



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Thays Assunção Reis

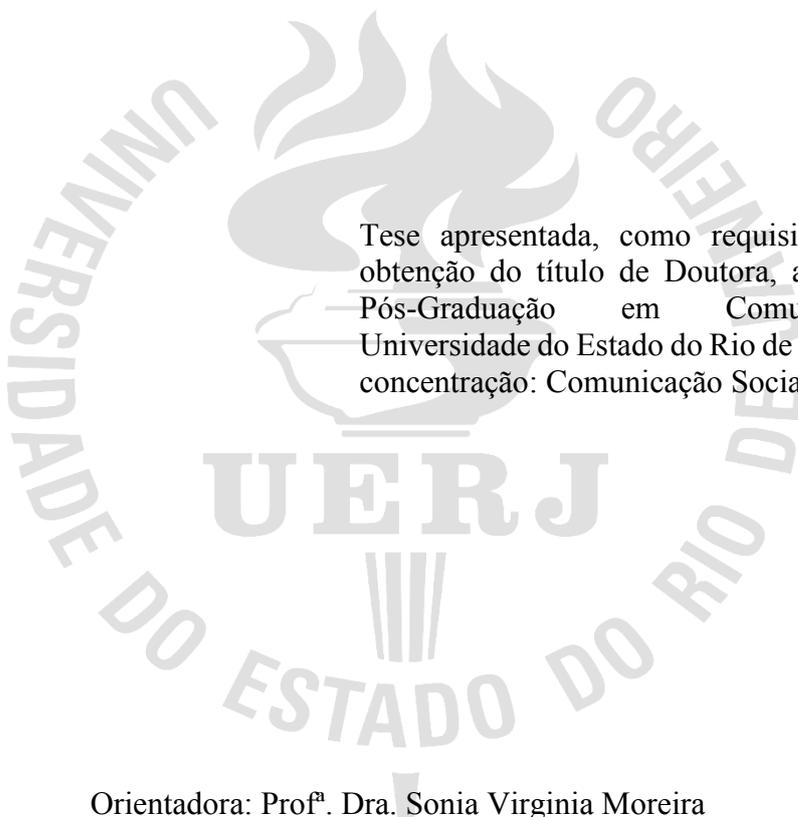
**A cidade de notícias: um estudo do jornalismo de influência regional de  
Imperatriz no Maranhão**

Rio de Janeiro

2022

Thays Assunção Reis

**A cidade de notícias: um estudo do jornalismo de influência regional de Imperatriz no Maranhão**



Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Sonia Virginia Moreira

Rio de Janeiro

2022



Thays Assunção Reis

**A cidade de notícias: um estudo do jornalismo de influência regional de Imperatriz no Maranhão**

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social.

Aprovada em 23 de fevereiro de 2022.

Banca Examinadora:

---

Profª. Dra. Sonia Virginia Moreira (Orientadora)  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação - UERJ

---

Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação - UERJ

---

Prof. Dr. Hindenburgo Francisco Pires  
Instituto de Geografia - UERJ

---

Profª. Dra. Nélia Rodrigues Del Bianco  
Universidade de Brasília/ Universidade Federal do Goiás - UNB/UFMG

---

Profª. Dra. Li-Chang Shuen Cristina Silva Sousa  
Universidade Federal do Maranhão - UFMA

Rio de Janeiro

2022

## **DEDICATÓRIA**

Para o Rodrigo, por dividir comigo sonhos e a paixão pelo jornalismo.

## AGRADECIMENTOS

Não há de se pensar que esta pesquisadora tem tanta força assim de sozinha levar uma pesquisa tão ampla em deslocamentos e profundidade teórica. O auxílio de muitas pessoas me serviu como promessa de esperança para tornar esta tese realizável. Minha profunda gratidão:

Aos meus pais, Ediberto e Conceição, pelos inúmeros esforços feitos ao longo da vida para que eu pudesse estudar e ter uma formação. Ao meu esposo, Rodrigo Reis, por estar ao meu lado em todos os momentos, por “abraçar” essa tese como sua. Obrigada por ir a campo comigo, aplicar questionário, decupar entrevista, ler, sugerir, criticar e revisar meu texto e por acreditar na relevância deste trabalho.

Aos meus irmãos, Thiago e Thassio, meus sogros, Wilson e Helena, e cunhados, Poliana, Leonardo, Heleilson e Helenilson, pelas manifestações de carinho e torcida constantes no decorrer do doutorado.

A minha orientadora, professora Sonia Virginia Moreira, pela generosidade acadêmica, paciência e confiança depositada na realização desta pesquisa. Obrigada por me apresentar esse universo fascinante da Geografias da Comunicação e suas possibilidades, pelos ensinamentos, autonomia e dicas preciosas.

Aos membros da banca examinadora desta tese, professores Marcelo Kischinhevsky, Nélia Del Bianco, Hindenburgo Pires e Li-Chang Shuen, pelas observações e sugestões dadas ainda na qualificação e que foram fundamentais para o encaminhamento do estudo.

À professora Li-Chang Shuen, minha professora na graduação de Jornalismo e uma das responsáveis por apostar no meu projeto na seleção de doutorado em 2016 e contribuir com esta pesquisa desde aquele momento. Ao professor Jailson Sousa (*in memoriam*), pelos diálogos, indicações e conhecimentos compartilhados sobre as cidades médias, e à Jacqueline Deolindo, irmã de doutorado, pelas conversas, conselhos e ajudas durante a realização da pesquisa.

São tantas colaborações, desde interlocuções teóricas, compartilhamento de materiais, troca de experiências, parcerias acadêmicas, contribuições ao texto, ou mesmo uma hospedagem, uma carona, um café, uma colaboração técnica e principalmente muito afeto e incentivo. Por isso agradeço aqui à Denise Ayres, Nayane Brito, Thaísa Bueno, Alan Milhomem, Jordana Barros, Pâmela Pinto, Roseane Arcanjo, Luãn Chagas, Bárbara Maia, Raquel Dornelas, Jardiel do Carmo, Nathane Bandeira, Felipe Bezerra, Camila Vieira, Larissa Pereira, Fabrícia Cardoso e Layane Lima.

Aos colegas da turma de doutorado do PPGCOM da UERJ, pela rede de compartilhamento de angústias, amparo, motivações e companheirismo no decorrer do curso. Às secretárias do programa, Amanda e Eliane, pela eficácia no suporte às demandas da rotina da Pós-Graduação. E a

todos os professores do PPGCOM/UERJ, pela resistência em períodos de ataques à universidade e pelas imensas contribuições por meio de aulas inspiradoras para o campo da Comunicação.

À Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão – FAPEMA, pelo financiamento de boa parte desta pesquisa por meio da bolsa de doutorado.

À Universidade Federal do Tocantins (UFT), pela possibilidade de afastamento pelo período de um ano para me dedicar exclusivamente à escrita da tese. E aos colegas de trabalho do curso de Jornalismo da UFT, pela compreensão e apoio na reta final do doutorado.

Aos jornalistas de Imperatriz, por me receberem nas redações e dedicarem um tempo precioso das suas atividades diárias para conversar comigo. Aos comunicadores das pequenas cidades visitadas pela receptividade e informações repassadas sobre as mídias locais. A todos os moradores de Imperatriz, Lajeado Novo e Ribamar Fiquene que participaram da pesquisa de consumo.

A propósito, agradeço à cidade de Imperatriz. Na Graduação, estudei a história da imprensa de Imperatriz, no Mestrado contemplei o jornalismo cultural da cidade e agora no Doutorado ampliei o debate para a comunicação da cidade e sua região. Ou seja, a cidade que nasci sempre me acompanhou como objeto, me servindo de fonte de inspiração para o trabalho intelectual.

Por fim, me recordo de um trecho da oração de São Tomás de Aquino que sempre fiz antes dos estudos: “Dai-me inteligência para compreender, memória para reter, facilidade para aprender, sutileza para interpretar e graça abundante para falar”. Assim sendo, a Deus minha total gratidão, pois fui generosamente contemplada e fortalecida diante minhas preces.

Sua Majestade Imperatriz. Cidade de antônimos. Polo de concentração e dispersão. De importação e exportação Imigração e emigração. Desejo e decepção. Imperatriz anfíbia: Nordeste e Amazônia. Sol e água. Seca e selva. Sofá e sela. Porta e porteira. Pórtico e cancela. Mansão e palhoça. Carro e carroça. Asfalto e roça. Misto de trabalho e desemprego, de produção e carência, de oferta e procura, desperdício e fartura, resultado de seus contrários, pastel de paradoxos. Imperatriz é o retrato ampliado de nossos acertos e imperfeições, virtudes e incompletudes. Uma São Paulo no interior do Maranhão, todos nós brasileiros temos algo a ver com esta cidade – Imperatriz, Majestade.

*Edmilson Sanches*

## RESUMO

REIS, Thays Assunção. *A cidade de notícias: um estudo do jornalismo de influência regional de Imperatriz no Maranhão*. 2022. 257 f. (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

Esta tese investiga os serviços de mídia e a função do jornalismo da cidade média de Imperatriz (MA) no âmbito da sua região de influência. A pergunta que norteia esta pesquisa é: como se configuram os serviços de mídia nas cidades médias e qual a função do jornalismo produzido por eles no contexto regional? Com base nesta questão, o objetivo geral da tese é investigar os serviços de mídia da cidade média de Imperatriz (MA) e a função do seu jornalismo no contexto regional. Tem como objetivos específicos: 1) mapear e caracterizar os serviços de mídia, os fluxos e as redações jornalísticas de Imperatriz; 2) analisar a notícia produzida e distribuída pelos veículos jornalísticos imperatrizenses; 3) conhecer a percepção dos jornalistas de Imperatriz sobre as notícias que produzem e as rotinas de cobertura regional; 4) identificar os serviços de mídia existentes nas cidades pequenas da região de Imperatriz e averiguar ali a presença de produção de informação local; e 5) entender como ocorre o consumo das notícias pelos moradores locais e do entorno imperatrizense. Para atingir os objetivos propostos, adotamos a estratégia de triangulação metodológica combinando os seguintes procedimentos: a) mapeamento dos veículos de comunicação em funcionamento nas cidades investigadas; b) entrevistas semiestruturadas com os jornalistas de Imperatriz; c) *survey* com os moradores de Imperatriz e das cidades na sua região de influência; e d) análise de conteúdo dos produtos jornalísticos. Ao fim do estudo, identificamos a forte centralidade midiática de Imperatriz expressa pela presença de 18 serviços de mídia, dentre os quais estão aqueles de mais alta ordem na produção de notícia e informação, no caso as emissoras de TV aberta, jornais diários e emissoras de rádio FM. Estas mídias formam uma rede de fluxos informativos distribuída entre cidades do Maranhão, Tocantins e Pará. As cidades pequenas da região apresentam iniciativas midiáticas de baixa ordem, com infraestruturas mais simples tecnologicamente, de baixo custo e com fluxos restritos a seus territórios. Tais locais apresentam produção de informação local limitada e perpassada por interesses políticos. São, por isso, consideradas desertos de notícias. Evidencia-se em Imperatriz uma atividade jornalística especializada em: a) produção simultânea de notícia local e regional, a qual denominamos ‘notícia polarizadora’; b) realização da cobertura noticiosa da região de influência; c) mediação das demandas e reivindicações das pequenas comunidades do entorno; d) informação de proximidade para o consumo da região; e) intermediação de fluxos informativos produzidos em outros centros urbanos. Juntas, essas características dão forma a um jornalismo com potencial de atuação diferenciado no contexto fora das regiões metropolitanas, que denominamos Jornalismo de Influência Regional.

Palavras-chave: Jornalismo local e regional. Jornalismo de Influência Regional. Cidades médias. Cidades pequenas. Imperatriz.

## ABSTRACT

REIS, Thays Assunção. *The city of news: a study of regional influence journalism in Imperatriz in Maranhão*. 2022. 257 f. (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

This thesis investigates the media services and the role of journalism in the medium city of Imperatriz (MA) within its region of influence. The question that guides this research is: how are media services configured in medium-sized cities and what is the function of the journalism produced by them in the regional context? Based on this question, the general objective of the thesis is to investigate the media services of the medium city of Imperatriz (MA) and the role of its journalism in the regional context. Its specific objectives are: 1) to map and characterize the media services, flows and journalistic newsrooms in Imperatriz; 2) to analyze the news produced and distributed by the press vehicles of Imperatriz; 3) to know the perception of Imperatriz journalists on the news they produce and the routines of regional coverage; 4) identify the existing media services in the small towns of the region of Imperatriz and verify the presence of local information production there; and 5) understand how the consumption of news by local residents and the surroundings of Imperatriz occurs. To achieve the proposed objectives, we adopted the methodological triangulation strategy combining the following procedures: a) mapping of the communication vehicles in operation in the investigated cities; b) semi-structured interviews with journalists from Imperatriz; c) survey with residents of Imperatriz and cities in its region of influence; and d) content analysis of journalistic products. At the end of the study, we identified the strong media centrality of Imperatriz expressed by the presence of 18 media services, among which those of the highest order in the production of news and information, in this case, open TV stations, daily newspapers and radio FM stations. These media form a network of information flows distributed among cities in Maranhão, Tocantins and Pará. Small cities in the region present low-order media initiatives, with simpler infrastructures technologically, of low cost and with flows restricted to their territories. Such places present limited production of local information and permeated by political interests. They are, therefore, considered news deserts. It is evident in Imperatriz a journalistic activity specialized in: a) simultaneous production of local and regional news, which we call 'polarizing news'; b) carrying out news coverage of the region of influence; c) mediation of the demands and claims of the small surrounding communities; d) proximity information for consumption in the region; e) intermediation of information flows produced in other urban centers. Together, these characteristics give shape to a journalism with a differentiated performance potential in the context outside the metropolitan regions, which we call Journalism of Regional Influence.

Keywords: Local and regional journalism. Journalism of Regional Influence. Medium cities. Small towns. Imperatriz.

## LISTA DE MAPAS

Mapa 1 - Mesorregião Oeste Maranhense e Microrregião de Imperatriz .....	45
Mapa 2 – Origem e presença de jornais impressos no Brasil .....	64
Mapa 3 - Densidade de domínios de Internet no Brasil .....	65
Mapa 4 – Redes de televisão no Brasil .....	67
Mapa 5 – Recorte espacial da pesquisa.....	112
Mapa 6 – Tipos de mídias encontradas na região de Imperatriz.....	131
Mapa 7 – Distribuição do jornal O Progresso, 2020.....	170
Mapa 8 – Distribuição do sinal das emissoras de rádio, 2020 .....	174
Mapa 9 – Distribuição do sinal das emissoras de TV, 2020 .....	179

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 –	Nº de pesquisas sobre jornalismo local e/ou regional por PPG .....	76
Gráfico 2 –	Mídia investigada nas teses e dissertações de jornalismo local e/ou regional .....	77
Gráfico 3 –	Classificações temáticas das teses e dissertações de jornalismo local e/ou regional .....	79
Gráfico 4 –	Mídias mais acessadas pelos moradores das pequenas cidades.....	153
Gráfico 5 –	Origem dos telejornais assistidos nas pequenas cidades.....	154
Gráfico 6 –	Plataformas usadas pelos moradores das cidades para o consumo na internet .....	155
Gráfico 7 –	Origem dos sites e blogs acessados nas pequenas cidades da pesquisa.....	156
Gráfico 8 –	Origem das rádios ouvidas nas pequenas cidades da pesquisa .....	157
Gráfico 9 –	Dispositivos utilizados para ouvir rádio .....	158
Gráfico 10 –	Notícias de maior interesse para os moradores das pequenas cidades.....	159
Gráfico 11 –	Temas mais interessantes para os moradores das pequenas cidades .....	160
Gráfico 12 –	Meios utilizados para acesso à informação local nas pequenas cidades....	161
Gráfico 13 –	Tipos de notícias identificados no JMTV 1ª edição, Na Hora D e O Progresso.....	193
Gráfico 14 –	Origem das notícias divulgadas no JMTV 1ª edição, Na Hora D e O Progresso.....	203
Gráfico 15 –	Fontes identificadas nas notícias do JMTV 1ª edição, Na Hora D e O Progresso.....	204
Gráfico 16 –	Mídias utilizadas pelos moradores de Imperatriz para obter informações	207
Gráfico 17 –	Origem dos telejornais assistidos pelos moradores de Imperatriz.....	208
Gráfico 18 –	Plataformas usadas para o consumo de notícias na internet .....	209
Gráfico 19 –	Origem dos sites de notícias e blogs acessados pelos moradores de Imperatriz.....	210
Gráfico 20 –	Dispositivos utilizados para ouvir rádio .....	211
Gráfico 21 –	Formas de acesso ao jornal impresso.....	212
Gráfico 22 –	Notícias de maior interesse para os moradores de Imperatriz .....	213
Gráfico 23 –	Temas mais interessantes para os moradores de Imperatriz .....	214
Gráfico 24 –	Meios utilizados para acesso à informação local.....	215

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 – Distribuição geográfica dos PPGs com pesquisa de jornalismo local e/ou regional	75
Figura 1 – Cidades estudadas nas teses e dissertações de jornalismo local e/ou regional .....	78
Quadro 2 – Representantes dos veículos de comunicação entrevistados.....	115
Quadro 3 – Perfil dos jornalistas entrevistados.....	118

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Resultados do N° de trabalhos acadêmicos por ano .....	74
Tabela 2 – Municípios da região de influência de Imperatriz .....	128
Tabela 3 – IDHM dos municípios da região de Imperatriz .....	129
Tabela 4 – Rádios comunitárias mapeadas nas pequenas cidades da região de Imperatriz ...	141
Tabela 5 – Dados sociodemográficos dos entrevistados por cidade .....	152
Tabela 6 – Evolução dos serviços de mídia em Imperatriz (1930-2000) .....	168
Tabela 7 – Distribuição das notícias por veículo jornalístico.....	194
Tabela 8 – Temas divulgados no JMTV 1ª edição, Na Hora D e O Progresso .....	200
Tabela 9 – Valores-notícia registrados nas informações imperatrizenses .....	202
Tabela 10 – Dados sociodemográficos dos entrevistados em Imperatriz.....	206

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicações
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNES	Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde
CNPU	Comissão Nacional de Regiões Metropolitanas e Política Urbana do Ministério de Planejamento
FACIMP	Faculdade de Imperatriz
FAMA	Faculdade Atenas Maranhense
FEST	Faculdade de Educação Santa Terezinha
HMI	Hospital Municipal de Imperatriz
HRMI	Hospital Regional Materno Infantil de Imperatriz
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDHM	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
MCTIC	Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações
PAS	Pesquisa Anual de Serviços
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua
PNCCPM	Programa Nacional de Apoio às Capitais e Cidades de Porte Médio
PND	Plano Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
PPGCOM	Programa de Pós-Graduação em Comunicação
PPGJOR	Programa de Pós-Graduação em Jornalismo
PROJOR	Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo
RECIME	Rede de Pesquisadores sobre Cidades Médias
REGIC	Regiões de Influência das Cidades
REGIOCOM	Colóquio Internacional de Comunicação para o Desenvolvimento Regional
RMSM	Região Metropolitana do Sudoeste Maranhense
SECOM	Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República
SUDAM	Superintendência Desenvolvimento Amazônia
TCL	Teoria das Localidades Centrais
UEMA	Universidade Estadual do Maranhão
UEMASUL	Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão
UFMA	Universidade Federal do Maranhão
UNISULMA	Unidade de Ensino Superior do Sul do Maranhão

## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	16
1	<b>REDE URBANA, CIDADES MÉDIAS E SERVIÇOS DE MÍDIA</b> .....	22
1.1	<b>Rede urbana: proposições para o estudo das cidades</b> .....	22
1.2	<b>Rede urbana brasileira</b> .....	27
1.2.1	<u>A rede urbana brasileira segundo o REGIC</u> .....	31
1.3	<b>As cidades médias no contexto brasileiro</b> .....	34
1.3.1	<u>As cidades médias na Amazônia</u> .....	40
1.3.2	<u>Imperatriz como cidade média</u> .....	44
1.4	<b>Serviços: conceitos, tipologias e a presença da mídia</b> .....	50
1.4.1	<u>Mídia como serviço: uma leitura a partir das indústrias jornalísticas</u> .....	57
1.4.2	<u>Organização espacial da mídia brasileira</u> .....	60
2	<b>JORNALISMO LOCAL E REGIONAL: LEITURAS E ATUALIZAÇÕES</b> .....	68
2.1	<b>Itinerário da pesquisa brasileira sobre jornalismo local e regional</b> .....	68
2.1.1	<u>O jornalismo local e regional na pós-graduação (2010-2020)</u> .....	73
2.2	<b>Deserto de Notícias</b> .....	81
2.3	<b>O jornalismo no jogo das escalas</b> .....	84
2.4	<b>Local, regional e do interior: apontando definições</b> .....	89
2.4.1	<u>Outras leituras geográficas do jornalismo</u> .....	94
2.5	<b>A noção-chave de proximidade</b> .....	98
3	<b>MAPA DO ITINERÁRIO DA PESQUISA: POR QUAIS CAMINHOS PESQUISAMOS?</b> .....	105
3.1	<b>Estudo de caso</b> .....	105
3.2	<b>Triangulação metodológica</b> .....	107
3.3	<b>Delimitação espacial da pesquisa</b> .....	110
3.4	<b>Coleta de dados empíricos</b> .....	113
3.4.1	<u>Mapeamento dos veículos de comunicação</u> .....	114
3.4.2	<u>Entrevistas semiestruturadas com os jornalistas de Imperatriz</u> .....	116
3.4.3	<u>Survey com os moradores de Imperatriz e das cidades na sua região de influência</u> .....	118
3.4.4	<u>Análise de conteúdo dos produtos jornalísticos</u> .....	121
3.5	<b>Análise e interpretação dos dados</b> .....	122

4	<b>A MÍDIA NAS PEQUENAS CIDADES DA REGIÃO DE IMPERATRIZ ...</b>	124
4.1	<b>As pequenas cidades: notas introdutórias</b> .....	124
4.1.1	<b>As pequenas cidades da região de Imperatriz</b> .....	127
4.2	<b>Mapeamento da mídia</b> .....	130
4.2.1	<u>Rádios comunitárias</u> .....	140
4.2.2	<u>Rádios cipós</u> .....	146
4.3	<b>Consumo de notícias</b> .....	151
4.4	<b>Anotações</b> .....	162
5	<b>DA MÍDIA AO JORNALISMO DE INFLUÊNCIA REGIONAL EM IMPERATRIZ</b> .....	164
5.1	<b>Emergência e evolução dos serviços de mídia</b> .....	164
5.2	<b>A mídia de Imperatriz: paisagem contemporânea</b> .....	168
5.2.1	<u>Jornal impresso</u> .....	169
5.2.2	<u>Rádios</u> .....	171
5.2.3	<u>Televisão</u> .....	176
5.2.4	<u>Sites de notícias</u> .....	180
5.3	<b>Percepções dos jornalistas sobre notícias e produção regional</b> .....	180
5.3.1	<u>Classificação das notícias</u> .....	181
5.3.2	<u>Rotinas de trabalho na cobertura regional</u> .....	185
5.4	<b>Análise de conteúdo</b> .....	192
5.5	<b>Consumo de notícias</b> .....	205
5.6	<b>Por um jornalismo de influência regional: anotações da pesquisa</b> .....	216
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	222
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	227
	<b>APÊNDICE A</b> – Questionário de consumo de notícias .....	246
	<b>APÊNDICE B</b> - Roteiro semiestruturado para entrevista com jornalistas de Imperatriz.....	248
	<b>APÊNDICE C</b> - Termo de autorização do uso das entrevistas .....	249
	<b>APÊNDICE D</b> - Livro de códigos aplicado na análise de conteúdo .....	250
	<b>APÊNDICE E</b> - Registros fotográficos das mídias mapeadas nas pequenas cidades .....	254

## INTRODUÇÃO

Nos últimos anos temos presenciado no Brasil a redescoberta e valorização do jornalismo local e regional. Se antes pouco ouvíamos falar das atividades jornalísticas fora das regiões metropolitanas do centro-sul do país, hoje cresce o interesse por conhecê-las, mapeá-las e explorá-las com mais atenção e profundidade, afinal de contas, são elas as responsáveis pela cobertura de uma cidade ou região específica.

