO**, Cicilia. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. In: Anuário Unesco/ Umesp de Comunicação regional, São Bernardo do Campo, Ano,6, jan-dez,2002.

**SILVA**, Robson Bastos da. Análise Comparativa entre duas emissoras de televisão regionais situadas na Baixada santista. IN: Mattos, Sérgio (Org. s) A televisão e as políticas regionais de comunicação. Salvador, Intercom: 1997.

**TONIAZZO**, Gladis Salete Linhares. Rede Nacional e Regional de TV: Fluxos e contra-fluxos na Rede Matogrossense de Televisão- Tese (Doutorado), Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2006.

**THOMPSON**, John B. Ideologia e cultura moderna: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação. Petrópolis: Vozes, 1995.