Esse interesse não é recente<sup>1</sup>. Os estudos de Beatriz Dornelles (1999) e, mais tarde, de Sonia Aguiar (2016), por exemplo, demonstram a preocupação da academia em estudar o jornalismo local e regional no país. O que é recente nos estudos são as contribuições da Geografia, introduzidas no campo da Comunicação nacional pelo GP Geografias da Comunicação<sup>2</sup>. Nos dez primeiros anos de existência, o grupo de pesquisadores brasileiros investiu de forma sistemática em pesquisas sobre cidade, fronteiras, territórios, jornalismo local, regional, regionalização, mídia do interior, conteúdo de mídia local, hiperlocal, fluxos de informação, cartografias, espaço digital, entre outros temas (MOREIRA, 2019).

Nesse cenário, chamou nossa atenção o fato dos “perímetros das metrópoles, depois das capitais de região ou de estado [...] serem as partes mais visíveis na produção que une a geografia à comunicação” (FADUL; MOREIRA, 2019, p. 7). Situação que vimos se repetir no nosso levantamento de teses e dissertações de jornalismo local e regional produzidas nos últimos 11 anos no país (2010-2020). A maior parte das investigações encontradas sobre o tema aborda veículos jornalísticos das capitais estaduais e da grande metrópole nacional de São Paulo.

Diante essa constatação, começamos a nos questionar acerca da realidade das cidades médias e pequenas não metropolitanas, situadas no interior dos estados. Quais serviços de mídias dedicados ao jornalismo estão presentes nas cidades médias e como estão constituídos: grupos de mídia, iniciativas isoladas, empresas estatais ou cooperativas profissionais? Que tipo de produção jornalística eles realizam no cotidiano (local e/ou regional)? Qual a direção dos fluxos informativos produzidos por eles? E nas pequenas cidades, há algum tipo de produção informativa ou elas dependem do conteúdo noticioso das cidades médias mais próximas?

---

<sup>1</sup> Sobre mais detalhes do início dos estudos de jornalismo local e regional no Brasil, ver o capítulo 2 desta tese.

<sup>2</sup> O GP Geografias da Comunicação foi criado em 2009 no âmbito da Sociedade de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM). O grupo é formado por 25 pesquisadores de diferentes regiões do Brasil. Possui dois e-books e 189 artigos publicados nos congressos da Intercom entre 2009 e 2018, segundo levantamento feito por Moreira (2019).

Partindo desse contexto de mais questões do que respostas, e o resumindo em uma **pergunta norteadora** da tese, chegamos à seguinte formulação: como se configuram os serviços de mídia nas cidades médias e qual a função do jornalismo produzido por eles no contexto regional? Para dar conta de responder essa pergunta, escolhemos como **objeto empírico de estudo** os serviços de mídia com produção de notícias da cidade média de Imperatriz, localizada no sudoeste do Maranhão e na Amazônia Oriental<sup>3</sup>, junto com as iniciativas midiáticas de 18 cidades pequenas da sua região de influência. São elas: Amarante do Maranhão, Buritirana, Campestre do Maranhão, Cidelândia, Davinópolis, Estreito, Governador Edison Lobão, João Lisboa, Lajeado Novo, Montes Altos, Porto Franco, Ribamar Fiquene, São Francisco do Brejão, São João do Paraíso, São Pedro da Água Branca, Senador La Rocque, Sítio Novo e Vila Nova dos Martírios.

A opção por Imperatriz foi motivada pelo fato dela ser: a) uma cidade do interior, o que vai ao encontro do nosso interesse de pesquisa; b) por ser reconhecida e classificada como cidade média pela Geografia, por meio dos estudos de Branco (2007), Trindade Jr e Pereira (2007), Araújo (2016), Antero (2019) e da SUDAM (2019; 2020). Já a definição das cidades pequenas seguiu a matriz do documento do IBGE (2020) – Região de Influência das Cidades (Regic, 2018). Detalhes a respeito da escolha desses locais estão explicitados no capítulo metodológico.

Com base nisso, o **objetivo geral** desta tese é investigar os serviços de mídia da cidade média de Imperatriz (MA) e a função do seu jornalismo no contexto regional. Decorre desta proposição, os seguintes **objetivos específicos**:

- a) Mapear e caracterizar os serviços de mídia, os fluxos e as redações jornalísticas de Imperatriz;
- b) Analisar a notícia produzida e distribuída pelos veículos jornalísticos imperatrizenses;
- c) Conhecer a percepção dos jornalistas de Imperatriz sobre as notícias que produzem e as rotinas de cobertura regional;
- d) Identificar os serviços de mídia existentes nas cidades pequenas da região de Imperatriz e averiguar ali a presença de produção de informação local;
- e) Entender como ocorre o consumo das notícias pelos moradores locais e do entorno imperatrizense.

---

<sup>3</sup> A Amazônia Legal é formada por nove estados brasileiros, divididos em duas partes: a Amazônia Ocidental, composta pelos estados do Amazonas, Acre, Rondônia e Roraima, e a Amazônia Oriental, formada pelos estados do Pará, Maranhão, Amapá, Tocantins e Mato Grosso.

A pesquisa parte de duas **hipóteses**. A primeira é: Imperatriz possui uma forte centralidade midiática que favorece o desenvolvimento de uma atividade jornalística especializada tanto na cobertura e atendimento das demandas locais quanto das regionais, oriundas das pequenas cidades da região de influência. Devido a isso, o jornalismo assume a condição de “influência regional”. Essa afirmação se baseia na centralidade urbana das cidades médias, que, segundo Branco (2006, p. 250), é a principal característica dessa categoria de locais, “uma vez que nela se apoia o seu poder de articulação entre os diferentes níveis de centro urbano e a sua atuação como centro de oferta de bens e serviços para a sua área de influência”. A segunda hipótese é de que as cidades pequenas da região de influência de Imperatriz são “desertos de notícias”, isto é, locais com acesso limitado a notícias e informações confiáveis e abrangentes capazes de atender as necessidades das comunidades e alimentar a base democrática local (ABERNATHY, 2016). Em função dessa condição, os moradores dessas cidades acabam recorrendo aos veículos jornalísticos de Imperatriz quando precisam informar algum fato ou reivindicar a solução de problemas locais.

Este estudo se **justifica** por pesquisar um universo, em termos espaciais, pouco explorado pelos campos da Comunicação e do Jornalismo, as cidades médias e pequenas não metropolitanas, localizadas no interior dos estados. A produção acadêmica voltada para estes locais é escassa. De livros mais atuais, por exemplo, é possível citar a coletânea de artigos organizada por Francisco de Assis – *Imprensa do Interior: conceitos e contextos* (2013) – e o trabalho de Jacqueline Deolindo – *O negócio da mídia no interior* (2019). Quanto às teses e dissertações, há registros de apenas 17 trabalhos com essa classificação temática publicados no país entre os anos de 2010 e 2020, conforme nosso levantamento no Banco da Capes e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). Isso demonstra que pouco sabemos da mídia e do jornalismo nas cidades médias e pequenas e o quanto é necessário avançarmos cientificamente em direção a estes lugares.

O estudo torna-se ainda mais pertinente porque se realiza na Amazônia Legal, mais precisamente na porção oriental. Essa região, desconhecida da maioria dos pesquisadores, guarda características singulares, tanto em sua estrutura urbana como em sua dinâmica comunicacional, que não podem ser apreendidas pelos mesmos critérios de estudos feitos em outras partes do país. Portanto, é necessário compreender as cidades médias e pequenas amazônicas não como espaços à parte da comunicação, mas sim com particularidades e contornos da sua formação regional.

A **relevância e originalidade** deste estudo reside no fato de estudarmos a mídia e o jornalismo não de forma isolada sob o prisma de uma única cidade, o que geralmente é feito

nas pesquisas de Comunicação, mas tendo como referência a região com a qual mantém relações. Trata-se de uma abordagem ampliada, que descreve, analisa e configura o fenômeno no conjunto de uma cidade média e outras pequenas, com o intuito de demonstrar a importância do jornalismo da cidade média para a sua região no oferecimento de informação de proximidade.

A pesquisa contribui com as discussões atuais em torno da falta de infraestrutura audiovisual e de telecomunicações (regiões de sombra e silêncio) e de informação local (desertos de notícia) (MOREIRA; BIANCO, 2018; ABERNATHY, 2016) em cidades menores, pois aborda as cidades médias como referências espaciais de mídia na rede urbana, que geram e mantêm fluxos informativos mais próximos das comunidades e, ao mesmo tempo, fazem a intermediação daqueles oriundos de lugares distantes do Brasil e do mundo.

A presente pesquisa ainda explora, pela primeira vez, a literatura sobre cidades médias produzida há décadas por geógrafos e instituições brasileiras, como a Rede de Pesquisadores de Cidades Médias (ReCiMe<sup>4</sup>). Dentre as contribuições geográficas, uma das que mais interessa a esta pesquisa está relacionada aos papéis regionais das cidades médias. Segundo Santos e Silveira (2006, p. 280-281), as cidades médias funcionam como “produtoras de bens e serviços exigidos por elas próprias e por seu entorno” e têm como “[...] papel o suprimento imediato e próximo de informação”. Tais afirmações, e outras apresentadas mais adiante, demonstram especificidades nas cidades médias que podem se refletir na produção jornalística produzida por elas, e que precisam ser incorporadas às discussões sobre o jornalismo local e regional desenvolvido em espaços não metropolitanos.

Sob esse ponto de vista, este trabalho oferece uma leitura alternativa às perspectivas que separam a mídia/jornalismo regional da mídia/jornalismo de referência nacional em uma postura negativa e inferiorizada (relacional assimétrica) ou supervalorizada e isolada (superlocal) (PINTO, 2015), que deixam em ‘segundo plano’ ou mesmo apagam os elementos geográficos dos locais de produção e consumo de notícias. Assumimos a abordagem funcional das cidades médias para entender a atuação do jornalismo desenvolvido nestes lugares e reconhecer sua possível influência perante às pequenas cidades da região.

A **metodologia** utilizada na pesquisa foi construída a partir do aporte teórico-metodológico do estudo de caso (YIN, 2001) e da triangulação metodológica (DUARTE, 2009;

---

<sup>4</sup> A Rede de Pesquisadores de Cidades Médias (ReCiMe) foi criada no final de 2006 e é constituída por pesquisadores de 18 instituições brasileiras de ensino superior, duas instituições argentinas e uma chilena (Soares; Melo, 2010; Sposito, 2017). A entidade conta com mais de 20 obras produzidas sobre as cidades médias e diversos artigos publicados pelos participantes.

FLICK, 2004; 2009; TASHAKKORI e TEDDLIE, 2003; OLIVEIRA, 2015), associado ao emprego de quatro procedimentos de coleta de dados empíricos: 1) mapeamento dos veículos de comunicação em funcionamento nas cidades investigadas; 2) entrevistas semiestruturadas com os jornalistas de Imperatriz; 3) *survey* com os moradores de Imperatriz e de duas cidades na sua região de influência; e 4) análise de conteúdo dos produtos jornalísticos. Os resultados gerados por esses procedimentos foram triangulados em torno de três eixos principais: a) infraestrutura de mídia; b) produção de informação local; e c) consumo de notícias. Cada uma das etapas mencionadas está descrita e detalhada no capítulo metodológico.

**A tese está estruturada** em cinco capítulos, além desta introdução e das considerações finais. No primeiro capítulo abordamos a temática da rede urbana, evidenciando a teoria das localidades centrais e suas adaptações. Também comentamos sobre a rede urbana brasileira, as cidades médias, as singularidades das cidades médias na Amazônia e a caracterização de Imperatriz como cidade média. Por último, discutimos a mídia como uma atividade econômica de serviço e demonstramos sua disposição no território nacional a partir dos dados divulgados pelo Regic 2018 (IBGE, 2020).

No segundo capítulo recuperamos os primeiros estudos sobre jornalismo local e regional no Brasil e apresentamos o levantamento de teses e dissertações do assunto defendidas em programas de pós-graduação em Comunicação e Jornalismo (PPGCOM e PPGJOR) entre os anos de 2010 a 2020. Com base em autores nacionais e internacionais, discutimos conceitos importantes para esta pesquisa, como o de deserto de notícias, proximidade, escala, jornalismo local, regional e do interior. Além disso, introduzimos novas proposições geográficas para a atividade jornalística – jornalismo metropolitano e em pequenas cidades – e a nossa reflexão sobre o jornalismo de influência regional.

“Mapa do itinerário da pesquisa: por quais caminhos pesquisamos?” é o título do terceiro capítulo, onde discorremos detalhadamente sobre os passos metodológicos, conforme citados anteriormente. No quarto capítulo apresentamos os resultados da pesquisa de campo nas pequenas cidades sob a influência de Imperatriz. Nestas cidades, mapeamos e discorremos sobre as 36 iniciativas midiáticas encontradas em funcionamento, entre elas: rádios comunitárias, *blogs*, rádios cipós, web rádio, rádio comercial, torre com alto-falante, jornal impresso, portal de notícias, canal no YouTube e jornal por WhatsApp. Diante da realidade encontrada, dedicamos duas seções aos principais arranjos midiáticos que ganham destaque na comunicação das cidades do interior: rádios comunitárias e rádios cipós. Este capítulo encerra com os dados de consumo de notícias em duas cidades pequenas visitadas: Lajeado Novo e

Ribamar Fiquene, refletindo sobre os fluxos noticiosos acessados pelos moradores entrevistados.

No último capítulo desvendamos o ecossistema midiático da cidade média de Imperatriz. Iniciamos com os dados sobre a formação da mídia, configuração atual e distribuição dos fluxos informativos. Em seguida, apresentamos as percepções dos jornalistas de Imperatriz sobre as notícias e a cobertura regional. Depois, evidenciamos os resultados da análise de conteúdo do jornal impresso e telejornais locais e dos hábitos de consumo de notícias dos moradores da cidade. O encerramento deste capítulo encaminha o leitor para uma proposição do conceito de jornalismo de influência regional a partir da triangulação dos dados em torno da infraestrutura de mídia, produção de informação local e consumo de notícias.

Toda esta tese persegue e busca responder qual a função do jornalismo no contexto regional a partir da atuação dele nas cidades médias. Para tanto, esta pesquisadora esteve presencialmente (antes da pandemia) em todos os lugares citados, conversando com jornalistas, comunicadores e moradores, observando a paisagem do Brasil profundo, enfrentando as dificuldades de locomoção e acesso à internet. Os dados, inicialmente desconhecidos e desconhecidos de informação sobre a mídia de Imperatriz e região, agora podem ser facilmente acessados, refletidos e contestados. Muito deste trabalho está traduzido, além de texto, em mapas que dão clareza sobre os fluxos noticiosos da região e também em gráficos e tabelas para singularizar aspectos necessários de reflexão. A pesquisa localizada aqui abre margem para mais investigações de mídia e jornalismo nas cidades médias e pequenas em todo Brasil.

## 1 REDE URBANA, CIDADES MÉDIAS E SERVIÇOS DE MÍDIA

Ao pesquisar o jornalismo nas cidades médias é válido recuperar e apresentar as contribuições da Geografia sobre esses locais. Para isso, organizamos este capítulo em três frentes que cercam diretamente nosso objeto de estudo: a) rede urbana; b) cidades médias; e c) serviços de mídia. A primeira, que se desdobra em três itens, traz os conceitos e perspectivas teóricas sobre rede urbana, a formação da rede urbana brasileira e sua configuração atual apresentada no estudo Regiões de Influência das Cidades (REGIC, 2018). A segunda discute a situação das cidades médias na estrutura urbana, suas características e papéis de intermediação. Também evidencia as particularidades das cidades médias na região amazônica, a conformação de Imperatriz enquanto cidade média na Amazônia Oriental e polo regional no interior do estado do Maranhão. A terceira parte se debruça sobre os serviços de mídia, desde sua constituição como atividade econômica até a localização nas cidades brasileiras.

### 1.1 Rede urbana: proposições para o estudo das cidades

O espaço enquanto “produto de inter-relações” (MASSEY, 2008) está organizado em redes geográficas que viabilizam a comunicação e circulação das atividades na sociedade (DIAS, 2000). Elas são definidas como um “conjunto de localizações humanas articuladas entre si por meio de vias e fluxos” (CORRÊA, 2018, p. 50) e se diferenciam de outros tipos de redes presentes na superfície terrestre por sua espacialidade e natureza social (CORRÊA, 2018).

Considerando esta definição, as redes geográficas podem se manifestar de diferentes formas: sociais, empresariais, financeiras, bancárias, de partidos políticos, técnicas, urbanas, entre outros (CORRÊA, 2018; VIDEIRA, 2017). No caso da rede urbana, ela é apontada por Corrêa (2018) como a mais significativa das redes geográficas.

Consideramos como uma síntese, se não de todas, de muitas e muitas redes geográficas, cujos nós e fluxos específicos iniciam-se e finalizam nas cidades, ou passam por elas, a exemplo das redes ferroviárias, de uma bacia leiteira, das dioceses, dos bancos, dos partidos políticos, dos órgãos públicos e das grandes corporações. A rede urbana pode, assim, ser vista como a rede-síntese das demais redes geográficas, ela própria sendo uma rede geográfica (CORRÊA, 2018, p.54).

Na perspectiva do geógrafo, a rede urbana é um “conjunto de centros funcionalmente articulados” que se constitui de forma simultânea em um reflexo *da* e uma condição *para* a divisão territorial do trabalho (CORRÊA, 1994). Reflexo na medida em que estabelece “uma hierarquia urbana e uma especialização funcional definidoras de uma complexa tipologia de

centros urbanos” e condição, pois desenvolve funções (comércio atacadista e varejista, indústrias e serviços de transporte, armazenagem, contabilidade, educação, saúde, etc.) articuladas entre as cidades e viabiliza os processos de produção, circulação e consumo (CORRÊA, 1994, p.48).

Sposito (2017b, s/p) corrobora com o pensamento do autor ao afirmar que o desenvolvimento do capitalismo gerou uma divisão interurbana de trabalho “tão forte, tão significativa, que o grau de dependência se estabelece de tal forma que cada uma das cidades não poderia viver por si”. Ou seja, as cidades hoje não conseguem viver independentes umas das outras, mas relacionadas entre si na forma de redes urbanas.

Sob outro ponto de vista, Pierre George (1983, p. 206) afirma que a rede urbana se estabelece a partir de relações entre a cidade e a região, mais precisamente entre a cidade e o campo ou entre cidades. Para ele, a rede urbana é “uma verdadeira armação de cada região”. Jacqueline Beaujeu-Garnier (1980, p. 406) também considera que a rede urbana é formada no contexto regional ao compreendê-la como “um conjunto de cidades que existem no espaço considerado” de uma região ou nação.

Michel Rochefort (1998, p.20), por sua vez, aponta que a rede urbana está estruturada em um conjunto de cidades com “zonas de influência, no interior de uma região, controlada por um centro regional”. Por esse entendimento, as localidades de uma determinada região estabelecem entre si uma hierarquia baseada, conforme o autor, nas atividades terciárias (comércio, serviços e administração). Em outras palavras, é o “volume do setor terciário que dá importância relativa aos centros” (SANTOS, 1959, p.20) e os diferencia em uma organização espacial.

Em meio a esse arranjo de ideias é relevante destacar que a rede urbana é articulada por meio dos fixos e fluxos. Segundo Santos (1994), os fixos são elementos presos em cada lugar, como casas, portos, armazéns, plantações e fábricas, ou seja, são as formas físicas fruto do trabalho social do homem. Eles podem ser classificados em econômicos, sociais, culturais, religiosos ou até mesmo públicos e privados. De acordo com o autor,

Os fixos são econômicos, sociais, culturais, religiosos etc. Eles são, entre outros, pontos de serviço, pontos produtivos, casas de negócio, hospitais, casas de saúde, ambulatórios, escolas, estádios, piscinas e outros lugares de lazer. Mas se queremos entender a cidade não apenas como um grande objeto, mas como um modo de vida, há que distinguir entre os fixos públicos e os fixos privados. Estes são localizados segundo a lei da oferta e da procura, que regula também os preços a cobrar. Já os fixos públicos se instalam segundo princípios sociais, e funcionam independentemente das exigências do lucro (SANTOS, 2011, p.194).

Nesse ínterim, os elementos fixos viabilizam o desenvolvimento de ações que atravessam e dinamizam sua presença, são os chamados fluxos. Para Santos (1994), os fluxos estão relacionados às ações, ao movimento de coisas materiais (produtos, mercadorias, mensagens materializadas) e imateriais (ideias, ordens, informações, mensagens não materializadas) (Santos, 1994) que permitem as interações entre os fixos. Desse modo, fixos e fluxos agindo conjuntamente criam as condições para o aparecimento e manutenção das redes urbanas.

A respeito dos estudos sobre redes urbanas, Corrêa (1994) comenta que o interesse da Geografia pela temática emerge na Europa a partir de 1920 na Alemanha, entre os geógrafos possibilistas franceses e os britânicos envolvidos com o planejamento urbano regional. É neste momento que surge uma das proposições mais importantes e tradicionais sobre a disposição hierárquica das cidades no espaço – a Teoria das Localidades Centrais (TCL) de Walter Christaller (1933 [1981]).

Essa teoria, aqui sinteticamente apresentada, busca explicar a organização espacial dos centros urbanos. A formulação teórica, expressa na tese de doutorado *The Central Places in Southern Germany*, partiu dos seguintes questionamentos: “por que existem cidades grandes e pequenas? E por que são tão irregularmente distribuídas?” (CHRISTALLER, 1982, p. 396, tradução nossa)<sup>5</sup>.

Para responder essas perguntas, Christaller buscou demonstrar que os tamanhos, o número e a distribuição das cidades não ocorriam de forma aleatória ou desordenada, mas seguia um princípio de ordem relacionado à economia dos lugares. “Para a existência da cidade, os fatores econômicos são, por conseguintes determinantes [...]. Por esta razão, a geografia dos assentamentos faz parte da geografia econômica” (CHRISTALLER, 1982, p. 397, tradução nossa)<sup>6</sup>. Apoiando-se neste aspecto, o autor defende que a rede urbana está estruturada a partir de “lugares centrais”, ou seja, cidades nas quais as densidades demográficas e de atividades econômicas são maiores que as de seu entorno. Como consequência, as cidades localizadas ao redor (chamada de região complementar ou área de influência) estabelecem uma relação de dependência e complementaridade com o lugar central ao adquirir produtos essenciais oferecidos por ele e, ao mesmo tempo, o abastecer com alimentos e matérias-primas.

---

<sup>5</sup> Texto original em espanhol: ¿ por qué hay ciudades grandes y pequeñas?, y ¿ por qué están tan irregularmente distribuídas?

<sup>6</sup> Texto original em espanhol: Para la existencia de la ciudad, los factores económicos son, pues, decisivos [...]. Por esta razón, la geografía de los asentamientos forma parte de la geografía económica.

Segundo Christaller (1981), todos os núcleos de povoamento, independente de seu tamanho, são dotados de funções centrais, isto é, atividades de distribuição de bens e serviços para uma população externa. Elas são responsáveis pelo estabelecimento da centralidade, que significa “a importância relativa de um lugar em relação à região que o circunda, ou o grau em que a cidade exerce funções centrais” (CHRISTALLER, 1981, p. 29). Dessa forma, quanto maior o número de funções centrais desempenhadas por um centro urbano, maior será o seu nível de centralidade, sua área de influência e o número de pessoas por ela atendido.

No desenvolvimento das funções centrais atuam dois mecanismos: o limite crítico da demanda (limiar) e o alcance espacial. O primeiro diz respeito a um público mínimo para tornar rentável a oferta de bens e serviços. O segundo conceito refere-se à distância máxima que as pessoas estão dispostas a percorrer para obter um bem ou serviço. Associado a essas definições, o modelo christalliano aponta que bens e serviços básicos e de consumo mais frequente, tais como mercearias, padarias e lojas de equipamentos, são ofertados em um número maior de localidades centrais (áreas de mercado ou centros urbanos), sendo, portanto, chamados de bens e serviços de baixa ordem. Caracterizam-se por apresentar um limiar e alcance espacial reduzido. Os bens e serviços de uso esporádico e mais sofisticados (joalheiras, casas de câmbio e embaixadas) são encontrados em um menor número de centros urbanos, considerados assim bens e serviços de alta ordem. Apresentam limiar mínimo e alcance espacial maior. A partir da diferenciação da oferta de bens e serviços forma-se uma hierarquização da oferta destes pelas localidades, onde

[...] aquelas com baixo nível hierárquico (aldeias, vilas, cidades pequenas) distribuem bens e serviços procurados muito frequentemente, possuindo área de influência espacialmente restrita; as de nível imediatamente superior (capitais regionais, cidades médias) distribuem além daqueles bens e serviços distribuídos pelos centros inferiores, bens e serviços menos procurados, possuindo uma área de influência maior que inclui os centros menos especializados e suas respectivas áreas de influência. O centro de mais alto nível (metrópole regional) distribui, finalmente, todos os bens e serviços já distribuídos pelos centros inferiores, distribuindo, ainda alguns para os quais se constitui no único centro distribuidor para uma ampla região do país (IBGE, 1987, p. 11).

À medida que Christaller prossegue em sua teoria, ele identifica três arranjos diferentes de lugares centrais de acordo com os princípios de mercado, de transporte e administrativo. O princípio de mercado preconiza que cada centro de alta ordem atende três centros (incluindo ele mesmo) de ordem inferior, formando assim uma rede com poucos centros. O segundo princípio de transporte compreende a redução das distâncias entre os centros e os consumidores, de modo a minimizar os custos com deslocamentos. Nesse caso, os centros de ordem inferior se localizam linearmente entre dois centros de ordem imediatamente superior. O princípio

administrativo pressupõe que os lugares centrais de menor importância estão subordinados, do ponto de vista político e administrativo, a um lugar central de classe mais elevada (Christaller, 1981; Bradford; Kent, 1987; Corrêa, 1994). As organizações espaciais associadas a esses princípios foram apresentadas por Christaller em fórmulas identificadas respectivamente como  $k=3$ ,  $k=4$  e  $k=7$  e representadas por meio de hexágonos.

A Teoria dos Lugares Centrais gerou diversos outros desdobramentos, tais como a análise da Teoria do Equilíbrio Espacial Geral, de August Lösch (1939), que considera a distribuição das atividades econômicas no espaço a partir da racionalidade das escolhas locais das firmas em busca de maximizar os lucros dos produtores, e a Teoria dos Fluxos Centrais, de Peter Taylor (2010), que trata das relações complexas não locais e não hierárquicas estabelecidas entre as cidades globais.

Além destes, a rede de localidades centrais ganha contornos particulares nos países subdesenvolvidos. Nesses lugares, conforme Corrêa (1997), a rede apresenta forte semelhança com o esquema christalleriano, mas demonstra modos distintos de organização, os quais podem coexistir em uma mesma rede regional. São eles: rede dendrítica de localidades centrais, mercados periódicos e desdobramento da rede em dois circuitos.

A rede dendrítica é facilmente encontrada em países de colonização europeia, onde a cidade mais importante (de localização junto ao mar) era fundada estrategicamente em face de uma futura hinterlândia. Caracteriza-se pelo excessivo número de pequenos centros e uma ausência de cidades intermediárias, o que contribui para o desenvolvimento de interações de longas distâncias, feitas com uma única cidade primaz (CORRÊA, 1997). Como consequência desse padrão espacial, verifica-se que à “medida que se afasta da cidade primaz, os centros urbanos diminuem gradativamente de tamanho populacional, no valor de vendas do comércio atacadista e em termos de expressão política” (CORRÊA, 1997, p. 45).

Os mercados periódicos são o segundo modo como está estruturada a rede das localidades centrais nos países em desenvolvimento. Eles são definidos como núcleos de povoamento, tipicamente rurais, que são transformados em localidades centrais durante um ou mais dias fixos na semana, mês ou outro período de intenso movimento comercial (CORRÊA, 1997).

A terceira adaptação do modelo christalleriano para os países subdesenvolvidos é a rede em dois circuitos econômicos, desenvolvida por Milton Santos na década de 1970. A proposição parte do entendimento de que os processos de modernização tecnológica formam dois circuitos de produção, distribuição e consumo. Um deles (circuito superior) é resultado direto da modernização tecnológica, constituído por bancos, comércio, indústria de exportação,

indústria moderna, serviços modernos, atacadistas e transportadores. É formado pelas classes ricas e uma parcela expressiva da classe média. O circuito inferior, por sua vez, é constituído por atividades de pequena escala voltados principalmente às populações pobres (SANTOS, 2004).

Segundo Santos (2004, p. 353), os dois circuitos da economia estruturam as localidades centrais de modo que cada cidade disponha de duas áreas de influência “de dimensões diferentes, e cada uma delas varie em função do tipo de aglomeração bem como dos procedimentos de cada circuito”. Ou seja, os níveis hierárquicos de centros urbanos atuam de forma distinta em cada circuito econômico. As cidades locais exercem maior parte de sua influência através do circuito inferior, pois é onde estão concentradas suas atividades. No âmbito do circuito superior, o limiar das atividades é meramente “hipotético”, nunca alcançável, cabendo as possibilidades de produção ou de comercialização de certos bens às cidades de nível superior.

As metrópoles, por outro lado, estabelecem relações com sua área de influência principalmente pelo circuito superior, tendo em vista que “somente seu mercado urbano é suficiente para permitir certas produções modernas, sobretudo numa situação de monopólio. Mas, entre os bens produzidos, o alcance pode chegar aos limites do país” (SANTOS, 2004, p. 354). No circuito inferior, a influência das metrópoles tende a se confundir com seus próprios limites urbanos, isto é, os bens e serviços oferecidos pelo circuito inferior não atraem residentes fora do centro metropolitano. Já as cidades intermediárias transitam pelos dois circuitos, ora um tendo maior importância, ora o outro (SANTOS, 2004).

Após revisitar algumas definições e abordagens geográficas sobre rede urbana, interessa-nos conhecer o processo de formação da rede urbana brasileira, apresentando características e transformações socioespaciais ao longo do tempo, assunto que comentamos na sequência.

## 1.2 Rede urbana brasileira

A rede urbana brasileira inicia-se no período colonial com a criação de vilas e cidades voltadas ao escoamento da produção agrícola para países do exterior. Toda a organização formada tinha como propósito exclusivo a ocupação, a dominação e a extração máxima dos recursos locais, o que provocou um retardamento do processo de urbanização no Brasil. Durante o período de 1500 a 1720, o sistema urbano estava constituído apenas por um conjunto de 63 vilas e oito cidades (ANDRADE; LODDER, 1979; SANTOS, 1993).

Nesse momento, as “cidades eram verdadeiros espaços fantasmas, nos quais seus proprietários, ligados à atividade agrária, apenas vinham ocupá-las em tempos de festas” (HOLANDA, 2010, p. 254). A realidade começa a mudar em meados do século XVIII quando a urbanização se desenvolve e “a casa torna-se a residência mais importante do fazendeiro ou do senhor de engenho, que só vai à sua propriedade rural no momento do corte e da moenda da cana” (BASTIDE, 1978, apud SANTOS, 1993, p. 19). Apesar disso, é somente no final do século seguinte que o processo urbano amadurece, precisando ainda mais de um tempo para atingir as características atuais (SANTOS, 1993).

O sistema de cidades até o século XIX foi então constituído pela combinação de dois elementos principais: a localização do poder político-administrativo e a centralização correspondente dos agentes econômicos e suas atividades (ANDRADE; LODDER, 1970). Corroborando com essa explicação, Santos (1993) a partir de Goulart Reis (1968) aponta os seguintes fatores da urbanização no sistema colonial: a organização político-administrativa caracterizada pelas capitânicas hereditárias, governo geral e organização municipal, as atividades econômicas rurais (agricultura de exportação e subsistência) e as camadas sociais correspondentes (proprietários rurais e os atores das atividades econômicas urbanas).

Com a chegada do século XIX, o processo de urbanização avança no Brasil impulsionado por vários fatores, dentre eles: a libertação dos escravos em 1888, a proclamação da República em 1889, a expansão da indústria a partir das atividades ligadas à cafeicultura e a necessidade de um mercado consumidor interno (MARICATO, 2001). Foi nesse período, de acordo com Santos (1993), que a produção de café tornou o estado de São Paulo o polo mais dinâmico do país, abrangendo também o Rio de Janeiro e Minas Gerais, com a implantação de ferrovias, melhoria dos portos, criação dos meios de comunicação, instalação de fluxos de comércio internacional, consumo, trabalho e formas capitalistas de produção. Como consequência estabelece-se uma integração limitada do espaço e do mercado, com participação apenas de uma parcela do território nacional e São Paulo como estado polarizador (SANTOS, 1993).

Em 1930, as novas condições políticas e organizacionais intensificaram a industrialização por meio da intervenção do poder público nas cidades, que passou a investir em obras de infraestrutura e melhores condições para o desenvolvimento industrial, visando a substituição de importações e fortalecimento do mercado interno. Posteriormente, entre as décadas de 1940 e 1950, a lógica da industrialização prevalece, assumindo um caráter de processo social complexo, que inclui esforços de formação de um mercado nacional, integração do território e desenvolvimento da urbanização (SANTOS, 1993).

Por esse caminho, se verifica a partir da década de 1940 o crescimento da população nas cidades e a redução gradual dos moradores do campo. Segundo Baer e Geiger (1976, p. 8), “[...] em 1940, a população do Brasil ainda era predominantemente rural, com apenas 31,2% vivendo em centros urbanos. Desde então, no entanto, o processo de urbanização, medido pela população vivendo em centros urbanos, foi muito rápido”. Em 1970, mais da metade dos brasileiros (55,9%) já morava em áreas urbanas. Sobre essa realidade, Santos (1993, p. 29) comenta que entre “1940 e 1980, dá-se verdadeira inversão quanto ao lugar de residência da população brasileira. [...] Nesses quarenta anos, triplica a população total do Brasil, ao passo que a população urbana se multiplica por sete vezes e meia”.

Como parte do mesmo processo, observa-se um aumento no número e população das cidades médias, entendidas por Santos (1993, p.73) como aquelas acima de 100 mil habitantes. O autor aponta que as “aglomerações com mais de 100 mil habitantes, raras em 1940 – quando eram apenas dezoito em todo o país – veem o seu número aumentado nos recenseamentos seguintes, alcançando 142 em 1980”. Dessa forma, as cidades médias passaram a despontar no cenário urbano brasileiro, crescendo em ritmo mais acelerado que as metrópoles e atraindo políticas públicas de desenvolvimento e ordenamento territorial, como veremos mais adiante.

Em decorrência deste cenário, Andrade e Lodder (1979) afirmam que a rede urbana brasileira ingressa em uma nova etapa de consolidação, caracterizada pela concentração da população urbana, desenvolvimento das áreas metropolitanas e o aparecimento de subsistemas regionais ligados às metrópoles regionais. De acordo com os autores,

Estabeleceu-se, assim, uma estrutura urbana com centros primazes que dominavam uma hierarquia de cidades nos espaços periféricos. [...] uma estrutura “multi-hierarquizada” baseada em cidades primazes, com vasta rede de pequenas cidades sem função complementar às grandes metrópoles, servindo apenas como uma ponte entre campo e o meio urbano desenvolvido (ANDRADE; LODDER, 1979, p. 29).

Em outras palavras, o Brasil apresentava duas metrópoles (Rio de Janeiro e São Paulo) exercendo a primazia no sistema urbano, seguidas de metrópoles regionais (como Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Porto Alegre e Belo Horizonte) que polarizavam as atividades econômicas dentro de suas áreas de influência (ANDRADE; LODDER, 1979).

Corrêa (2001) também reconhece que a rede urbana brasileira, por volta de 1960, caracterizava-se por uma pequena complexidade funcional dos seus centros urbanos traduzida em uma hierarquia urbana formada por duas metrópoles nacionais (Rio de Janeiro e São Paulo), metrópoles regionais consolidadas (Porto Alegre, Salvador, Recife e Belém), metrópoles regionais em formação (Belo Horizonte, Curitiba e Fortaleza), inúmeras capitais regionais, centros sub-regionais, centros de zona e centros locais. Ao lado dessa característica, o sistema

urbano da época distinguia-se pelas interações espaciais predominantemente regionais e a existência de padrões espaciais simples.

A esta pequena complexidade funcional da rede urbana associava-se um padrão de interações espaciais predominantemente regionais. Em outros termos, o país estava estruturado em torno de metrópoles regionais consolidadas ou em formação. É no âmbito das hinterlândias metropolitanas que se processavam as relações econômicas principais, como por exemplo, a rede ferroviária e a bancária do país [...]. Os padrões espaciais da rede urbana brasileira eram basicamente dois tipos. O primeiro, herdeiro de um passado colonial, de conquista e ocupado a partir de pontos iniciais no litoral, é do tipo dendrítico que, por volta de 1960 tinha na rede urbana de Belém a sua mais notável expressão. O segundo, caracterizado por lugares centrais hierarquizados, é do tipo christalleriano, organizado por uma metrópole que polariza os demais núcleos urbanos (CORRÊA, 2001, 425-426).

Com a inserção do Brasil no processo de globalização e integração nacional, a rede urbana brasileira no “alvorecer do século XXI” passa pelas seguintes transformações: a continuidade da criação de novos núcleos urbanos, a crescente complexidade funcional dos centros urbanos, a mais intensa articulação entre centros e regiões, a complexidade dos padrões espaciais da rede e as novas formas de urbanização (CORRÊA, 2001). A continuidade de criação de novos núcleos urbanos é resultado da incorporação de novas áreas e refuncionalização de outras, como foi o caso do oeste baiano e da Amazônia. A crescente complexidade funcional dos centros urbanos corresponde ao aumento de diferenciação entre os centros urbanos a partir do surgimento de especializações produtivas.

[...] os centros urbanos não podem mais ser classificados com base em suas funções centrais, definidoras das posições de cada centro na hierarquia de lugares centrais, isto é, como metrópoles regionais, capitais regionais e assim sucessivamente. Especializações produtivas emergiram, conferindo às cidades funções especializadas, muitas das quais melhor as definem. As especializações geraram centros que, em maior ou menor grau, gravitam em torno da indústria, metalurgia, calçados, confecções, móveis, maquinário agrícola, papel, entre outras, ou de serviços, como o religioso ou de ensino superior, ou do lazer, entre outras especializações (CORRÊA, 2001, p.428).

Junto a esse processo, estabelecem-se (via telegráfica, ferroviária, rodoviária e pelas modernas redes de comunicações) interações entre centros de mesma dimensão demográfica localizados tanto em uma mesma região como em regiões distintas. Emergem também interações que articulam centros de tamanhos distintos, comandadas por metrópoles regionais diferentes (CORRÊA, 2001).

A quarta modificação da rede urbana brasileira que emerge das anteriores é o surgimento no país de “[...] numerosos e complexos ciclos de reprodução do capital, geradores de interações multifacetadas, multidirecionadas e de intensidades variadas, que geram uma rede urbana cada vez mais complexa” (CORRÊA, 2001, p. 429), com padrões espaciais diferenciados, não

somente christalleriano ou dendrítico. Por último, as novas formações urbanas surgem das coalescências de municípios contíguos ou próximos de lugares centrais, como em São Paulo (espraiando-se na direção de Sorocaba, Rio de Janeiro e Ribeirão Preto), no litoral gaúcho (no paralelo de Porto Alegre, estendendo-se ao litoral capixaba) e na macrorregião do Centro-Sul (CORRÊA, 2001).

Frente a esse cenário, diversas instituições, órgãos e universidades brasileiras começam a realizar pesquisas sobre a organização urbana do país com o objetivo de estabelecer classificações para as cidades. Nesse sentido, destaca-se os estudos desenvolvidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) desde os anos 1960, o “Regiões de Influência das Cidades” (Regic), o qual abordamos de maneira mais detalhada no próximo tópico.

### 1.2.1 A rede urbana brasileira segundo o REGIC

O estudo Regiões de Influência das Cidades (Regic) estabelece a hierarquia dos centros urbanos brasileiros e delimita suas respectivas áreas de influência a partir dos bens e serviços neles oferecidos e seu alcance espacial. Trata-se de uma das mais importantes publicações sobre a rede urbana brasileira, uma vez que contribui para a compreensão da evolução histórica do fenômeno urbano no país, sobretudo das relações entre centros urbanos (IBGE, 2020).

Desenvolvido pelo IBGE há cinco décadas, a primeira versão do Regic foi realizada em 1966 e publicada em 1972 com o nome de “Divisão do Brasil em regiões funcionais urbanas”. Decorridos mais de dez anos, em 1983, o Instituto finalizou a atualização do estudo, mas só em 1987 publicou a edição com o título que perdura até o presente, “Regiões de Influência das Cidades”. A publicação seguinte ocorreu em 1993 (divulgada em 2000), a outra em 2007 (lançada em 2008) e a mais recente em 2018 (publicada em 2020).

O primeiro estudo foi coordenado pelo geógrafo Pedro Pinchas Geiger e teve como referencial teórico-metodológico os trabalhos de Michel Rochefort. Seu desenvolvimento partiu da contagem de relacionamentos ou vínculos mantidos entre os centros urbanos para fornecimento e consumo de 12 atividades distribuídas em três setores: fluxos agrícolas, distribuição de bens e serviços à economia e à população. Os dados analisados foram oriundos do questionário aplicado, em 1966, nos municípios com população superior a 10 mil habitantes. Com base nos resultados foram estabelecidas quatro classes de centros urbanos, sendo elas: **nível 1** - Grande Metrópole Nacional (São Paulo), Metrópole Nacional (Rio de Janeiro), Centros Metropolitanos Regionais (Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife e Salvador), Centros

Macrorregionais (Belém, Curitiba, Fortaleza e Goiânia); **nível 2** - Centros Regionais A e B; **nível 3** - Centros Sub-Regionais A e B; e **nível 4** - Centros Locais A e B.

O estudo de 1987 tomou como base conceitual a Teoria das Localidades Centrais de Christaller e foi coordenado pelo professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Roberto Lobato Corrêa. As informações sobre a centralidade dos centros urbanos, isto é, os bens e serviços que distribuem e a área onde a distribuição se realiza, foram obtidas por meio de questionário aplicado a 1.416 sedes de municípios. O questionário apoiou-se na presença de 76 bens e serviços, cuja concentração permitiu agrupar os municípios em seis grupos hierarquizados: 1) Metrópole Regional; 2) Centro Sub-Metropolitano; 3) Capital Regional; 4) Centro Sub-Regional; 5) Centro de Zona e 6) Municípios Subordinados.

O terceiro Regic, publicado em 2000, contou com a coordenação de Marília Carvalho Carneiro e Luiz Alberto dos Reis Gonçalves, e apoiou-se nas formulações de Christaller, com os acréscimos teóricos da proposição dos dois circuitos urbanos de Milton Santos. Para operacionalizar a pesquisa, os coordenadores definiram 46 bens e serviços raros ou frequentes, que constituíram a base da investigação, e aplicaram os questionários em 2.106 centros urbanos, de um total de 4.495 municípios brasileiros existentes na época. O resultado foi a identificação de oito níveis de centralidade no sistema urbano: Máximo, Muito Forte, Forte, Forte para Médio, Médio, Médio para Fraco, Fraco e Muito Fraco.

A pesquisa seguinte, Regiões de Influência das Cidades – 2007, foi lançada em 2008 e coordenada pela Diretoria de Geociências do IBGE, tendo à frente Evangelina X. G. de Oliveira e Claudio Stenner. Este novo estudo considerou a introdução de novas tecnologias e alterações nas redes técnicas, o aprofundamento da globalização e o avanço da ocupação interna do país em direção às fronteiras como fatores que imprimiram modificações marcantes no território brasileiro e, conseqüentemente, no sistema das cidades. Devido a isso, adotou no quadro teórico, de forma complementar à tradicional Teoria das Localidades Centrais, a ideia do “sistema de cidades articuladas em redes” (IBGE, 2008).

No Regic 2007, a hierarquização dos centros urbanos e a definição de suas áreas de influência foram desenvolvidas em três etapas. A primeira estabeleceu uma classificação das cidades privilegiando a função de gestão do território e, complementarmente, informações sobre diferentes equipamentos e serviços (atividades de comércio e serviços, atividade financeira, ensino superior, serviços de saúde, Internet, redes de televisão aberta e transporte aéreo). Na segunda etapa, foram investigadas ligações entre cidades, de modo a delinear as áreas de influências dos centros e a esclarecer a articulação das redes no território. Por fim, na última fase, realizou-se a hierarquização dos centros urbanos, culminando com os seguintes

níveis e subníveis: 1) Metrôpoles (Grande Metrôpole Nacional, Metrôpole Nacional e Metrôpole); 2) Capital Regional (A, B e C); 3) Centro Sub-Regional, (A e B); 4) Centro de Zona (A e B); e 5) Centros Locais (IBGE, 2008).

A edição mais recente da pesquisa, Regic 2018, foi divulgada em 25 junho de 2020 pelo IBGE. O estudo, que constitui a quinta versão da série, foi organizado pela Diretoria de Geociências, com a coordenação do geógrafo Marcelo Paiva da Motta. Do ponto de vista teórico, o trabalho combina a Teoria das Localidades Centrais de Christaller (1933) e a Teoria dos Fluxos Centrais de Peter Taylor (2001, 2019). A metodologia aplicada na publicação foi a mesma de 2007, porém com alguns aprimoramentos, como por exemplo, o uso de três informantes por cidade, o aumento do número de quesitos do questionário e a inserção dos Arranjos Populacionais como uma das unidades territoriais da pesquisa, em substituição às Áreas de Concentração de População (ACP) (IBGE, 2020).

A operacionalização da pesquisa ocorreu em quatro etapas: 1) definição da centralidade de gestão do território (pública e empresarial) das cidades, classificação em cinco grupos e identificação das ligações entre cidades por gestão do território; 2) definição dos destinos principais para busca de bens e serviços, cálculo do Índice de Atração das Cidades e identificação das Metrôpoles; 3) encadeamento da rede de cidades e estabelecimento das regiões de influência; e 4) definição da hierarquia dos centros urbanos remanescentes e ajuste dos vínculos de Capitais Regionais. Como resultado, o estudo chegou à seguinte classificação dos centros urbanos:

- a) **Grande Metrôpole Nacional** – Arranjo Populacional de São Paulo (SP), concentrando 21,5 milhões de habitantes em 2018;
- b) **Metrôpoles Nacionais** – Arranjos Populacionais do Rio de Janeiro (RJ) e Brasília (DF), com respectivamente 12,7 milhões e 3,9 milhões de habitantes;
- c) **Metrôpoles** – Arranjos Populacionais de Belém (PA), Belo Horizonte (MG), Campinas (SP), Curitiba (PR), Florianópolis (SC), Fortaleza (CE), Goiânia (GO), Porto Alegre (RS), Recife (PE), Salvador (BA), Vitória (ES) e o Município de Manaus (AM). Apresentam média populacional de 3 milhões de habitantes;
- d) **Capitais Regionais** – 97 Cidades organizadas em três níveis, A, B e C. As capitais do tipo A são nove cidades, em sua maioria capitais estaduais, com população entre 800 mil e 1,4 milhão de habitantes. As capitais do tipo B são 24 cidades com centralidades de referência no interior dos estados e média populacional de 530 mil habitantes. E as capitais do tipo C

compreendem 64 centros urbanos com uma média nacional de 300 mil habitantes;

- e) **Centros Sub-Regionais** – 352 Cidades divididas nos níveis A e B, com média nacional de 85 mil habitantes, maiores na região Sudeste (100 mil) e menores nas regiões Sul e Centro-Oeste (75 mil);
- f) **Centros de Zona** – 398 Cidades subdivididas em dois grupos, A e B, com média populacional de 30 mil habitantes;
- g) **Centros Locais** – 4.037 centros urbanos, com média populacional de apenas 12,5 mil habitantes.

Conforme os dados da edição, a rede urbana brasileira atual contém 15 Metrôpoles. São Paulo continua a ocupar, isoladamente, a posição de maior hierarquia urbana do país. Em seguida, temos os Arranjos Populacionais de Brasília e Rio de Janeiro ocupando a segunda colocação hierárquica, também com forte presença nacional (IBGE, 2020).

A principal novidade da nova classificação do Regic 2018 é a mudança de nível hierárquico das cidades de Campinas (SP), Florianópolis (SC) e Vitória (ES). Em 2007, elas estavam classificadas como Capitais Regionais A, e agora passam a figurar como Metrôpoles. Destaque para Campinas (SP), única cidade do grupo que não é capital estadual. Em termos de capitais regionais, 32 novas cidades foram elevadas a esse nível, totalizando um conjunto de 97. Apesar dessas alterações, a mobilidade na rede urbana brasileira é baixa, pois, no período de dez anos (periodicidade do REGIC), a maioria das localidades, 86%, não sofreu nenhuma mudança hierárquica, conforme o IBGE (2020).

Cabe destacar que o Regic 2018, assim como versões anteriores, considerou a difusão de informações no território brasileiro por meio da infraestrutura de mídia como um dos elementos fundamentais para qualificar os centros urbanos. Discutimos melhor esse aspecto ao apresentar os resultados da pesquisa de mídia dessa edição.

### 1.3 As cidades médias no contexto brasileiro

As cidades médias ganham destaque no sistema urbano brasileiro graças ao desenvolvimento das primeiras políticas públicas interessadas em promovê-las a centros estratégicos nacionais. Estamos nos referindo ao II Plano Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (II PND), lançado em 1975 pelo governo militar com o objetivo de reduzir as desigualdades regionais, conter o fluxo migratório na direção de grandes cidades e metrôpoles (em especial as localizadas no Sudeste), e incentivar a criação de novos polos de

desenvolvimento em regiões periféricas (FILHO; SERRA, 2001; SOARES; MELO, 2010). Para dar conta dessa proposta foram projetadas estratégias para as cidades de porte médio das cinco regiões do país:

**No Sudeste** preconizou-se induzir a descentralização das atividades produtivas das regiões metropolitanas de São Paulo e do Rio de Janeiro para centros periféricos de médio porte. Complementarmente, propôs-se a desconcentração intra-regional com atuação preferencial sobre os núcleos urbanos com mais de 50 mil habitantes; **no Sul** a atuação preferencial seria dirigida aos centros urbanos com população superior a 50 mil habitantes; **no Nordeste** a prioridade era o crescimento das atividades produtivas e a melhoria da infraestrutura e dos equipamentos sociais nas capitais dos estados e nos polos secundários regionais, além da dinamização dos núcleos urbanos regionais que exercessem ou viessem a exercer funções de polarização do desenvolvimento regional; e **no Norte e Centro-Oeste** previa-se apoiar a dinamização das funções urbanas de capitais dos estados e de outras cidades estrategicamente selecionadas (STEINBERGER; BRUNA, 2001, p. 44, grifo nosso).

A partir dessas orientações, a Comissão Nacional de Regiões Metropolitanas e Política Urbana do Ministério de Planejamento (CNPU) elaborou, como parte integrante do II PND, o Programa Nacional de Apoio às Capitais e Cidades de Porte Médio (PNCCPM). Esse programa vigorou no país por aproximadamente 10 anos, “sendo 1976 o marco inicial de sua gestão pela CNPU e 1986 a data de encerramento oficial pelo Banco Mundial” (STEINBERGER; BRUNA, 2001, p. 51). No primeiro momento de desenvolvimento, o intuito do programa era fortalecer as cidades médias por meio de ações inter e intraurbanas.

Sobre as interurbanas, a ideia era que tais cidades, ao expandirem sua capacidade produtiva e o mercado da região por elas liderado, apresentassem economias de aglomeração e reduzissem os fluxos migratórios que se dirigiam para as regiões metropolitanas. Para tanto, pretendia-se localizar equipamentos terciários de alcance regional e oferecer incentivos, a fim de atrair capitais industriais para as cidades selecionadas. Ao mesmo tempo, previa-se uma atuação intraurbana nas áreas carentes de tais cidades, supondo-se que essa seria uma maneira de redistribuir renda. Além disso, a assistência técnica, a ser fornecida às prefeituras, visava preparar as administrações locais para orientar o crescimento físico-territorial e ser mais eficiente na prestação de serviços urbanos, garantindo-lhes, portanto, condições de se autogerenciar (STEINBERGER; BRUNA, 2001, p. 52).

Nessa direção, a comissão responsável pelo PNCCPM, para fins operacionais, dividiu as cidades médias brasileiras em dois grandes grupos: **1)** as cidades médias integradas à rede urbana e **2)** as cidades situadas à margem das redes urbanas hierarquizadas. O primeiro grupo contemplou as cidades que sofriam influência das metrópoles localizadas, principalmente, no Sudeste e no Sul do Brasil. O segundo grupo era composto por cidades médias fora do domínio geoeconômico das redes fortemente estruturadas, é o caso dos centros terciários das zonas de agricultura tradicional, das cidades que serviam de ponto de apoio às zonas de colonização agrícola, das cidades essencialmente administrativas e das cidades que canalizam produtos básicos destinados à exportação (PONTES, 2000).

Em seguida, a CNPU estabeleceu alguns critérios para a definição das cidades de porte médio que seriam beneficiadas pelo programa. Foram eles: tamanho demográfico (ou seja, aquelas com população entre 50 mil a 250 mil habitantes, com expressiva taxa de crescimento e fluxos migratórios no período compreendido entre 60 e 70), dinamismo econômico e função regional. Considerando estes fatores, na época o Brasil possuía 95 centros urbanos no padrão médio, sendo que apenas 39 foram contemplados pelas atividades do PNCCPM (HOLANDA, 2001). Em 1978 esse número foi revisto e a lista de cidades médias foi então ampliada para 113: sete na região Norte, mantendo-se Manaus; 14 na região Centro-Oeste, permanecendo Goiânia; 36 na região Nordeste, sendo quatro novas em relação à programação anterior; 30 na região Sudeste, com a incorporação de cidades do estado do Rio de Janeiro e Minas Gerais, duas novas no Espírito Santo, além de Vitória, exclusão de 27 e inclusão de três em São Paulo; e 26 no Sul, contando com Florianópolis (STEINBERGER; BRUNA; 2001).

Dentre as cidades favorecidas pelo PNCCP entre 1974 e 1978, Imperatriz (aqui estudada) foi uma das poucas cidades do Maranhão a receber investimentos. Segundo Franklin (2008, p.169), “o Governo Federal financiava e realizava empreendimentos de grande porte na região, entre estes, a construção de estradas, como a Transamazônica e a BR-222, esta conhecida como Açailândia-Santa Luzia, que interferiam diretamente no município”. As empresas das cidades vizinhas (Carolina, Grajaú, Tocantinópolis e Marabá) e de outras partes do país também começaram a funcionar em Imperatriz, dinamizando e reforçando a oferta de bens e serviços na região.

A partir de 1982, os recursos destinados ao PNCCPM no orçamento da União foram insuficientes para montar uma programação consistente em nível de cidades de porte médio, o que provocou a paralisação do programa, comprometeu o andamento de diversas obras e interrompeu o processo de trabalho já aceito pelos estados e municípios. Quando se iniciou o governo da Nova República, o projeto continuou nos moldes antes estabelecidos, porém com poucas cidades<sup>7</sup> participantes, até o seu encerramento em fins de 1986 (STEINBERGER; BRUNA; 2001).

Além de objeto das políticas públicas, as cidades médias brasileiras nos anos 1970 passam a ser alvo de estudos acadêmicos interessados em pesquisar seus papéis urbanos e regionais. Nesse momento, o tamanho populacional era o critério mais aplicado para definir uma cidade como média. Andrade e Lodder (1979, p. 35), por exemplo, classificaram as cidades médias como “centros e aglomerações urbanas com população entre 50 mil e 250 mil

---

<sup>7</sup> As cidades atendidas nessa fase foram Campina Grande, Juiz de Fora, Montes Claros, Natal e Pelotas, bem como as aglomerações de Florianópolis, de Petrolina/Juazeiro e de Vitória (NUNES, 2020).

habitantes”. Santos (1993), por sua vez, definiu o limite inferior para as cidades médias em 100 mil habitantes, usando como argumentos a expansão e diversificação do consumo, a elevação dos níveis de renda, a difusão dos transportes modernos e a complexidade da divisão do trabalho.

Andrade e Serra (2001), considerando o contexto mais recente do Brasil, adotaram duas classes de tamanhos para identificar as cidades médias: de 50 a 250 mil habitantes e de 50 a 500 mil habitantes. Já Castello Branco (2006) definiu as cidades médias como aquelas inseridas em uma faixa de população entre 100 e 350 mil habitantes. Acrescente-se ainda a classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2011) que considera as cidades de porte médio como unidades urbanas com população entre 100 e 500 mil habitantes.

Mesmo com essa variedade de posicionamentos demográficos, as autoras Araújo, Moura e Dias (2011, p.63) defendem que nas últimas décadas, vêm sendo consideradas médias as cidades entre 100 mil e 500 mil habitantes, com exceção das localizadas nas “regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, nas quais, devido às características do sistema urbano-regional, municípios com população de 50 mil a 100 mil habitantes também desempenham a função de cidades médias”. Nesta pesquisa utilizamos o patamar de 100 a 500 mil habitantes como indicador populacional das cidades médias.

Os avanços nos estudos sobre as cidades médias demonstraram que o critério demográfico (embora cômodo e não-negligenciável) era insuficiente para definir uma cidade como média, pois esse é capaz de identificar apenas o grupo ou a faixa que pode conter as cidades médias (AMORIM FILHO; SERRA, 2001). Ele também apresenta várias dificuldades na sua aplicação, entre as quais Corrêa (2007) aponta: *a) tamanho demográfico absoluto* – os distintos processos de urbanização de cada país geram limites demográficos distintos para classificação de uma cidade média; *b) escala espacial de referência* – cada cidade apresenta papéis diferentes a depender da escala considerada. Por exemplo, uma mesma cidade pode ser média em escala nacional e macrocefálica em escala estadual; *3) dimensão temporal* – uma cidade tida como média em um passado recente, pode não assumir a mesma posição 20 ou 30 anos depois.

Para superar tais obstáculos na conceituação das cidades médias, o autor propõe que seja desenvolvida uma específica combinação entre o tamanho demográfico, as funções urbanas e a organização do espaço intra-urbano. Ele ainda aponta três elementos essenciais na determinação dessas cidades: a presença de uma elite empreendedora, a localização relativa e as interações espaciais, assim caracterizadas:

- a) *A elite empreendedora* – marca a diferença com outras cidades da mesma dimensão demográfica, porque é ela que estabelece uma relativa autonomia econômica e política numa cidade, criando interesses locais e regionais e competindo em alguns setores de atividades com as grandes cidades e centros metropolitanos;
- b) *A localização relativa* – uma cidade média, que é também um lugar central na hierarquia regional, dispõe de expressiva localização relativa, constituindo-se em foco de vias de circulação e efetivo nó de tráfego, envolvendo pessoas, capitais, informações, mercadorias e serviços, em expressiva quantidade e variedade;
- c) *As interações espaciais* – admite-se que a cidade média apresenta interações espaciais intensas, complexas, multidirecionais e marcadas pela multiescalaridade. Essas interações se realizam em duas escalas espaciais gerais, a escala regional e a escala extra-regional, seja ela nacional ou internacional (CORRÊA, 2007, p.29-30, grifos nossos).

Soares (2007) também destaca a importância dos elementos qualitativos para a classificação das cidades médias. Conforme a autora, deve-se considerar nos estudos, além do tamanho demográfico, as funções, a dinâmica intra-urbana, intensidade das relações interurbanas (e destas com o campo), indicadores de qualidade de vida e de infraestrutura, relações externas e comando regional. Na mesma direção, Castello Branco (2006), considera as seguintes características responsáveis por definir uma cidade como média no território brasileiro: o tamanho demográfico e econômico, o grau de urbanização, a centralidade e a qualidade de vida.

Indo ao encontro dessas proposições, Sposito (2017a) destaca a importância de distinguir as cidades médias das de porte médio. As cidades médias são aquelas que desempenham papéis de intermediação em suas redes urbanas, enquanto que as cidades de “porte médio” são assim definidas, exclusivamente, em função de seu tamanho demográfico. Neste sentido, o número de centros urbanos de porte médio é maior que o número de cidades médias, “pois nem todas aquelas com tamanho demográfico que justificaria sua classificação como de porte médio ocupam situação geográfica favorável ao desempenho de funções regionais ou intermediárias” (SPOSITO, 2017a, p. 41). É o caso das cidades de porte médio inseridas em regiões metropolitanas. Elas possuem o tamanho populacional considerado, mas não exercem funções de intermediação devido à proximidade com a metrópole.

No âmbito dessas particularidades, a pesquisadora destaca que as cidades médias podem, em princípio, ser definidas por: 1) sua situação geográfica em relação à outras cidades de mesmo porte; 2) sua relação de proximidade com as cidades de maior porte; 3) o número de cidades pequenas que estão em sua área de influência, já que as empresas e as instituições se orientam pelos limites entre as áreas de mercado. Ao lado desses aspectos, Sposito (2017a) ressalta que esse tipo de cidade desempenha papéis a partir das relações hierárquicas estabelecidas com: a) cidades pequenas que se servem dos bens e serviços oferecidos nas

idades médias; b) cidades grandes, muitas vezes metropolitanas, que desempenham papéis de integração nacional ou internacional, das quais as cidades médias são subsidiárias.

Trindade Jr e Pereira (2007) também recorrem aos atributos peculiares das cidades médias para a construção de um entendimento que supere a exclusividade de parâmetros quantitativos. Para eles, essas cidades não são integrantes de áreas metropolitanas (das quais guardam relativa distância), possuem população total que varia entre 100 mil e 500 mil habitantes e são:

1) produtoras/distribuidoras de bens e serviços exigidos por elas e por um conjunto de cidades menores que existem em seu entorno; 2) são espaços de mediação política, econômica, e social entre as pequenas cidades da sua mesorregião e os grandes centros aos quais estão subordinadas; 3) são fóruns regionais de decisões políticas e debates, em torno das necessidades da região na qual estão inseridas, ao mesmo tempo que são lócus de formação de opinião e exercem certa liderança regional frente às cidades de menor porte; 4) desempenham papel de centro de crescimento econômico regional, cujas atividades econômicas preponderantes são de produção e distribuição de bens e serviços e que empregam a maioria da População Economicamente Ativa (PEA); 5) apresentam-se atrativas a receber e fixar migrantes de cidades menores ou da zona rural, através da expectativa que criam em relação à oferta de postos de trabalho, servindo de anteparo aos fluxos migratórios direcionados aos grandes centros; 6) são locais atrativos para atividades econômicas e novos investimentos e, conseqüentemente, tendem a apresentar percentuais de migração superiores às demais cidades de sua respectiva mesorregião (TRINDADE JR; PEREIRA, 2007, p. 316-317).

Dessa forma, a compreensão da cidade média (sem desprezar o tamanho populacional) está relacionada principalmente às funções que ela desempenha regionalmente, isto é, a capacidade de atender com bens e serviços um conjunto de cidades menores do seu entorno.

[...] a cidade média é pensada como uma espécie de elo entre aquilo que é o comando da hierarquia urbana e a base, quer dizer, as cidades pequenas, pelo tamanho, elas não têm bens e serviços em diversidade muito grande, então elas vão ser servidas, seus moradores também vão ser servidos desses bens e serviços nessas cidades intermediárias, já que essa população está distante da metrópole e não vai poder ascender à metrópole para serviços, como serviços de saúde, ensino superior, enfim (SPOSITO, 2017b, s/p).

Reforçando esta percepção, Lima (2017, p.15) defende que as cidades médias, independente de seus tamanhos, desempenham um “comando regional” por possuírem “capacidades produtivas, com funcionalidades diversas e inseridas dentro dos diferentes circuitos de investimentos capitais, tomando por base, suas potencialidades regionais e respaldadas por diferentes interações espaciais”. São, portanto, locais que exercem influência em uma determinada região.

Com base no exposto, assumimos este enfoque funcional das cidades médias, buscando pensá-las como locais de referência de mídia/jornalismo para as pequenas cidades do entorno, responsáveis por produzir e distribuir notícias sobre a região que estão inseridas, e, ao mesmo

tempo, reproduzir as informações oriundas de veículos jornalísticos dos grandes centros urbanos e das agências de notícias.

Tendo discutido as principais características das cidades médias brasileiras, a próxima seção aborda as especificidades de um conjunto dessas cidades, as localizadas na região amazônica.

### 1.3.1 As cidades médias na Amazônia

Conhecida como fronteira<sup>8</sup> nacional, a Amazônia vivenciou seu processo de urbanização de forma efetiva a partir da década de 1950 quando o Estado brasileiro começou a coordenar diversas estratégias para ocupação do território, dentre as quais pode-se citar: a) *implantação de redes de integração espacial* – rede rodoviária, de telecomunicações, de cidades, de usinas hidrelétricas; b) *superposição de territórios federais sobre os estaduais* – criação de territórios sobre os quais o Governo Federal exerce jurisdição absoluta, é o caso da Amazônia Legal, instituída pela Lei 1.806, de 06/01/1953, com objetivo de promover o desenvolvimento social e econômico dos estados amazônicos; e c) *subsídios ao fluxo de capital e indução dos fluxos migratórios* – política de incentivos fiscais através de bancos oficiais, particularmente, o Banco da Amazônia S. A. (Basa), e estímulo à migração para os estados amazônicos (BECKER, 1990).

A urbanização na Amazônia guarda estreita relação com a intervenção estatal. Ela se apresenta, no entender de Becker (1990), como uma estratégia básica do Estado para a ocupação regional, sustentando a mobilidade que permite atrair migrantes sem lhes dar acesso à propriedade da terra e articulando os antigos e novos núcleos urbanos entre si e com o mundo exterior. Nesse caminho, as cidades exercem três papéis fundamentais no desenvolvimento das políticas pensadas para a região: a atração dos fluxos migratórios, a organização do mercado de trabalho e o controle social (BECKER, 1990).

Como resultado desse processo de urbanização, nas décadas de 1970 e 1980, a Amazônia passa por um conjunto de transformações caracterizadas pela expansão/consolidação de centros regionais e locais situados às margens das rodovias; concentração nas capitais estaduais; a reprodução de pequenos núcleos dispersos – povoados e vilas – vinculados à mobilidade do trabalho; a retração de núcleos tradicionais vinculados à circulação fluvial; e a

---

<sup>8</sup> A fronteira é um espaço ainda não estruturado, gerador de realidades novas e dotado de elevado potencial político e econômico (BECKER, 2015).

implantação de franjas urbanas avançadas, correspondentes às cidades das companhias (*company towns*) (BECKER, 2015; CORRÊA, 1987).

As mudanças ocorridas na região contribuíram para a alteração no padrão espacial da rede urbana amazônica, que deixa de ser predominantemente dendrítico (com localização ribeirinha dos centros urbanos, primazia de Belém como metrópole regional e poucos centros intermediários) para se tornar complexo, com a perda da hegemonia da capital paraense, a expansão da fronteira econômica no interior, a proliferação de pequenas cidades e o crescimento dinâmico de centros urbanos de porte médio, localizados às margens das rodovias (CORRÊA, 1987; TRINDADE JÚNIOR; PEREIRA, 2007).

É nesse contexto que as cidades médias na Amazônia assumem, de acordo com Trindade Jr. e Pereira (2007), o papel de centro sub-regionais, capazes de polarizar um número significativo de centros menores e articular relações de toda ordem como anteparo e suporte às metrópoles regionais. Tornam-se vetores importantes de crescimento econômico e demográfico, servindo de referência para a população de diversos municípios das micro e mesorregiões em que estão inseridas pela estrutura e diversidade de bens e serviços existentes:

maior organização na rede de saúde, com serviços mais especializados; maior diversidade de vagas e cursos em instituições de nível superior, públicas ou privadas; diversificação de atividades culturais e de lazer (TRINDADE JR.; PEREIRA, 2007, p. 324).

Essa condição das cidades médias amazônicas, de acordo com Sathler (2012, p. 4), é favorecida pela carência de infraestrutura e de serviços básicos em vastas porções do território, o que “faz com que as cidades grandes e de médio porte ganhem importância, mesmo diante das limitações desses centros, já que passam a ser referência até mesmo para serviços pouco sofisticados”.

Observa-se ainda a maior presença e importância das cidades médias situadas na parte Oriental da Amazônia, região onde é intensa a ação do Estado e o desenvolvimento de atividades econômicas pulverizadas, com a influência de grandes projetos (BECKER, 2015; CARVALHO, 2015). Pode-se citar como exemplo de cidades médias na Amazônia Oriental as capitais de alguns estados, como Palmas (Tocantins), Macapá (Amapá), e outras cidades que não são capitais, mas que atingem à “categoria de cidades médias dada à importância na nova dinâmica econômica regional. É o caso, por exemplo, de Marabá, Santarém, Altamira e Castanhal, no Estado do Pará, e de Imperatriz, no Estado do Maranhão” (TRINDADE JR, 2011, p. 138).

Para a Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia (SUDAM, 2019, p. 08), as cidades médias da Amazônia são, na verdade, cidades intermediárias, isto é, “espaços de relações entre cidades e entre cidades e regiões estruturadas em nós e fluxos, caracterizando-se como ponto de encontro e passagem obrigatória”. O órgão governamental parte de uma perspectiva que valoriza aspectos qualitativos, relacionados à função que a cidade cumpre na estruturação do território, em detrimento dos aspectos quantitativos, ligados diretamente à dimensão demográfica. Por isso afirma que as cidades intermediárias amazônicas

atuam como unidades de atração dos pequenos centros urbanos, intermediação entre seu entorno e os grandes centros, recebendo e emanando fluxos materiais e imateriais, bem como, fornecendo serviços e produtos que as pequenas cidades não dispõem (SUDAM, 2019, p. 08).

Dessa forma, as cidades intermediárias se colocam num intervalo da hierarquia urbana entre as principais cidades regionais e as cidades locais, podendo ou não assumir importância regional. Assim considerando, toda cidade média é uma cidade intermediária, mas nem toda cidade intermediária pode ser considerada cidade média (TRINDADE JR; PEREIRA, 2007).

As cidades médias da região amazônica, apesar de desempenharem papéis importantes na rede urbana regional, apresentam indicadores socioeconômicos distintos das cidades médias existentes no Brasil. Sathler *et al.* (2009) afirmam que, diferentemente das cidades médias do Centro-Sul do país, que oferecem novas possibilidades de trabalho e melhoria das condições de vida para a população, na Amazônia, as cidades médias do interior, com população entre 100.000 e 500.000 habitantes, refletem predominantemente desemprego e pobreza. Pereira (2004) confirma essa informação ao comparar a cidade de Santarém com quatro cidades médias de São Paulo (Marília, Franca, Presidente Prudente e Sorocaba) e comprovar que as últimas apresentam melhores desempenhos quanto aos indicadores de renda e pobreza urbana, emprego, educação, acesso aos serviços de saneamento e oferta de bens e serviços.

Por outro lado, as cidades médias situadas no interior da Amazônia têm sediado importantes forças políticas, associações, representações sindicais, de classe e de categorias sociais diversas, que projetam movimentos de natureza política, como os ligados à criação de novos estados da federação, como o de Carajás (sudeste do Pará), com sede política em Marabá, o de Tapajós (oeste paraense), com sede política em Santarém, do Xingu (sudoeste paraense), com sede política em Altamira, e o Maranhão do Sul, com sede em Imperatriz (TRINDADE JR, 2015).

Outro aspecto a se mencionar são as tipologias produzidas para as cidades médias na Amazônia brasileira. Ribeiro (1998 apud Trindade Jr; Pereira, 2007) identificou 15 cidades

médias, que atuam como centros sub-regionais, constituindo importantes nós de distribuição de bens e serviços na região. Elas são classificadas por suas características distintas e particulares em: 1) Centros que apresentam traço da frente pioneira agro-pastoril e mineral – Araguaína e Gurupi, no Tocantins; Rondonópolis e Várzea Grande, em Mato Grosso; e Ji-Paraná e Vilhena, em Rondônia; 2) Centros que estão situados nas bordas nordestinas no estado do Maranhão – Imperatriz, Bacabal, Caxias e Santa Inês; 3) Centros que fazem parte da Amazônia tradicional e seu sistema dendrítico-ribeirinho, geralmente antigos e revitalizados, como Porto Velho, em Rondônia; Rio Branco, no Acre; e Santarém, no Pará; e 4) Centros que margeiam as estradas, como Castanhal e Marabá, no Pará (RIBEIRO, 1998 apud TRINDADE JR; PEREIRA, 2007).

Sathler (2012), considerando as atividades econômicas desenvolvidas na fronteira amazônica, encontrou três tipos de cidades de porte médio: cidades da borracha, as cidades mineradoras (cidades da grande empresa e/ou cidades do garimpo) e as cidades de apoio a projetos agroindustriais. As primeiras cidades surgiram e se desenvolveram durante o ciclo da borracha, responsável pelo primeiro surto de ocupação no interior da Amazônia. A atividade econômica estimulou o aparecimento de uma série de cidades ribeirinhas de porte médio que eram importantes entrepostos para o escoamento da borracha, com destaque para Santarém e Parintins às margens do rio Amazonas, além de Rio Branco e Porto Velho, na porção sudoeste, e Marabá, na parte oriental da região.

As cidades mineradoras são aquelas beneficiadas pelas atividades de produção e extração mineral surgidas após a década de 1950 nos estados da Amazônia. É o caso de Ji-Paraná que experimentou um *boom* na produção local e microrregional de ouro, diamantes e de cassiterita, e de Macapá, que passou por altos níveis de urbanização e aumento na infraestrutura devido ao depósito de manganês, localizado na Serra do Navio. O ouro da Serra Pelada, na porção oriental amazônica, também favoreceu economicamente algumas cidades, como Marabá e Imperatriz, que serviram de suporte para as atividades de exploração do ouro pelos garimpeiros. No entanto, foi a descoberta mineral em Carajás no ano de 1967 que, a partir da década de 1980, provocou as maiores transformações urbanas e em infraestrutura nas cidades do leste amazônico (SATHLER, 2012).

O terceiro tipo de cidade de médio porte na Amazônia Legal são as que servem de apoio para as atividades agroindustriais, concentradas nas áreas de expansão de fronteira, dependente da proximidade das principais vias de integração regional da Amazônia, ou seja, do “arco rodoviário”. São cidades dotadas de mão de obra de baixa, média e alta qualificação, serviços especializados do setor, como o de revenda de máquinas, de peças e de manutenção, representantes comerciais de insumos especializados, entre outros (SATHLER, 2012).

Trindade Jr e Pereira (2007), por sua vez, apontam a existência de três tipos de cidades médias na Amazônia Oriental: a) cidades médias às margens das estradas, que apresentam melhor conexão com outros centros e maior acessibilidade para os migrantes, como é o caso de Castanhal; b) cidades médias à beira do rio, que perderam ou até mesmo negaram suas características ribeirinhas, articulando-se muito mais por outras vias, principalmente as rodoviárias, como é o caso de Marabá; c) cidades médias às margens dos rios e complementarmente articuladas por outras vias de circulação, mas que continuam mantendo as características do padrão dendrítico ribeirinho e ainda têm o rio como principal meio de articulação com as cidades pequenas de sua mesorregião, a exemplo de Santarém (TRINDADE JR.; PEREIRA, 2007).

Com base nesse esboço teórico, percebemos que cidades médias são verdadeiros polos de desenvolvimento na Amazônia, capazes de atrair e espalhar negócios às cidades circunvizinhas, e, ao mesmo tempo, oferecer infraestrutura, serviços, mão de obra e mercadorias para os pequenos centros da região. Dito isto, no tópico seguinte abordamos os atributos que Imperatriz, situada no sudoeste do Maranhão, tem assumido como cidade média na Amazônia Oriental.

### 1.3.2 Imperatriz como cidade média

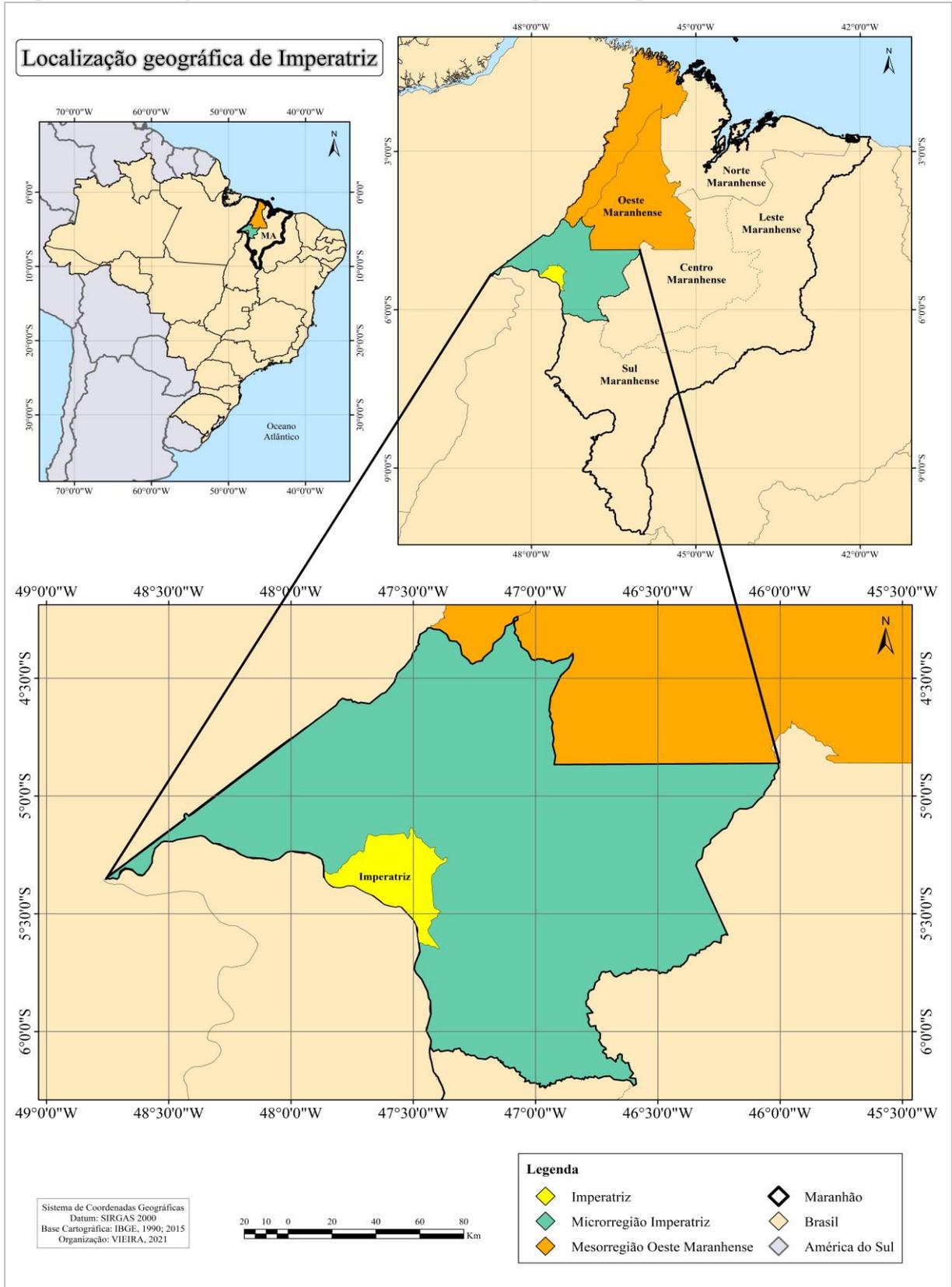
A cidade de Imperatriz está localizada na mesorregião oeste do Maranhão, mais precisamente na microrregião com seu nome. Faz divisa com seis municípios maranhenses (Cidelândia, São Francisco do Brejão, João Lisboa, Senador La Roque, Davinópolis e Governador Edson Lobão) e o estado do Tocantins (Mapa 1). Situa-se ainda “à margem direita do Rio Tocantins, possuindo duas rodovias que fazem a sua ligação com o restante do território maranhense e restante do país: a BR-010 (Rodovia Belém-Brasília) e a MA-122” (OLIVEIRA, 2017, p. 43).

Também faz parte das regiões denominadas de Sulmaranhense<sup>9</sup> e Tocantina<sup>10</sup>, além de integrar o conjunto de municípios da Região Metropolitana do Sudoeste Maranhense (RMSM), criada pela Lei Complementar Estadual nº 89, de 17 de novembro de 2005.

<sup>9</sup> Segundo Sousa (2015), a região Sulmaranhense compreende 49 municípios que se inserem nas porções central, sudoeste e sul do estado do Maranhão.

<sup>10</sup> Os recortes ou limites precisos da região Tocantina são indefinidos. “Sabe-se que ela integra o extremo Norte do Estado do Tocantins; O Sul/Sudeste do Pará e o Centro-Sul do Estado do Maranhão” (SOUSA, 2005, p.14).

Mapa 1 - Mesorregião Oeste Maranhense e Microrregião de Imperatriz



A área metropolitana de Imperatriz, antes composta pelos municípios de Imperatriz, João Lisboa, Senador La Roque, Buritirana, Davinópolis, Governador Edson Lobão, Montes Altos e Ribamar Fiquene, recebeu em dezembro de 2017, por meio da LCE nº 204/2017, mais 14 municípios<sup>11</sup>, “passando de uma área territorial de 7.234,964 km<sup>2</sup> para 44.606,836 km<sup>2</sup>, aumentando em mais de seis vezes o seu território e se tornando a maior unidade territorial deste tipo no estado” (LOPES; MASSULO; MOREIRA, 2019, p.09).

Imperatriz, enquanto segunda maior cidade do Maranhão, possui uma área de 1.368,988 km<sup>2</sup> e população de 247.505 habitantes, com estimativa de 259.337 habitantes para 2020 (IBGE, 2020). A densidade demográfica é de 180,82 hab/km<sup>2</sup> e o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) é de 0,731, considerado alto (IDHM entre 0,700 a 0,799) pelo Atlas do Desenvolvimento Humano (ATLAS BRASIL, 2020).

A formação socioespacial de Imperatriz remonta ao processo de ocupação do sul do Maranhão no século XIX. O povoamento dessa região teve início na vila de Pastos Bons e se irradiou pelo restante do território por meio da criação de gado. Associada a essa frente de colonização pastoril, Franklin (2005) reconhece mais três movimentos que avançaram em direção à pré-Amazônia maranhense:

**1. A frente de expansão litorânea**, patrocinada pelo governo do Maranhão para a conquista e povoamento do seu território, que avançava lentamente pelas margens dos rios melhores navegáveis, como o Itapecuru, o Mearim, o Pindaré e o Grajaú. **2. A frente de ocupação goiana**, de interesses mercantis, que se dava a partir de Vila Boa de Goiás, capital da Província, Natividade e Porto Imperial, buscando a exploração mineral, a criação de gado e o comércio com o Pará, através dos rios Araguaia e Tocantins. **3. A frente colonizadora do Pará**, que desde o século XVII avançava ao longo das margens do rio Tocantins, até sua confluência com o Araguaia, instalando missões religiosas para catequese dos índios, fortificações militares e povoados, para apoio à difícil navegação desse rio (FRANKLIN, 2005, p. 32-33).

A frente oriunda do território paraense foi a responsável pela ocupação do sudoeste maranhense, e consecutivamente, pela fundação de Imperatriz. Segundo Franklin (2005, p. 16), essa área foi a última a ser conquistada até o final da primeira metade do século XIX em virtude da resistência das tribos indígenas. “O temor aos índios timbiras, especialmente aos Canelas, aos Gaviões e aos Krikatis, unidos contra os invasores, fez estacionar a marcha dos criadores de gado durante quase quarenta anos”. A situação foi superada pelo frei Manoel Procópio do Coração de Maria, que, a serviço do governo paraense, fundou em 16 de julho de 1852 a povoação de Santa Teresa do Tocantins, hoje Imperatriz.

---

<sup>11</sup> Foram incluídos à RMSM os seguintes municípios: Vila Nova dos Martírios, São Pedro da Água Branca, Cidelândia, São Francisco do Brejão, Açailândia, Itinga, Carolina, Sítio Novo, Amarante, Campestre, Porto Franco, Estreito, São João do Paraíso e Lajeado Novo.

O rápido crescimento do povoado de Santa Tereza, que em “menos de dez anos depois da chegada de frei Manoel Procópio, já reunia grandes fazendas de gado e muitos milhares de bovinos” (FRANKLIN, 2005, p.54), motivou sua promoção à categoria de Vila. Desse modo, pela Lei Provincial nº 398, de 27 de agosto de 1856, foi criada a “Vila Nova da Imperatriz”, em homenagem à Imperatriz Teresa Cristina (esposa do imperador D. Pedro II).

Nos primeiros anos de existência, a Vila de Imperatriz era centrada na agricultura predatória e na criação extensiva de gados, não apresentando qualquer surto de desenvolvimento. “Quarenta anos decorridos e a Vila ainda guardava o aspecto sombrio dos povoados interioranos, sem o menor sinal de progresso, educação, comunicações, etc” (COUTINHO, 1994, p. 71). Permanecendo nessa situação, o lugarejo chegou ao século XX distante e sem ligação por estradas com a capital e o restante do país. “Por causa desse isolamento [...], foi cognominada ‘Sibéria Maranhense’, para onde os governantes enviavam muitos servidores indesejados” (FRANKLIN, 2005, p.70).

Esse isolamento geográfico perdurou pelos primeiros cinquenta anos do século XX. Mesmo elevada à condição de município em 1924, Imperatriz continuava uma das localidades mais isoladas do estado, não apresentando sequer uma estrada carroçável (FRANKLIN, 2008).

Devido a isso, a cidade passou por um período de estagnação econômica e demográfica, que só foi revertido com a construção da rodovia Belém-Brasília (BR-010) em 1958, ligando o Norte ao Centro-Sul do país. Nesse sentido, Valverde e Dias (1967) afirmam que,

a abertura da Belém-Brasília trouxe grandes benefícios a Imperatriz, sobretudo, aumentando-lhe a produção agrícola, já que esta encontra agora excelente via para o escoamento. Pela estrada vêm de Belém para Imperatriz: sal, sabão, ferro, querosene, gasolina e até remédios (VALVERDE; DIAS, 1967, p. 199).

Outros autores também ressaltam a importância da rodovia para o desenvolvimento de Imperatriz. Milson Coutinho (1994, p. 27) argumenta que “se não fosse a estrada – Belém-Brasília, Imperatriz ainda seria uma vilazinha acanhada de poucos anos passados, à falta de medidas governamentais que deslanchassem a vila para a explosão de progresso que, hoje, com justiça, experimenta”. Edelvira Barros (1996, p.119), por sua vez, a considera um “indelével marco da história do município, que era uma antes dela e outra inteiramente diferente depois de sua construção, tráfego e colonização”. E Adalberto Franklin (2005, p.85) escreve que o “empreendimento transformou a pequena Imperatriz. [...] Chegavam homens, às vezes com suas famílias, de diversas partes do Brasil, mas principalmente do Nordeste. Aconteceu a primeira grande explosão demográfica do município”.

Nessa direção, o professor Jailson Sousa (2015) aponta que a Belém-Brasília trouxe notável crescimento demográfico para Imperatriz entre as décadas de 1950 a 1980. Segundo ele, na década de 1950, o município apresentava uma população total de 14.064 habitantes, aumentando para 39.1169 habitantes no início dos anos de 1960. Posteriormente, na década de 1970, o contingente total da população registrada era de 80.722 habitantes, tendo se elevado em 1980 para 220.469 habitantes (SOUSA, 2015). Associado a este aspecto, o autor afirma que os ciclos econômicos (arroz, madeira e ouro) desenvolvidos neste período são elementos essenciais para a leitura do dinamismo assumido por Imperatriz.

O primeiro ciclo ocorreu entre 1950 e 1960 oriundo das atividades dedicadas à rizicultura (SOUSA, 2015). Nessa época, Imperatriz torna-se um dos maiores produtores de arroz do Maranhão, chegando a superar a barreira de um milhão de sacas de 60 quilos em 1969, e a possuir mais de vinte usinas beneficiadoras (FRANKLIN, 2008). Na década de 1970, a exploração da madeira inaugura uma nova fase no município, caracterizada pela exportação do produto em toras e instalação de várias indústrias madeireiras. Conforme Franklin (2008, p. 145), “mais de 300 estabelecimentos industriais e de serviços do setor madeireiro teriam se instalado em Imperatriz na década de 70, desde serrarias, laminadoras, movelarias etc”. Na década posterior, em 1980, a extração de ouro nos garimpos do sul do Pará (na Serra Pelada) emerge como o terceiro ciclo econômico imperatrizense. Por estar a apenas 350 quilômetros do garimpo, Imperatriz era uma das suas principais portas de entrada e o abastecia regularmente com alimentos, remédios, máquinas e homens (FRANKLIN, 2005). Tal situação contribuiu de modo decisivo para alavancar o comércio da cidade, que passava por uma acentuada recessão econômica devido à crise do “ciclo madeireiro”. A este respeito, Franklin (2008) comenta que

Imperatriz vivia, no final dos anos 70 e início dos anos 80, a mais acentuada crise do seu ciclo madeireiro e um elevado índice de desemprego. O comércio, setor que nas décadas anteriores ganhara larga importância na economia local, sofria arduamente essa recessão. [...] O impacto do fenômeno **Serra Pelada** e o início de um movimento de demanda gerado pelo garimpo, aqueceu alguns setores comerciais, como os de transporte, máquinas, equipamentos e alimentos, amortecendo as pressões e o declínio da economia municipal (FRANKLIN, 2008, p. 151, grifo nosso).

Em conjunto com a atividade comercial, o segmento de serviços em Imperatriz passa por um momento de expansão no início da década de 1980. A partir de então, segundo Sousa (2015), assiste-se cada vez mais a uma consolidação das atividades econômicas vinculadas ao setor terciário, favorecidas por parcelas significativas do capital gerado no campo por meio dos ciclos econômicos. Como consequência, o comércio e os serviços tornaram-se as “forças de comando” da economia imperatrizense (SOUSA, 2015), formando

[...] um ativo e enorme mercado consumidor para os padrões regionais, alavancado ainda por aproximadamente 80 outras cidades dos estados do Maranhão, sul do Pará e norte do Tocantins, que comportam mais de um milhão de habitantes, para os quais o município serve como entreposto comercial e prestador de serviços técnicos e especializados (FRANKLIN, 2008, p 169).

Dentre os segmentos do terciário, destaca-se a expressiva atuação do comércio atacadista e varejista, os serviços públicos e privados de saúde, a educação superior e mais recentemente a participação do segmento da construção civil. O comércio atacadista e varejista de Imperatriz, desde a década de 1980, se tornou uma referência na comercialização e distribuição de diferentes produtos, sobretudo aqueles voltados ao ramo alimentício e de confecções. Sua influência se dispersa para além das regiões sudoeste, central e sul do território maranhense, sendo irradiada para o extremo norte do estado do Tocantins e para o sul e sudeste do estado do Pará (SOUSA, 2015).

Com relação ao segmento da saúde, desde a década de 1990, Imperatriz tem se firmado como um importante polo prestador de serviços públicos e privados de saúde. O município, responsável por uma das regiões<sup>12</sup> de saúde da Macro Sul no Maranhão, conta com um total de 484 estabelecimentos de saúde registrados no Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde (CNES, 2021). Possui três hospitais públicos com notável importância regional, o Hospital Regional Materno Infantil de Imperatriz (HRMI), o Hospital Municipal de Imperatriz (HMI) e o Hospital Macrorregional de Imperatriz, inaugurado no final de 2016. Ainda dispõe de 31 Centros de Saúde/Unidades Básicas; sete Postos de Saúde; duas Unidades de Pronto Atendimento; uma Unidade de Atenção à Saúde Indígena e três Centros de Atenção Psicossocial (CNES, 2021).

Junto dessa estrutura, a oferta de exames ambulatoriais, equipamentos, clínicas especializadas, procedimentos de média e alta complexidade, assim como os atendimentos de urgência e emergência, atraem constantemente para Imperatriz populações de municípios de menor porte, cujos serviços de saúde são precários ou ausentes. Reforça-se então a centralidade imperatrizense frente a uma vasta rede de cidades localizadas na região centro-oeste e sul do estado do Maranhão, extremo norte do Tocantins e sudeste do estado do Pará (ARAÚJO, 2016; SOUSA, 2015).

O segmento da educação superior ganha notoriedade em Imperatriz após o ano 2000, em virtude dos seguintes fatores: instalação de quatro instituições de ensino superior (IES) de natureza privada (FACIMP, FEST, FAMA, UNISULMA); expansão dos cursos existentes nas

---

<sup>12</sup> De acordo com resolução CIB nº 64/2018, de 28 de junho de 2018, o Maranhão está dividido em três Macrorregiões (Macro Norte, Macro Sul e Macro Leste) e 19 regiões de saúde. Imperatriz pertence a Macrorregião Sul e é sede da região formada por 15 municípios.

universidades públicas (UFMA e UEMA) e oferta de cursos superiores na modalidade a distância – EADs. Com isso, o município passa a abrigar naquela época seis instituições de ensino superior (duas públicas e quatro privadas), 55 cursos em nível de graduação, mais de 20 cursos em nível de pós-graduação (Lato-Sensu) e seis de pós-graduação em nível Stricto-Sensu (CARVALHO, 2016; SOUSA, 2015). Por conseguinte, torna-se um polo universitário, atraindo pessoas das mais diversas localidades do Maranhão, assim como de outros estados brasileiros.

Soma-se a estes serviços, o avanço da construção civil em Imperatriz por meio da disseminação dos condomínios horizontais fechados e do processo de verticalização na cidade. Conforme Sousa (2015), o crescimento dos condomínios fechados ocorreu em virtude das diversas formas de financiamento público e privado. Já o fenômeno da verticalização contou com as intervenções dos agentes imobiliários que atuam em escala nacional, ou seja, as grandes construtoras.

Vale destacar que os serviços de mídia também passam por um processo de expansão a partir da década de 1970 em Imperatriz. É neste momento que surgem as primeiras emissoras de rádio e TV e a produção de jornais impressos aumenta no município. Trataremos mais adiante deste processo ao apresentar as informações do cenário midiático da cidade, a direção e alcance dos seus fluxos, assim como sua produção jornalística.

Diante desse cenário e dos papéis regionais desenvolvidos por Imperatriz, pode-se afirmar que ela é uma cidade média. A localidade, mais do que possuir o tamanho demográfico de uma cidade média, é capaz de polarizar um número significativo de centros menores situados no interior do Maranhão e nos estados vizinhos do Tocantins e Pará. Além desses aspectos, Imperatriz dispõe de uma elite empreendedora (advinda das atividades rurais e de extração vegetal e mineral) e uma situação geográfica favorável (localizada entre a cidade de Belém e Goiânia, interligadas pela Rodovia BR-010) que acabam reforçando sua condição de cidade média na Amazônia Oriental (ARAÚJO, 2016).

Encerramos esta seção pontuando que o setor terciário, ou de serviços, é um dos principais responsáveis por atrair mercados consumidores regionais para as cidades médias, como foi visto em Imperatriz. Logo, nos tópicos seguintes discorreremos sobre a mídia como uma atividade econômica de serviço e sua disposição no território nacional.

#### **1.4 Serviços: conceitos, tipologias e a presença da mídia**

Tradicionalmente, os serviços são vistos como atividades terciárias, ou seja, pertencem ao terceiro setor da economia, o “terciário”. Este termo foi cunhado pelo economista Allan B.

Fisher (1935) para se referir às atividades que não pertenciam aos setores primário (agropecuária) e secundário (manufatura), e, ao mesmo tempo, não produziam bens materiais (mercadorias).

[...] a produção terciária cobre "todas as formas de atividade econômica não incluídas no primário e secundário", [...], como "distribuição, transporte, administração pública, serviço doméstico e todas as outras atividades que produzem uma produção não material" (FISHER, 1952, p. 824, tradução da autora).<sup>13</sup>

Posteriormente, Colin Clark (1940) reafirma as ideias de Fisher quanto à divisão da produção econômica em três grandes setores, porém, substitui o termo terciário por “serviços” por considerar a nomenclatura mais adequada para expressar a grande variedade de atividades do setor. Ele também atribui aos serviços um caráter ‘residual’ por vê-los como um resíduo contábil encontrado após a mensuração da produção da agricultura, mineração e manufatura (Melo *et al*, 1998; Kon, 2004).

A compreensão dos serviços além do aspecto residual e imaterial é proposta por Peter Hill no artigo *On Goods and Services* (de 1977). Neste texto, o autor parte do entendimento sobre o que são ‘bens’ para verificar como os serviços se diferem deles, assim sendo, os bens são objetos físicos apropriados e transferíveis entre unidades econômicas, enquanto os serviços são mudanças na condição de uma pessoa ou de um bem pertencente a uma unidade econômica. Desta forma, a ideia de serviço é a de que uma unidade econômica exerce alguma atividade em benefício da outra, ou seja, uma unidade serve a outra.

Jean Gadrey (2001) considera a definição de Hill incapaz de abarcar de modo satisfatório a extrema diversidade das atividades que constituem o campo dos serviços. Para ele, o conceito é adequado apenas aos serviços de pedido de ajuda ou de reparação, de conservação, de intervenção, de assistência material ou intelectual, mas não é apropriado para os serviços de comércio varejista, de telecomunicações, de televisão, de entretenimento e do turismo em que “se percebe menos o que pode representar a mudança na condição de uma pessoa ou de um bem pertencente a um agente econômico” (GADREY, 2001, p. 33). Devido a isso, o autor propõe uma nova leitura do enunciado de Hill, chamada de “triângulo de serviços”, uma vez que ela pode ser representada graficamente por um triângulo:

[...] uma atividade de serviço é uma *operação* que visa uma *transformação do estado* de uma realidade C, possuída ou utilizada por um consumidor B, realizada por um prestador de serviços A a pedido de B, e com frequência relacionada a ele, não chegando, porém, à produção de um bem que possa circular economicamente independentemente do suporte de C (GADREY, 2001, p. 32).

<sup>13</sup> Texto original em inglês: [...] tertiary production covers "all forms of economic activity not included under primary and secondary," [...] "distribution, transport, public administration, domestic service, and all other activities producing a non-material output," as the principal tertiary activities.

A definição de serviços ganha um novo enfoque no pensamento de Dorothy Riddle com a obra *Service-led Growth: The Role of the Service Sector in World Development* (1986). Isto ocorre porque a pesquisadora americana parte de três elementos-chave para definir serviços. São eles: 1) a natureza do produto da produção, que acarreta uma mudança na condição de uma unidade econômica com o consentimento prévio da pessoa ou unidade econômica anterior; 2) os insumos específicos utilizados (tipos característicos de relação entre produtor e consumidor – como insumos de produção); e 3) o objetivo alcançado pelo processo de produção (com relação a tempo, lugar e forma de utilidade). Com base nesses elementos, a autora compreende como serviços:

[...] atividades econômicas que proporcionam tempo, lugar e forma de utilidade que acarretam uma mudança no recipiente. Os serviços são produzidos por: a) produtor agindo para o recipiente; b) recipiente fornecendo parte do trabalho; e/ou c) recipiente e produtor criando o serviço em interação (RIDDLE, 1986, p. 12, *apud* KON, 1999, p. 73).

Partindo de uma concepção presente tanto nos autores clássicos como contemporâneos da Economia, a brasileira Dimária Silva e Meirelles (2006a, p.130) oferece uma definição de serviço interessante para a Comunicação/Jornalismo. Segundo ela, “as atividades de serviços são, essencialmente, *a realização de trabalho* — independentemente das características formais do processo produtivo ou do produto resultante deste processo”. Desse entendimento advém três postulados:

1) Serviço é trabalho na sua acepção ampla e fundamental, podendo ser realizado não só através dos recursos humanos (trabalho humano) como também através das máquinas e equipamentos (trabalho mecânico);

2) Serviço é trabalho em processo, ou seja, serviço é trabalho na concepção dinâmica do termo, trabalho em ação;

3) Todo serviço é realização de trabalho, mas nem toda realização de trabalho é serviço, ou seja, não existe uma relação biunívoca entre serviço e trabalho.

Apoiando-se nesses argumentos, Meirelles (2006a, p. 134) reforça que “serviço é trabalho em processo, e não o resultado da ação do trabalho, por esta razão elementar, não se produz um serviço, e sim se presta um serviço”. É esse entendimento da autora sobre trabalho em processo, ou fluxo de trabalho, que permite tornar inteligíveis os atributos das atividades de serviço, como a intangibilidade, a simultaneidade, a interatividade e a inestocabilidade, os quais falaremos de forma detalhada em seguida.

A compreensão de que as indústrias de mídia prestam um serviço é às vezes acionada por estudiosos da Comunicação sem, no entanto, reflexões aprofundadas. No relatório do

“Jornalismo Pós-Industrial”, por exemplo, os autores Anderson, Bell e Shirky (2012, p. 35, grifo nosso) evidenciam que os “meios de comunicação tradicionais não vendem conteúdo como se fosse um produto. Seu negócio é a *prestação de serviços*, com a integração vertical de conteúdo, reprodução e distribuição”.

Ainda sobre o ponto da prestação de serviços, em outro texto, Meirelles (2006b) explica que “prestar um serviço seja ele qual for, consiste em cumprir uma promessa de atendimento de especificações de demanda, firmadas ex-ante em contratos (formais ou informais) que se realizarão ex-post” (MEIRELLES, 2006b, p. 10). No caso das empresas jornalísticas, observamos que essa promessa a ‘ser cumprida’ está relacionada com a própria função do jornalismo de:

[...] expor a corrupção, chamar a atenção para a injustiça, cobrar políticos e empresas por promessas e obrigações assumidas. Informar cidadãos e consumidores, ajudar a organizar a opinião pública, explicar temas complexos e esclarecer divergências fundamentais (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2012, p.33).

Voltando às atividades de serviços, Kon (2004) sistematiza em quatro linhas principais os conceitos encontrados na literatura econômica: a) Indústria de serviços – como aquela que produz serviços no lugar de bens, podendo ser usados como exemplos os transportes, o comércio e os seguros; b) Serviços são bens de consumo ou intermediários que, normalmente, são intensivos em trabalho e apresentam produção e consumo concomitantes; c) Serviços são a parcela do Produto Nacional Bruto que mensura o produto de itens intangíveis; d) Os serviços referem-se, por vezes, a bens intangíveis, sendo uma de suas características o fato de em geral serem consumidos no momento de sua produção.

Dos conceitos de serviços surgem tipologias e classificações para orientar sua caracterização e a análise. De acordo com Cook, Goh e Chung (1999), as primeiras tipologias de serviços aparecem formalmente na década de 1960, porém, é somente a partir dos anos 1970 que o número de propostas tipológicas prolifera na literatura acadêmica. A primeira tipologia foi formulada em 1964 pelo professor de marketing, Robert C. Judd, no artigo *The Case for Redefining Services*. Nele, os serviços são classificados em ‘bens alugados’ (direito de poder utilizar um bem durante um período de tempo determinado), ‘bens próprios’ (criação ou reparação dos bens possuídos por um determinado cliente) e ‘não-bens’ (experiências pessoais ou posições experimentadas).

Quatro anos depois, em 1968, um grupo de especialistas reunidos pela Organização das Nações Unidas (ONU) criou a classificação internacional das atividades econômicas, a *International Standard Industrial Classification (ISIC)*, que distribuiu os serviços em quatro categorias, a saber (ONU, 1968, *apud* KON, 2004):

- a) Serviços distributivos – incluem a distribuição física de bens (comércio atacadista varejista), a distribuição de pessoas e cargas (transportes) e a distribuição de informação (comunicações);
- b) Serviços sem fins lucrativos – constituem serviços da Administração Pública e outras organizações como sindicatos, templos religiosos, instituições assistenciais e clubes;
- c) Serviços às empresas – constituídos por serviços intermediários para os demais setores, nos quais se incluem as atividades financeiras, serviços de assessoria legal, contábil, de informática e outras, e corretagem de imóveis;
- d) Serviços ao consumidor – consistem uma gama ampla de serviços sociais e pessoais oferecidos a um indivíduo, na maior parte para ressaltar a qualidade de vida, como os serviços de saúde, ensino, restaurantes, serviços de lazer e outros pessoais e familiares.

Na década de 1970, Browning e Singleman (1978) formularam uma tipologia amplamente utilizada para organizar a diversidade dos serviços (MELO *et al*, 1998). A proposta distingue o setor em quatro grupos de acordo com a demanda: a) Serviços produtivos: utilizados pelas empresas durante o processo produtivo, atividades intermediárias por natureza (seguro, serviços bancários, serviços jurídicos, propaganda e publicidade, comunicação, corretagem); b) Serviços distributivos: após completado o processo produtivo, são as atividades de distribuição dos bens (transporte, comércio, armazenagem); c) Serviços sociais: atividades prestadas à coletividade (educação, saúde, lazer, administração pública); d) Serviços pessoais: atividades prestadas aos indivíduos (hotelaria, restaurantes/bares, cabeleireiros, domésticos).

Nos anos 1980, em virtude das mudanças nas características técnicas e econômicas dos serviços, ganham destaque as tipologias desenvolvidas por Nusbaumer (1984), Walker (1985) e Marshall (1988). A primeira proposta dividiu os serviços em três grupos: a) primários (fornecidos pelos fatores de produção em todas as atividades econômicas); b) intermediários (relacionados à comercialização e posição e distribuição de bens e outros serviços); e c) finais (relacionados ao bem-estar e à qualidade circuito de vida dos consumidores finais, englobando inclusive os produtos e serviços públicos de segurança, saúde e educação) (MEIRELLES, 2006a).

A segunda classificação, de Walker (1985), agrupou os serviços nas seguintes categorias: a) serviços envolvidos na produção de bens (cujo resultado é um produto concreto e palpável); b) serviços de circulação (transferência de bens, trabalho, dinheiro, informação, serviços financeiros, de transportes, comunicações, telecomunicações, distribuição atacadista e

comércio varejista e serviços); c) serviços baseados em trabalho (processos que não produzem produto físico); e d) serviços governamentais (atividades do governo central e local) (KON, 1999; MEIRELLES, 2006a).

Finalmente, no esquema de Marshall (1988), os serviços ficaram organizados assim: a) Serviços de processamento de informações (pesquisa e desenvolvimento de produto/processo, marketing, vendas, publicidade, pesquisa de mercado, fotografia, mídia, engenharia, computação, consultoria, treinamento e desenvolvimento); b) Serviços relacionados a bens (distribuição e armazenagem de bens, atacadistas, administração de transportes; instalação, manutenção e reparação de equipamentos, redes de comunicações e utilidades públicas, etc.); e c) Serviços de apoio ao pessoal (serviços de saúde; limpeza, domésticos, segurança e seguros; acomodação e transporte pessoal) (KON, 1999; MEIRELLES, 2006a).

No cenário nacional, Meirelles (2006a), apoiada na concepção de que serviço é apenas trabalho “autonomizado”, desenvolveu uma proposta de tipologia em três níveis, distinguíveis de acordo com o processo econômico no qual o serviço se insere:

a) Processo de trabalho puro – ‘Serviço puro’ (consiste em realizar um trabalho único e exclusivo, tendo como resultado do processo de trabalho o próprio trabalho, não havendo necessidade de um produto resultante). Exemplos: serviços domésticos; serviços de entretenimento e lazer; serviços de consultoria; serviços de assistência técnica; serviços de pesquisa e desenvolvimento de produtos; serviços de saúde e educação; serviços governamentais de defesa e segurança.

b) Processo de transformação – ‘Serviço de transformação’ (consiste em realizar um trabalho necessário à transformação de insumos e matérias-primas em novos produtos). Exemplos: serviços de alimentação; serviços decorrentes da terceirização de etapas do processo de transformação.

c) Processo de troca e circulação – ‘Serviço de troca e circulação’ (consiste em realizar um trabalho de troca e circulação, seja de pessoas, bens – tangíveis e intangíveis –, moeda, etc.). Exemplos: serviços bancários; serviços comerciais; serviços de armazenamento e transporte; serviços de comunicação; serviços de distribuição de energia elétrica, água etc.

Como parte deste conjunto temos ainda a classificação dos serviços produzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) por meio da Pesquisa Anual de Serviços (PAS). Neste documento, os serviços estão agrupados em sete grandes segmentos oriundos da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0, 2007). São eles: 1) Serviços prestados principalmente às famílias; 2) Serviços de informação e comunicação; 3) Serviços profissionais, administrativos e complementares; 4) Transportes, auxiliares aos transportes e

correio; 5) Atividades imobiliárias; 6) Serviços de manutenção e reparação; e 7) Outras atividades de serviços.

As tipologias apresentadas fornecem evidências de que a mídia, entendida pelos autores como comunicação e/ou informação, é um tipo de serviço classificado sob duas abordagens: **distributiva e produtiva**. A primeira entende a mídia como um serviço de entrega, transmissão e troca de informação por meio de produtos analógicos ou digitais (ONU, 1968; NUSBAUMER, 1984; WALKER, 1985; MEIRELLES, 2006A; IBGE, 2018). Desse modo, ela é vista mais como um serviço ‘auxiliar’, ‘intermediário’, baseada em fluxos disseminados pelo espaço e associada frequentemente aos transportes.

Nesse caminho, pode-se citar o trabalho de Walker (1985 p.58) que concebe a ‘comunicação’ como parte da divisão espacial do trabalho em sistemas de produção complexos. “Todo ato de produção envolve comunicação, ou seja, transferência de informações, bem como transferência de material” (tradução da autora)<sup>14</sup>. O autor aponta as comunicações como infraestruturas capazes de reduzir os gastos com trabalho, ampliar a velocidade e quantidade de dados em circulação.

A caracterização dos “Serviços de Informação e Comunicação” do CNAE 2.0 (2007) também ressalta o caráter distributivo das atividades midiáticas ao afirmar que a “seção foi criada, reunindo as atividades de produção e *distribuição de conteúdo* de produtos culturais e de informação, e de provisão dos meios para *transmitir e distribuir* estes produtos” (IBGE, 2007, p.36, grifo nosso). Compõem esta seção as atividades de: 1) edição e edição integrada à impressão; 2) cinematográficas, produção de vídeo e de programas de televisão, gravação de som e edição de música; 3) rádio e de televisão; 4) telecomunicações; 5) tecnologia da informação; e 6) prestação de serviços de informação.

Interessante acrescentar a este conjunto a percepção de Hepworth (1989 *apud* Kon, 1999) sobre as ocupações responsáveis pela distribuição no setor de informação. Segundo ele, os trabalhadores de comunicação (por exemplo, editores de jornais e diretores de TV), junto com os professores, bibliotecários e arquivistas, são *distribuidores de informação*.

De outro lado, a perspectiva “produtiva” compreende a mídia como um serviço que produz conteúdo (informação e entretenimento) para atender as demandas de empresas e indivíduos. Nesse ponto de vista, pode-se mencionar a tipologia de Browning e Singelman (1978) que considera a mídia como um serviço produtivo, utilizando como exemplo as agências de publicidade.

---

<sup>14</sup> Texto original em inglês: Every act of production involves communication, i.e., transfer of information, as well as transfer of material.

[...] As atividades como contabilidade e publicidade já foram realizadas por cada empresa individual, independentemente da localização de seu setor. Mas quando a publicidade, por exemplo, tornou-se mais importante e passou a representar uma parcela maior das despesas de uma empresa, surgiu uma demanda por agências de publicidade independentes que pudessem assumir essa atribuição (BROWNING; SINGELMANN, 1978, p. 489, tradução da autora)<sup>15</sup>.

Na adaptação da proposta de Browning e Singelman para o Brasil, Simões et al. (2006) também consideram a mídia como um serviço produtivo, demandado pelas empresas durante o processo de produção e representado pelos serviços de publicidade e propaganda, de radiodifusão e televisão. Na mesma direção, Kon (1999, p. 80) argumenta que “as atividades de mídia, como televisão ou produção de filmes, publicação de jornais, revistas e livros são formas de produção intensiva em trabalho”. Marshall (1988 *apud* Kon, 1999) acompanha essa perspectiva ao incluir as ‘comunicações’ como um tipo de serviço prestado às empresas.

Para além das classificações, a mídia pode ser considerada um tipo de serviço prestado à população tendo em vista os atributos específicos dos serviços que ela apresenta. Abordagem que apresentamos em seguida.

#### 1.4.1 Mídia como serviço: uma leitura a partir das indústrias jornalísticas

Os serviços são comumente reconhecidos pelos autores clássicos e contemporâneos da Economia por quatro atributos: simultaneidade, intangibilidade, interatividade e inestocabilidade. Conforme Meirelles (2006b, p.10), só é “considerado serviço, a atividade cujo processo de produção é intangível, baseado em insumos e ativos intangíveis, cuja relação de produção e consumo é simultânea e interativa, resultando num produto também intangível e inestocável”. Partindo desse pressuposto, estabelecemos interlocuções com as propriedades da mídia jornalística de modo a afirmar sua condição de serviço. Antes, no entanto, é necessário assinalar a definição de mídia.

Para Venício Lima (2004, p. 50), a mídia é “o conjunto das instituições que utiliza tecnologias específicas para realizar a comunicação humana”. De forma concreta, ela se refere “ao conjunto das emissoras de rádio e de televisão (aberta e paga), de jornais e de revistas, do cinema e das outras diversas instituições que utilizam recursos tecnológicos na chamada comunicação de massa” (LIMA, 2004, p.50).

---

<sup>15</sup> Texto original em inglês: [...] activities such as accounting and advertising once were performed by each individual firm, regardless of the location of its industry. But when advertising, for example, became more important and made up a greater share of a firm’s expenses, a demand emerged for independent advertising agencies that could take over this assignment.

Seguindo essa linha de raciocínio, as indústrias de mídia ou, nas palavras de Hesmondhalg (2013, p.17, tradução da autora<sup>16</sup>), as indústrias culturais são “instituições (principalmente empresas com fins lucrativos, mas também organizações estatais e organizações sem fins lucrativos) que estão diretamente envolvidas **na produção de sentido social**”. Elas compreendem: rádio e televisão, incluindo cabo, satélite e formas digitais; filmes em vídeo, DVD, streaming, na televisão e outros formatos; produção e gravação de música, inclusive apresentações ao vivo; publicações impressas e eletrônicas, tais como livros, bases de dados digitais, serviços de informação, revistas e jornais; jogos em vídeo e digitais; publicidade, marketing, relações públicas e web design. Dentro desse cenário, temos as empresas de mídia dedicadas ao jornalismo (jornais, revistas, *sites* e *blogs* de notícias, emissoras de rádio e televisão), cujas especificidades serão alvo das nossas reflexões.

Dito isto, vamos aos atributos essenciais das atividades de serviço. O primeiro deles é a simultaneidade, que corresponde à prestação de serviço *pari passu* ao consumo. Ou seja, o ato de produzir e consumir o serviço acontecem ao mesmo tempo. “A produção só acontece a partir do momento em que o serviço é demandado e se encerra assim que a demanda é atendida” (Meirelles, 2006b, p. 10). Essa característica é atendida pelas organizações jornalísticas (principalmente as de radiodifusão e Internet) ao conseguirem reduzir a zero o tempo entre a produção, circulação e consumo das notícias. No rádio e televisão, por exemplo, as transmissões “ao vivo” favorecem a simultaneidade entre a enunciação e recepção do acontecimento.

[...] a tecnologia do rádio e, posteriormente, da televisão desenvolveram a transmissão e comunicação 'ao vivo' ligando diretamente tanto o jornalista quanto eventos em desenvolvimento com seu público, superando intervalos de tempos na transmissão e distribuição das notícias (FRANCISCATO, 2005, p.121).

Na Internet, as transmissões jornalísticas ao vivo, em tempo real e de forma contínua, são potencializadas pelas tecnologias móveis (smartphones, tablets, celulares e outros dispositivos similares) via redes sociais online (RSO), como Twitter, Facebook e Instagram. Nestes espaços, ocorre uma produção (chamada de jornalismo *live streaming*) caracterizada por uma drástica redução das etapas produtivas e, conseqüentemente, de tempo, entre a produção e a entrega. “Trata-se de um conteúdo em tempo real ou atual que é entregue conforme é gerado, dentro de uma lógica de instantaneidade intensiva” (SILVA, 2019, p.192).

Da simultaneidade entre a produção e o consumo surge a intangibilidade das atividades de serviços. Segundo Meirelles (2006a, p.133), “a natureza intangível dos serviços está

---

<sup>16</sup> Texto original em inglês: the cultural industries have usually been thought of as those institutions (mainly profit-making companies, but also state organisations and non-profit organisations) that are most directly involved in the production of social meaning.

associada à sua natureza de processo e não ao produto resultante, sendo processo é *a priori* intangível”. A partir desse entendimento, é possível perceber a intangibilidade nas indústrias jornalísticas já que elas desenvolvem fundamentalmente um processo de transformação do acontecimento em notícia. “A produção da notícia é um *processo* complexo que se inicia com um acontecimento” (ALSINA, 2009, p. 113, grifo nosso) e se desenvolve em quatro etapas: apuração, produção, circulação e consumo (MACHADO; PALACIOS, 2007).

Junto à condição processual, a intangibilidade está presente nas empresas de jornalismo tanto pelo trabalho com habilidades e conhecimentos de ordem imaterial, quanto pelas realidades imateriais dos seus produtos. Otto Groth (2011) defende que os jornais e revistas, mesmo impressos em suportes materiais, configuram-se na verdade como uma ‘ideia’ formada de uma realidade mental ou *imaterial*, que nunca se torna propriamente visível ou perceptível pelos sentidos.

A terceira característica das atividades de serviços é a interatividade, ou seja, o contato entre produtor e consumidor. Ela é vista por Meirelles (2006b) como a condição *sine qua non* para a prestação de qualquer serviço, pois garante a conexão entre prestadores e usuários do serviço durante o período de tempo ou extensão geográfica que for necessário para sua realização. A autora explica que a interação pode se realizar de dois modos:

[...] pessoal e direta, através da presença física de prestadores e usuários, ou técnica, definida a partir de meios físicos de conexão, como as redes físicas de fios, cabos e dutos utilizadas para a prestação de serviços de infra-estrutura econômica (telecomunicações, distribuição de água e energia elétrica, transportes, etc) (MEIRELLES, 2006b, p.11).

No caso das indústrias jornalísticas, a interatividade sempre esteve presente no processo de produção das notícias. Antes da Internet, ela se dava “por meio de telefonemas, cartas e visitas pessoais às redações de jornais ou mesmo emissoras de rádio e TV” (ZANOTTI, 2010, p. 30). Na época, pessoas comuns enviavam denúncias, reclamações e sugestões de reportagem para as firmas e cabia aos jornalistas selecionar aquelas que se tornariam notícias. Logo, as empresas detinham um maior controle sobre o que seria divulgado.

No ambiente digital, a relação entre a indústria jornalística e o público é ainda mais acentuada. Os cidadãos passam a participar ativamente de todas as etapas do processo jornalístico. “Os leitores podem sugerir pautas (apuração), enviar contribuições (produção), e compartilhar notícias e comentários sobre notícias (circulação/ consumo)” (ZAGO, 2017, p.89). Além disso, eles são hoje responsáveis por uma subetapa da circulação das notícias, denominada de “recirculação”. Segundo Zago (2012, p.4), o processo jornalístico “pode continuar, com o acontecimento sendo posto novamente em circulação pelas mãos dos

integrantes, que filtram e comentam a notícia originalmente posta em circulação pelos veículos”.

Por fim, Meirelles (2006b) afirma que os serviços são inestocáveis. “Não é possível armazenar um serviço e consumi-lo em outro ponto do tempo ou do espaço, pois ele se extingue tão logo se encerra o processo de trabalho” (MEIRELLES, 2006b, p. 11). Essa característica pode parecer não mais aplicável na atualidade em virtude das transformações tecnológicas que possibilitam o armazenamento dos serviços em diferentes suportes físicos (CDs, DVDs e discos rígidos) e na própria rede (‘nuvem’). As próprias indústrias jornalísticas hoje utilizam bancos de dados capazes de armazenar as informações por muito tempo após sua produção, permitindo assim que o público as consuma a qualquer momento. Contudo, é preciso deixar claro que a inestocabilidade dos serviços mencionada por Meirelles (2006b) se refere ao processo de trabalho e não ao produto que está relacionado. Por essa lógica, o processo de trabalho da mídia jornalística é inestocável, enquanto suas produções são estocáveis.

Com base nas interlocuções apresentadas, compreendemos que as indústrias de mídia voltadas ao jornalismo são um tipo de atividade econômica de serviço, cujo processo de produção é intangível e inestocável, baseado em insumos e ativos intangíveis, e com uma relação de produção e consumo, sobretudo nos dias atuais, simultânea e interativa. Assim sendo, na sequência demonstramos por meio da série do Regiões de Influência das Cidades (Regic) como a oferta dos serviços de mídia foi se tornando relevante no momento de definir a centralidade de uma cidade e como a infraestrutura das empresas está organizada hoje no território brasileiro.

#### 1.4.2 Organização espacial da mídia brasileira

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), desde a década de 1960, classifica a mídia como um serviço prestado à população. O primeiro estudo que apresenta essa condição é o *Esboço preliminar da divisão do Brasil em espaços homogêneos e espaços polarizados* (IBGE, 1967), em que os serviços de publicidade e radiodifusão aparecem como equipamentos terciários capazes de polarizar os centros urbanos no país. Em seguida, no ano de 1972, o IBGE publica o documento *Divisão do Brasil em Regiões Funcionais Urbanas*, que “[...] efetivamente não menciona a mídia, pois esta já tinha sido usada para identificar e classificar os centros urbanos polarizadores no estudo anterior, que originou essa edição” (DEOLINDO, 2019b, p. 59).

Na sequência, na publicação *Regiões de Influência das Cidades* (Regic 1987), o IBGE evidencia, dentre os 76 bens e serviços, a mídia como um dos elementos definidores da hierarquia do país, sendo associada aos seguintes níveis hierárquicos de oferta: centros de zona (emissoras de rádio), capitais regionais (jornais diários) e centros metropolitanos (estações de TV) (IBGE, 1987, p.18). Para Deolindo (2019),

trata-se do reconhecimento, naquele momento histórico, da atividade de mídia como essencialmente urbana e como importante não apenas para a coesão social como também para o atendimento de necessidades públicas e privadas por notícia, informação e entretenimento e para o funcionamento de diversos setores da economia (DEOLINDO, 2019, p. 128).

A terceira publicação do Regic, lançada no ano 2000, investigou os serviços de mídia fornecidos pelos jornais diários e rádios AM e FM. Nesta edição, os serviços de mídia aparecem de duas formas. A primeira é como critério para identificação de uma centralidade mínima nos municípios participantes da pesquisa. Os municípios deveriam ser dotados de pelo menos três das seguintes características: ser sede de comarca, contar com uma agência bancária, dispor de médico residente e/ou ter uma emissora de rádio AM. A segunda está relacionada aos fluxos dos serviços de informação (no caso, a origem dos jornais diários e a emissão dos sinais das rádios AM e FM) que foram investigados, mas não integraram o conjunto de funções centrais definidor do nível hierárquico das cidades brasileiras. Segundo a publicação, o objetivo era utilizar “a pesquisa relativa a tais serviços para possíveis futuros desdobramentos do Projeto REGIC, no que diz respeito aos fluxos e centralidades especializados” (IBGE, 2000, p. 22).

Posteriormente, o Regic 2007 abordou três tipos de serviços de mídia: 1) distribuição dos domínios de Internet; 2) área de cobertura das emissoras de televisão brasileiras; e 3) origem dos jornais impressos circulantes nos municípios brasileiros. As duas primeiras foram empregadas na primeira parte da pesquisa para definição dos centros da rede urbana por serem capazes de dotar uma cidade de centralidade. Já a terceira foi adotada na etapa de definição das regiões de influência dos centros a partir de suas interações com outras localidades.

Os dados referentes aos domínios de Internet foram cedidos pelo Registro de Domínios para a Internet no Brasil - Registro.br, instituição responsável por conceder e administrar os domínios no país. No caso da televisão, as informações foram coletadas nos Atlas de cobertura da Globo, Sistema Brasileiro de Televisão – SBT, Bandeirantes – BAND, RedeTV!, Cultura, Gazeta e Grupo Paulo Pimentel – GPP, do ano de 2002 a 2004, disponíveis na Internet. E a rede de distribuição de jornais foi obtida ao se perguntar em quais municípios eram editados os jornais com periodicidade diária, semanal e mensal vendidos no município, não se considerando

as assinaturas com entrega residencial (IBGE, 2008). Dentre os resultados encontrados na pesquisa, podemos destacar:

- a) Dos 5.560 municípios pesquisados, 59,7% possuem pelo menos um domínio de Internet, sendo que 33% estão localizados na cidade de São Paulo. As regiões Sudeste e Sul concentram a maior parte dos domínios, seguido pelo Distrito Federal, as capitais dos estados de um modo geral e as maiores cidades, demonstrando “o caráter fortemente urbano da Internet” (IBGE, 2008, p. 155). Por sua vez, os municípios que não têm nenhum domínio são mais de 40% do total e localizam-se preponderantemente nas regiões Nordeste, sobretudo no interior, Norte e Centro-Oeste;
- b) O sistema de televisão aberta brasileiro é formado por 171 centros que emitem sinais de televisão para 5.036 cidades que apenas recebem a programação e integram a área de influência das primeiras. São Paulo e Rio de Janeiro comandam a geração e disseminação dos fluxos informacionais tanto para os municípios com emissoras afiliadas nacionais e regionais, quanto para as cidades que possuem apenas a antena de retransmissão instalada pela prefeitura municipal;
- c) A distribuição dos jornais pelo país caracteriza-se pela predominância dos fluxos longos, partindo, em sua maioria, das capitais dos estados em direção ao interior da própria Unidade da Federação, havendo poucas trocas interestaduais. Os estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Paraná, Rondônia, Acre, Maranhão e Piauí, além do Distrito Federal, são os poucos que apresentam remessas para outros estados, sendo os dois primeiros os únicos cujas publicações atingem mais de uma Unidade (IBGE, 2008).

A mais nova edição do Regiões de Influência das Cidades 2018 (Regic 2018) manteve a pesquisa da difusão de informações no território nacional a partir dos três meios investigados anteriormente – origem dos jornais impressos, distribuição dos domínios de Internet e a rede das emissoras de televisão brasileiras. Segundo o documento, essa área temática é “de fundamental importância para a compreensão da organização espacial do País, [...] sendo uma variável-chave para a hierarquização das Cidades e estabelecimento de redes urbanas” (IBGE, 2020, p. 119).

No quesito sobre a origem dos jornais impressos em circulação nos municípios brasileiros, uma das principais diferenças do Regic 2018 para o estudo de 2007 foi a ausência

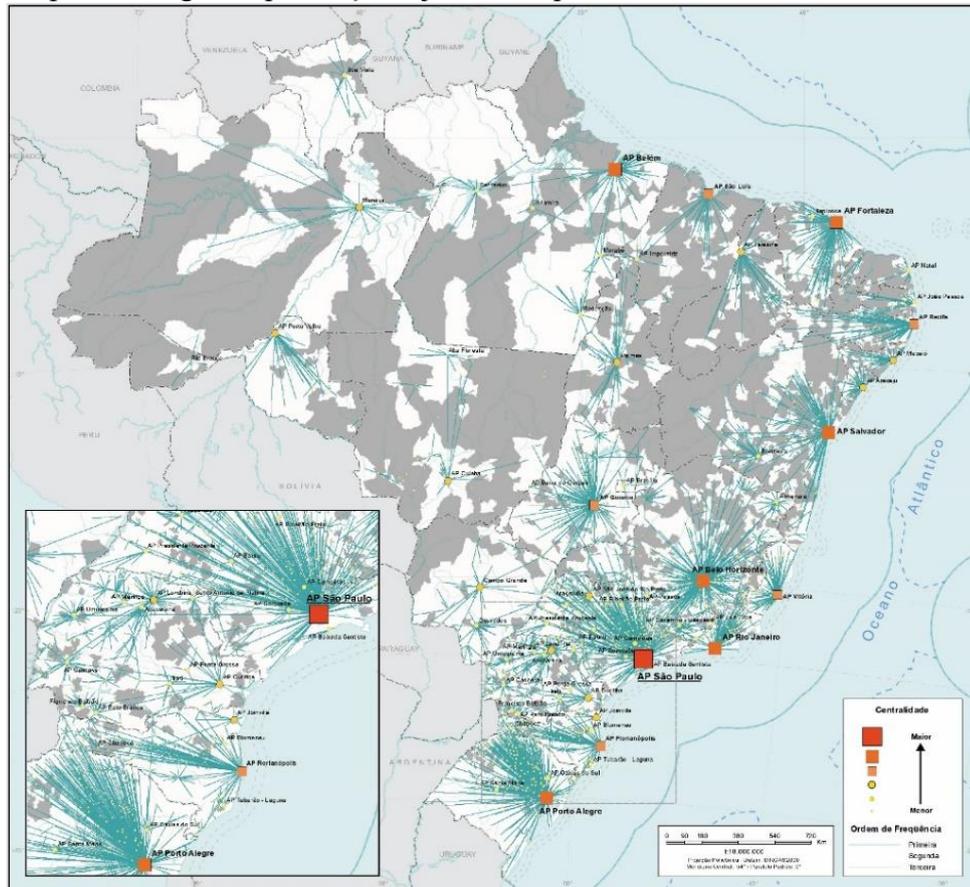
de informações sobre a periodicidade dos impressos. O questionário da pesquisa solicitou dos informantes apenas o nome da cidade de origem dos impressos não editados localmente, dando a eles a alternativa de assinalarem a inexistência de jornais impressos de outros municípios em sua cidade. Além disso, os informantes foram orientados a desconsiderarem em suas respostas os jornais recebidos por assinatura, uma vez que esses não respondem a uma lógica coletiva de distribuição do veículo impresso (IBGE, 2020).

Nessa pergunta em específico, os informantes apresentaram dificuldade no preenchimento. “[...] Muitos indicaram a presença de jornais que se lembravam de já ter visto no Município em algum momento anterior, sem poder afirmar com precisão se a memória correspondia a um fato atual ou pregresso” (IBGE, 2020, p. 121). Outros listaram nomes de jornais, mas sem conhecer os periódicos circulantes (IBGE, 2020). Essa situação, conforme expresso na publicação, revelou que a circulação de jornais impressos, mesmo quando ocorre, não é tema de conhecimento amplo pela população como ocorria em décadas passadas.

Cabe destacar que as limitações das respostas sobre os jornais estão relacionadas ao contexto atual de extinção das versões impressas dos periódicos e ampliação da produção de conteúdo nas plataformas digitais. A título de ilustração podemos citar o jornal paranaense “Gazeta do Povo”, que deixou de circular em papel no ano de 2017 para investir em um formato 100% digital. Aderiram a essa proposta em 2019, os veículos “A Gazeta” (do Espírito Santo), o “Diário Catarinense” (de Santa Catarina) e o “Jornal do Tocantins” (do Tocantins). Em 2021, um dos mais tradicionais jornais impressos do Maranhão, “O Estado do Maranhão”, seguiu o mesmo caminho e deixou de circular em papel.

A pesquisa sobre a origem dos jornais impressos resultou em uma representação cartográfica (Mapa 2) marcada por grandes extensões territoriais na região Norte, no estado de Mato Grosso e na porção ocidental do Nordeste com ausência de periódicos, sobretudo nas áreas a 150 km de distância das cidades onde há edição de jornal, como nos Arranjos Populacionais de Porto Velho (RO), Cuiabá (MT) e Fortaleza (CE) e nos municípios de Alta Floresta (MT), Manaus (AM) e Santarém (PA). Na região leste do Tocantins, sul do Maranhão e Piauí e oeste da Bahia, verifica-se uma ausência de consumo de jornais de outras localidades, enquanto nas áreas próximas ao litoral nordestino há uma mescla entre presença de jornais (editados, principalmente, nas capitais estaduais) e inexistência reconhecida pelos informantes (IBGE, 2020).

Mapa 2 – Origem e presença de jornais impressos no Brasil

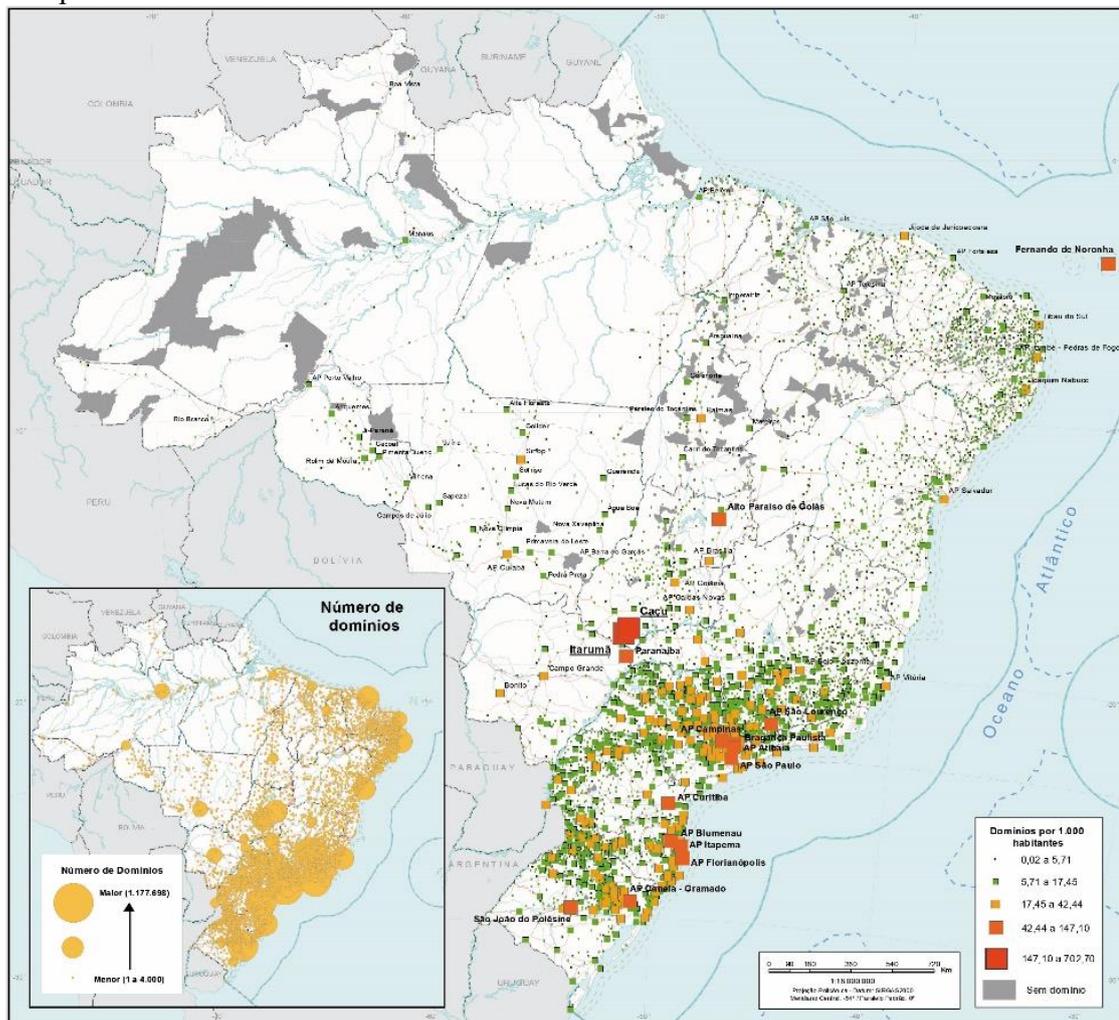


Fonte: Regic 2018 (IBGE, 2020)

Em termos de percentual, a média nacional foi de 41,4% de municípios sem circulação de jornais. Os maiores índices foram encontrados em estados do Nordeste (Paraíba, Rio Grande do Norte, Piauí, Maranhão) e do Norte (Amapá e Acre) com mais de 80% das cidades sem jornais. Já os menores percentuais foram registrados nas regiões Sul e Sudeste: Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul com 16,1%, 13,9% e 7,1% respectivamente, enquanto Rio de Janeiro e São Paulo têm 12,0% e 10,6%. Minas Gerais apresentou resultado intermediário de 38,2% e Mato Grosso do Sul, similar aos dos estados do Sul e Sudeste, 14,5% (IBGE, 2020).

Sobre a distribuição dos jornais para outras localidades, o Arranjo Populacional de São Paulo comanda essa função no país, com envio de títulos para além dos limites do estado, atingindo o sul de Minas Gerais e norte do Paraná, e tendo algumas citações pontuais no Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Bahia. As capitais estaduais também realizam remessas de jornais, mas com alcance que, raramente, ultrapassa os limites estaduais (IBGE, 2020). Ainda, a emissão de títulos pelas cidades médias, como Imperatriz (MA) (aqui estudada), Marabá (PA), Santarém (PA), Dourados (MS) e Chapecó (SC), nos dá uma indicação importante sobre a centralidade de mídia que esses locais apresentam na rede urbana.

Mapa 3 - Densidade de domínios de Internet no Brasil



Fonte: Regic 2018 (IBGE, 2020)

A respeito dos domínios de Internet no Brasil, o mapa acima (Mapa 3) evidencia o avanço significativo no número de centros urbanos com domínios de Internet no intervalo de 13 anos que separam a publicação dos dois últimos Regics. Em 2008, a cobertura era de 3.057 cidades (ou 62,4%), e em 2020, ela chega a 4.635 localidades (94,6% do total) com ao menos um domínio (IBGE, 2020). Para chegar a este resultado, o Regic 2018 empregou a mesma metodologia da versão de 2008, ou seja, localizou os domínios a partir dos dados fornecidos pelo Registro.br relativos a setembro de 2019 e mapeou tanto os números absolutos, quanto relativos, por 1 mil habitantes, para a geração dos padrões espaciais de sua distribuição.

Em termos espaciais, os domínios estão localizados em maior quantidade nas regiões Sudeste e Sul do país, com o Arranjo Populacional de São Paulo (SP) detendo sozinho 28,7%, seguido do Rio de Janeiro (RJ), com 7,7%; Belo Horizonte (MG) com 4,3%; Curitiba (PR) com 4,2%; e Porto Alegre (RS) com 3,6%. Esses números indicam que a ocorrência dos domínios se faz, primordialmente, nos centros urbanos de maior hierarquia que apresentam uma

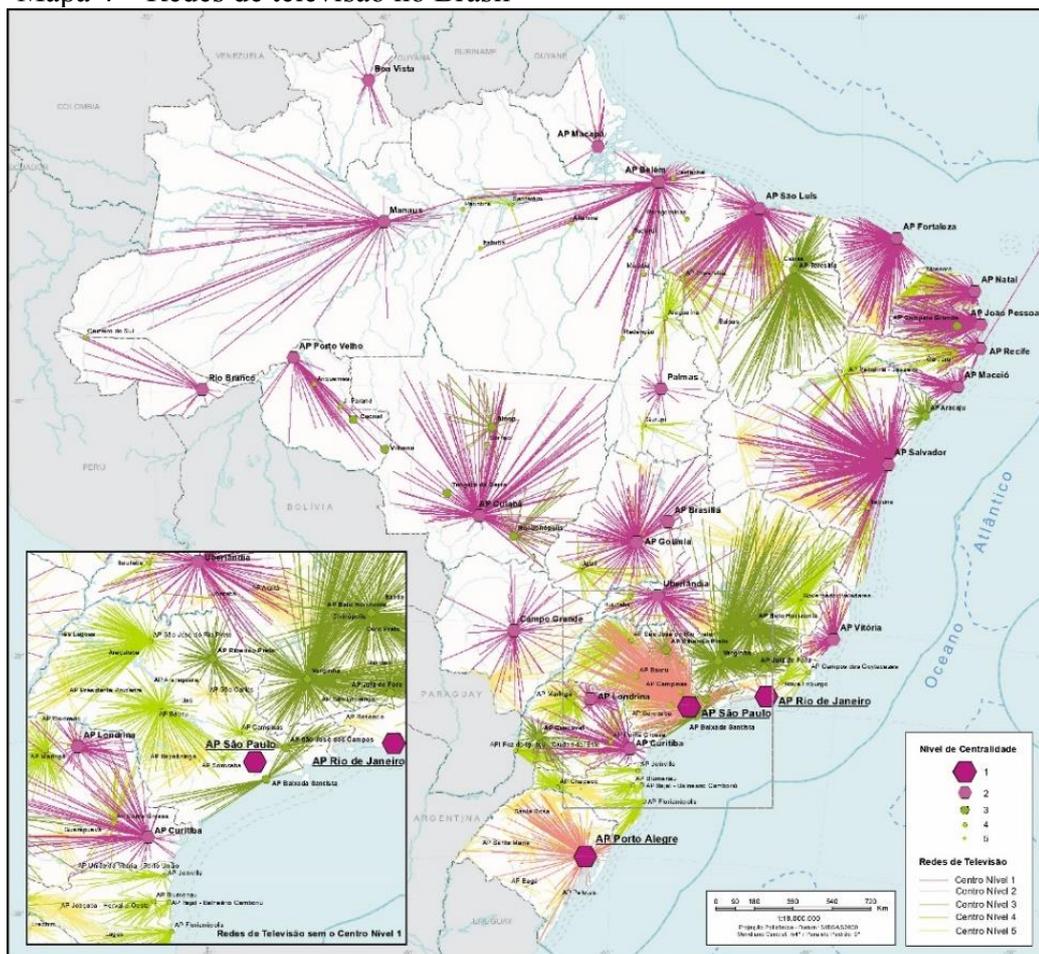
infraestrutura favorável ao desenvolvimento da produção de conteúdo para a Internet, “[...] como a existência de servidores e facilidade de acesso físico a equipamentos de informática, o mercado de mão de obra qualificada e todo um saber fazer de construção local” (IBGE, 2020, p.121). Por outro lado, as cidades que não possuem nenhum domínio estão localizadas, majoritariamente, nas regiões Norte e Nordeste, onde as condições materiais para o funcionamento da Internet ainda são precárias (IBGE, 2020).

Com relação às redes de televisão aberta, o Regic 2018 investigou quatro: Globo, Sistema Brasileiro de Televisão – SBT, Rede Record e TV Cultura (Fundação Padre Anchieta). Foram desconsideradas desta edição a rede Bandeirantes, RedeTV! e TV Gazeta por não possuírem informações completas em seus *sites* oficiais. No caso do SBT considerou-se apenas a localização das afiliadas, pois não estava disponível na página da emissora na Internet a área de cobertura. A pesquisa contabilizou 185 centros urbanos no Brasil que emitem sinais de redes de televisão aberta para 4.714 cidades que apenas recebem a programação e integram suas áreas de cobertura.

Do conjunto de municípios emissores, São Paulo e Rio de Janeiro estão no topo da hierarquia, comandando as redes de televisão que geram as programações e anúncios nacionais. Com eles no primeiro nível de centralidade está o Arranjo Populacional de Porto Alegre (RS) que, embora não esteja relacionado à sede de emissoras nacionais, agrupa um número de exibidoras que o coloca nesta posição. Logo abaixo, no segundo nível de centralidade, estão as capitais de 20 estados, além da Capital Regional Uberlândia (MG) e o Arranjo Populacional de Londrina (PR). No terceiro e quarto níveis estão as outras capitais estaduais remanescentes, além de diversas outras Capitais Regionais (IBGE, 2020). Neste último grupo, encontra-se o Arranjo Populacional de Imperatriz (MA), classificada como Capital Regional C, e com mais de três emissoras de TV instaladas em seu território, como veremos posteriormente.

As áreas de cobertura das redes de televisão seguem um padrão predominantemente estadual, isto é, o alcance do sinal de cada emissora respeita os limites da Unidade da Federação à qual pertencem (Mapa 4). Outra característica é o fato das unidades emissoras de mais alto nível hierárquico se conectarem diretamente com um número maior de cidades em relação aos níveis inferiores. Isso acontece, segundo o Regic 2018, porque algumas emissoras possuem número relativamente pequeno de afiliadas, mas detêm uma cobertura ampla de municípios que recebem seu sinal a partir da sede (IBGE, 2020).

Mapa 4 – Redes de televisão no Brasil



A partir dos fundamentos teóricos apresentados ao longo deste capítulo, procuramos mostrar que há um terreno fértil a ser explorado pelas pesquisas de Comunicação e/ou Jornalismo quando investigamos as cidades médias a partir da sua centralidade e capacidade de polarização regional. Entendemos que uma abordagem que utilize complementarmente as ideias advindas da Geografia seja capaz de avançar nas discussões sobre o jornalismo praticado fora do perímetro das metrópoles e capitais estaduais. Esse, aliás, se constitui o assunto explorado no próximo capítulo, que trata do jornalismo local e regional.

## 2 JORNALISMO LOCAL E REGIONAL: LEITURAS E ATUALIZAÇÕES

No primeiro capítulo “olhamos” para os lugares estudados nesta tese – as cidades médias – pelas lentes da Geografia, buscando entender suas especificidades e funções na rede urbana brasileira. Neste, dialogamos com o eixo teórico do Jornalismo o qual nossa pesquisa está inserida – os estudos de jornalismo local e regional. É uma área importante, intelectualmente interessante e que tem chamado a atenção de muitos acadêmicos pelo mundo.

Neste sentido, o objetivo deste capítulo é demarcar os debates intelectuais que cercam as atividades jornalísticas realizadas fora dos grandes centros urbanos e, ao mesmo tempo, apresentar a perspectiva que assumimos na realização deste trabalho. Para isso, organizamos esta parte da seguinte forma: primeiro resgatamos a trajetória dos estudos de jornalismo local e regional no Brasil, desde as primeiras investigações na década de 1970 até o contexto atual de produções de teses e dissertações sobre o assunto. Em seguida, no segundo tópico, comentamos sobre o conceito de “deserto de notícias” (ABERNATHY, 2016) e sua utilização no Brasil pelo Atlas da Notícia (PROJOR, 2021).

No terceiro tópico abordamos as tipologias escalares produzidas para distinguir os produtos jornalísticos no espaço (GROTH, 2011; SANTOS, 2007 [1955]; BUENO, 2013; AGUIAR, 2016). No quarto tópico tratamos da distinção entre as expressões “local”, “regional” e do “interior”, atribuídas no território brasileiro às pesquisas situadas fora das metrópoles de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília (DORNELLES, 2004; PERUZZO, 2005; ASSIS, 2013; AGUIAR, 2016; DEOLINDO, 2016; HESS e WALLER, 2017; ALI, 2020; GUYLAS e BAINES, 2020). Na oportunidade, acrescentamos as propostas de jornalismo metropolitano (KRAMP; 2016), em pequenas cidades (ÖRNEBRING et al; 2020) e a nossa sobre o jornalismo de influência regional como alternativas às denominações tradicionais. Por último, discutimos a noção de proximidade, apontada como elemento distintivo da prática jornalística local e regional.

### 2.1 Itinerário da pesquisa brasileira sobre jornalismo local e regional

Os primeiros estudos brasileiros dedicados ao jornalismo tiveram início na segunda metade do século XIX, ainda sem uma preocupação com os processos noticiosos. Eram ensaios de natureza documental e histórica sobre os meios de difusão, mais precisamente livros, jornais e revistas (MELO, 1997; 2010). Nesse conjunto encontram-se os trabalhos preliminares de jornalismo local e regional – centrados na história dos jornais impressos em diferentes estados

do país. Depois dessas iniciativas, surgem na década de 1970, graças à criação das escolas de Jornalismo e a institucionalização da pesquisa, registros acadêmicos da investigação comunicacional nas regiões. O primeiro deles é a coletânea organizada por José Marques de Melo e publicada em 1976, *Comunicação/InComunicação no Brasil*, que reúne um conjunto de artigos sobre as relações entre a mídia regional e a cultura popular, além de um estudo a respeito da crise dos jornais no interior de Minas Gerais.

Em seguida, no ano de 1977, Wilson da Costa Bueno na dissertação *Caracterização de um objeto conceitual para a análise da dicotomia imprensa industrial/ imprensa artesanal no Brasil* apresenta uma análise comparativa das diferenças entre a imprensa da capital paulista, considerada como industrial, e a imprensa do interior do estado, classificada como “artesanal”, tendo como referência o modelo empresarial adotado pelos jornais.

Segundo Bueno (1977), a imprensa industrial era composta por um setor de redação, princípios administrativos, funcionários desempenhando atividades específicas, sendo pouco comum o repórter ‘faz tudo’. Enquanto que na imprensa artesanal não havia separação entre redação e outros setores do veículo. “O número de empregados é reduzido e um mesmo funcionário geralmente é o diretor do jornal, o redator, o repórter, o revisor, o contato de publicidade, o paginador e o impressor” (BUENO, 1977 apud OLIVEIRA, 2008, p.21).

A partir destas e outras características, o autor reconheceu em sua argumentação sobre o ambiente regional que as diferenças das duas modalidades de imprensa (industrial e a artesanal) se complementam no cenário brasileiro. “Definida em termos nacionais, a imprensa industrial abre lacunas na cobertura da informação local que a imprensa artesanal se incumbem de preencher” (BUENO, 1977, apud OLIVEIRA, 2008, p.24).

Nos anos de 1980 localizamos a produção de Gastão Thomaz de Almeida (1983), *A imprensa do interior: um estudo preliminar*. O livro apresenta um panorama da difusão dos jornais impressos no interior paulista desde 1875 (com a criação do Estado de São Paulo) a 1931. É possível então conhecer a quantidade de títulos fundados em São Paulo no ano, aqueles em circulação no período de 1979/80 e a cidade onde estavam sediados. Apesar do caráter mais historiográfico da obra, Almeida (1983) lança pistas para futuras pesquisas envolvendo a Geografia e o Jornalismo, por exemplo, a relação entre o número de jornais em uma localidade e o mercado de trabalho para o jornalista. “O fato de existirem tantos jornais em uma cidade cria condições para um mercado de trabalho satisfatório para o jornalista profissional?” (ALMEIDA, 1983, p.19). Para responder essa questão, o autor considera necessário um estudo sobre a economia e a vida social das cidades, observando a influência que elas criam na oferta de trabalho para os jornalistas.

Outra obra importante desse período é o livro *Radiojornalismo no Brasil: dez estudos regionais* (1987), organizado por Gisela Ortriwano. A publicação, oriunda do II Curso de Aperfeiçoamento para professores de Jornalismo, apresenta um panorama do jornalismo radiofônico nas cinco regiões do país, representadas pelas experiências de Belém (PA), Recife (PE), Maceió (AL), Vitória (ES), Goiânia (GO), Florianópolis (SC), Rio de Janeiro (RJ) e Vale do Paraíba, no interior de São Paulo. São textos, de modo geral, com uma abordagem mais histórica, dedicada a resgatar a trajetória do radiojornalismo nas cidades, de emissoras ou programas radiofônicos específicos.

A partir da década de 1990, conforme Peruzzo (2005), há um maior interesse da academia pelo jornalismo local e regional em virtude da interiorização da comunicação de massa no Brasil, motivada pelas condições mercadológicas oferecidas por cidades fora das regiões metropolitanas. “A televisão, por exemplo, explora a diferenciação local como nicho de mercado, interessada em captar os recursos provenientes da publicidade do interior do país” (PERUZZO, 2005, p. 71).

Complementando essa perspectiva, Fadul (2006) afirma que a descentralização econômica do Brasil (causada pelo deslocamento das indústrias de São Paulo, do desenvolvimento agrícola das regiões Centro-Oeste e Norte e do turismo no Nordeste) é responsável pelo avanço da mídia em direção a outras regiões do país, a partir do deslocamento das agências de publicidade, dos anunciantes e dos veículos de comunicação que buscaram novas oportunidades de negócios fora do Sul e Sudeste brasileiro.

Entre as investigações desenvolvidas nesse período destaca-se as dissertações de Dulce Cruz (1994) e Paulo Scarduelli (1996) a respeito da expansão da Rede Brasil Sul (RBS) em Santa Catarina por meio da televisão. De acordo com Cruz (1994, p. 160), a “[...] a RBS representa uma experiência pioneira no que se pode chamar de televisão regional, através de uma rede de emissoras espalhadas pelo interior dos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina”.

Outro trabalho muito importante desenvolvido no final da década de 1990 é a tese de Beatriz Dornelles (1999) sobre a imprensa no interior do Rio Grande do Sul. A pesquisa, desenvolvida entre 1996 e 1998, analisa as características administrativas, físicas, financeiras, publicitárias e editoriais de 14 jornais editados em municípios representativos do interior do Rio Grande do Sul.

Convém ainda ressaltar que no período de 1996 a 2009, a Cátedra UNESCO/Methodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional promoveu o Colóquio Internacional de Comunicação para o Desenvolvimento Regional (REGIOCOM) com o objetivo de incentivar a

pesquisa sobre a mídia regional no Brasil. Os encontros discutiram temáticas como: a) Fluxos regionais e glocais; b) Rádio, cidadania e serviço público; c) Televisão comunitária; d) Mídia local; e) Mídia regional em tempo de globalização; f) Mídia e região na era digital; e g) Comunicação e desigualdades regionais (GOBBI, 2006; PINTO, 2015).

Mesmo com essas iniciativas, o repertório de trabalhos científicos sobre o tema hoje ainda é reduzido se comparado às produções do eixo Rio-São Paulo ou a outras temáticas de pesquisa da Comunicação e Jornalismo (PINTO; 2015, NONATO; LAGO, 2017, DEOLINDO, 2019). No banco da Capes, Pinto (2015) identificou apenas 100 pesquisas (21 teses e 79 dissertações) defendidas entre os anos de 1993 e 2010 sobre mídia regional, enquanto que os estudos sobre grandes veículos e/ou produtos jornalísticos das cidades do Rio de Janeiro e São Paulo são produzidos desde o início da década de 1960, demarcando esses dois centros como referência de mídias independentes, modernas e representantes dos meios de comunicação do país (PINTO, 2015). No levantamento realizado para esta tese no banco da Capes e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) dos últimos 11 anos (2010 a 2020), também encontramos poucas investigações acerca da atividade jornalística local, regional ou do interior, assunto que comentaremos melhor adiante.

Com base no mapeamento da bibliografia produzida nas últimas décadas sobre a mídia regional, Pinto (2015) constatou a presença de duas perspectivas de análise nos estudos da área: a relacional assimétrica e a superlocal. A primeira caracteriza-se por apresentar análises comparativas entre os meios de comunicação no ambiente regional com aqueles presentes em grandes centros urbanos (principalmente São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília), estabelecendo assim uma relação de inferioridade. Conforme Pinto (2015), esta perspectiva é marcada por quatro traços de assimetria entre os grupos e veículos no ambiente regional e este “centro idealizado”:

a) a inferioridade técnica em relação aos suportes midiáticos das empresas que atuam nas três cidades citadas acima; b) a incapacidade de sustentação econômica das mídias regionais; c) a ocorrência de vínculos com políticos, sobretudo por meio do coronelismo eletrônico; e d) a concentração midiática em empresas de natureza familiar. Muitas vezes tais traços são expostos em conjunto para descrever determinada mídia ou grupo (PINTO, 2015, p. 36).

De outro lado, os textos com foco no superlocal valorizam as produções midiáticas de forma particularizada e individual sem oferecer reflexões sobre o seu papel no contexto regional. Eles ainda generalizam a produção midiática regional considerando os diferentes níveis de atividades praticados nesses espaços como um único segmento, isto é, a “pequena imprensa”. Isso contribui para que ocorra também nesse viés de pesquisa uma marginalização da mídia regional ao considerá-la como “menor”.

Subdivisões como “local”, “comunitário”, “do interior” são utilizadas para agrupar um tipo de jornalismo produzido à parte do sistema midiático com suportes de abrangência nacional, funcionando como termos autoexplicativos para tudo que está além de um circuito central. Tal adjetivação negativa isola esses “outros jornalisismos” com base nas suas essências geográficas ou identitárias e reforça as suas limitações, anulando a busca de suas particularidades e, principalmente, dificultando a percepção de que integram circuitos dos subsistemas midiáticos formadores da mídia brasileira (PINTO, 2015, p.43).

Ambas as perspectivas são consideradas pela autora como insuficientes para explicar a dinâmica da mídia regional no país por se aterem basicamente às diferenças entre as regiões do país. “Na perspectiva relacional assimétrica a diferença recebe um viés negativo e de inferioridade, já a superlocal supervaloriza e isola os contextos midiáticos regionais” (PINTO, 2015, p. 45). Diante dessas abordagens, a pesquisadora propõe uma leitura da mídia regional como integrante do sistema midiático brasileiro, destacando sua diversidade e os laços mantidos com as mídias de referência nacional (PINTO, 2015).

Também em uma revisão da literatura dos estudos de jornalismo local e/ou regional, Deolindo (2019) encontrou obras sobre o funcionamento, o papel e as especialidades dos meios de comunicação em diversos estados, como São Paulo, Rio Grande do Sul, Mato Grosso, Tocantins e Sergipe, que contribuem para a formação de uma herança teórica e metodológica para as futuras gerações de pesquisadores da área. Dentro dessa tradição de pesquisa, a autora identificou determinadas abordagens que ganharam destaque, em menor ou maior medida, ao longo dos anos. São elas:

[...] a perspectiva histórica (em geral, sobre a trajetória de jornais locais e regionais), a das representações sociais (por exemplo, pesquisas que analisam discursos, enquadramentos e conteúdos que reforçam a identidade regional/comunitária), conceitual (sobre as especificidades e natureza do jornalismo regional, sua distinção frente ao comunitário e suas aproximações com a grande mídia), inventário (identifica, enumera e registra e analisa mídias já extintas ou ainda em funcionamento em determinadas regiões), crítica (trata das relações de propriedade e a vinculações da mídia regional com outras instituições, como a política e a econômica) (DEOLINDO, 2019, p. 83).

Além dessas perspectivas e das apontadas por Pinto (2015), Deolindo (2019) sugere o estudo da mídia local e regional a partir de uma abordagem geoeconômica, considerando os meios de comunicação como firmas comerciais, constituídos por uma dimensão empresarial, organizacional, tecnológica e econômica. Por esse prisma investiga-se como a realidade do mercado afeta a sustentabilidade das empresas jornalísticas localizadas em cidades pequenas e médias fora da região metropolitana, e como funciona a lógica de produção da notícia, as limitações do trabalho impostas pela estrutura da organização, o padrão de alocação de recursos,

as estratégias concorrenciais (ou as consequências de sua ausência) e como se dá a gestão do risco nesse segmento (DEOLINDO, 2019).

Nesse caminho de caracterização das pesquisas de jornalismo local e regional no Brasil, Aguiar (2016) localizou quatro propostas originais envolvendo o assunto em um inventário de 908 artigos científicos: 1) jornalismo local/mídia local/telejornal comunitário; 2) jornalismo interiorano/imprensa do interior; 3) jornalismo regional/jornalismo de região; e 4) jornalismo local-regional/imprensa regional urbana (bairros)/jornal de bairro/jornais fronteiriços. No primeiro grupo, o termo “comunitário” é utilizado como estratégia de construção de identidade com pequenas cidades localizadas em determinado recorte espacial, correspondente à área de cobertura da emissora e suas coligadas e/ou retransmissoras. No segundo grupo, o enfoque principal é a noção de “interior”, que não corresponde a uma escala espacial, mas se configura como uma categoria relacional entre o urbano e rural (AGUIAR, 2016).

No terceiro grupo, voltado ao jornalismo regional, Aguiar (2016) verificou uma ausência de posicionamento ou proposição conceitual acerca da noção geográfica de “região”. “A quase totalidade dos artigos limita-se a qualificar o ‘jornalismo regional’ por circunscrever-se em determinado recorte espacial situado empiricamente a partir de estudos caso” (AGUIAR, 2016, p. 18). No último grupo (local-regional) estão presentes as qualificações mais complexas, por envolverem escalas variáveis ou híbridas. É o caso dos jornais de bairros ou do jornalismo praticado em áreas de fronteira entre o Brasil e outros países da América do Sul.

Após traçar um panorama das pesquisas brasileiras sobre o jornalismo local e regional, no tópico seguinte acrescentamos um novo elemento a este contexto por meio do levantamento das teses e dissertações defendidas em programas de pós-graduação em Comunicação e Jornalismo nos 11 últimos anos (2010-2020).

### 2.1.1 O jornalismo local e regional na pós-graduação (2010-2020)

Historicamente, a pós-graduação em Comunicação no Brasil surgiu na década de 1970 com um número reduzido de programas situados em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. A partir dos anos 1990, o cenário começa a mudar com a instalação de novos cursos *stricto sensu* (mestrado e doutorado) em outros estados brasileiros (ALMEIDA, 2018). Hoje, há mais de 50 programas de Comunicação em funcionamento, distribuídos em todas as regiões do país. Diante dessa difusão da pós-graduação, consideramos pertinente atualizar os dados dos estudos de jornalismo local e regional desenvolvidos pelos cursos da área. Para tanto, realizamos um levantamento no Catálogo de Teses e Dissertações da Capes e na Biblioteca Digital Brasileira

de Teses e Dissertações (BDTD) entre os anos de 2010 e 2020. Empregamos como palavras-chave “jornalismo regional”; “mídia regional; “jornalismo local” e “mídia local” associado aos filtros de área conhecimento (Ciências Sociais Aplicadas – Comunicação – Comunicação Visual – Jornalismo e Editoração – Teoria da Comunicação).

O levantamento localizou 115 pesquisas de jornalismo local e/ou regional produzidas no Brasil nos últimos anos, sendo 13 teses e 102 dissertações. Conforme demonstra a Tabela 1, as teses são pouco desenvolvidas no campo comunicacional, chegando a ter momentos de não produção pelos pesquisadores da área. Em contrapartida, as dissertações demonstram uma melhor performance, com índices elevados de produção na maioria dos anos investigados. Situação provavelmente relacionada ao maior número e distribuição regional dos cursos de mestrado em Comunicação e Jornalismo no país, quando comparado aos de doutorado.

Tabela 1 – Resultados do N° de trabalhos acadêmicos por ano

Ano	Teses	Dissertações
2010	1	5
2011	-	6
2012	-	3
2013	-	9
2014	1	12
2015	1	14
2016	1	12
2017	-	14
2018	4	12
2019	3	4
2020	2	11
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>102</b>

Fonte: Elaborado pela autora com base no banco da Capes e BDTD

O predomínio das dissertações sinaliza que a temática do jornalismo local e/ou regional tem sido abordada pela academia por um modelo de pesquisa que mais sistematiza, incrementa e legitima conhecimentos já estabelecidos no campo. Esses trabalhos são, sem dúvidas, importantes e necessários, pois oferecem informações particulares das práticas jornalísticas em diferentes regiões do Brasil. Mas é necessário também ampliarmos a quantidade de teses sobre

o assunto, que se proponham a dizer “do objeto algo que ainda não foi dito ou rever com uma óptica diferente o que já se disse” (ECO, 1983, p. 22), isto é, oferecer contribuições inéditas e originais. Este é um dos desafios enfrentados por esta tese.

As dissertações e teses de jornalismo local e/ou regional estiveram presentes em 34 diferentes programas de pós-graduação (PPGCOM e PPGJOR) do Brasil. A maioria deles está situada nas regiões Sudeste (13) e Sul (9), com destaque para o eixo Rio-São Paulo, que possui 11 PPGs com produção sobre o assunto. No Nordeste, sete programas, dos 11 que existem hoje na área, realizaram pesquisas da temática. No Centro-Oeste, três PPGs em Comunicação e no Norte dois apresentaram dissertações do tema no período analisado (Quadro 1). Os dados demonstram que, mesmo havendo uma ampliação da pós-graduação em Comunicação no país, os estudos do segmento de jornalismo local e regional ainda não acompanharam o mesmo ritmo, mantendo-se concentrados no Sul e Sudeste brasileiro.

Quadro 1 – Distribuição geográfica dos PPGs com pesquisa de jornalismo local e/ou regional

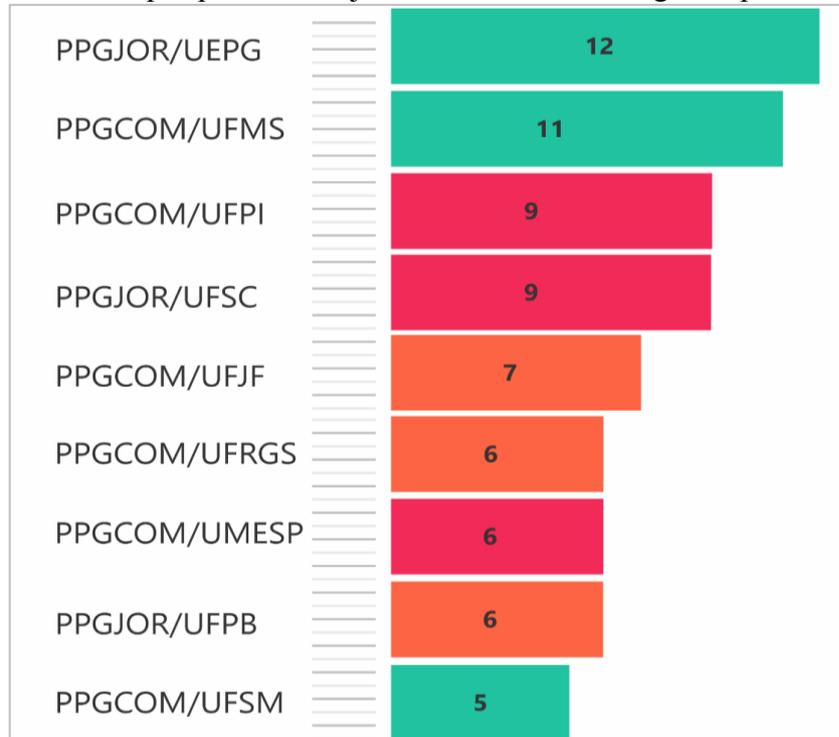
Região	UF	PPGs
<b>Sudeste (13)</b>	SP	PPGCOM/UMESP; PPGCOM/UNESP; PPGCOM/UNISO; PPGCOM/USP; PEPGCOS/PUC-SP; PPGCOM/ CASPER LIBERO; PPGIS/UFSCAR; PPGCOM/UNIP
	RJ	PPGCOM/UERJ; PPGCOM/UFF; PPGMC/UFF
	MG	PPGCOM/UFJF; PPGCOM/UFMG
<b>Sul (9)</b>	PR	PPGJOR/UEPG; PPGCOM/UTP; PPGCOM/UEL; PPGCOM/UFPR
	SC	PPGJOR/UFSC
	RS	PPGCOM/PUCRS; PPGCOM/UFRGS; PPGCOM/UFSM; PPGCOM/UNISINOS
<b>Nordeste (7)</b>	PI	PPGCOM/UFPI
	CE	PPGCOM/UFC
	RN	PPGEM/UFRN
	PB	PPGJOR/UFPB; PPGC/UFPB
	PE	PPGCOM/UFPE
<b>Centro-Oeste (3)</b>	SE	PPGCOM/UFS
	MS	PPGCOM/UFMS
	GO	PPGCOM/UGF
<b>Norte (2)</b>	DF	PPGCOM/UNB
	TO	PPGCOM/UFT
	AM	PPGCOM/UFAM

Fonte: Elaborado pela autora com base no banco da Capes e BDTD

Deste conjunto de programas, nove produziram mais pesquisas dedicadas ao jornalismo local e/ou regional. São eles: PPGJOR/UEPG (12); PPGCOM/UFMS (11); PPGCOM/UFPI (9); PPGJOR/UFSC (9); PPGCOM/UFJF (7); PPGCOM/UFRGS (6); PPGCOM/UMESP (6); PPGJOR/UFPB (6) e PPGCOM/UFSM (5) (Gráfico 1). É possível perceber a forte contribuição dos PPGs em Jornalismo (juntos somam 27 pesquisas) para o conhecimento do fenômeno

jornalístico nas capitais e no interior dos estados brasileiros, seja na forma de registros históricos, cartográficos, estrutura de mercado, atuação profissional ou modos específicos de produção, circulação e consumo de notícias.

Gráfico 1 – Nº de pesquisas sobre jornalismo local e/ou regional por PPG



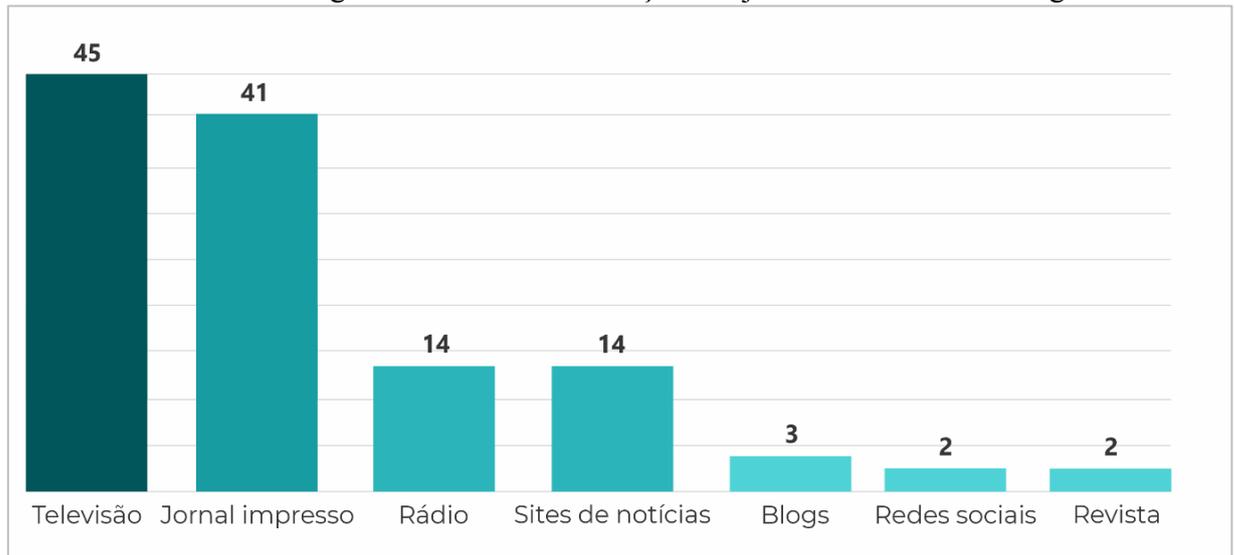
Fonte: Elaborado pela autora com base no banco da Capes e BDTD

Ainda nesse conjunto, destaca-se a atuação do PPG em Comunicação da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS) por meio da linha de pesquisa “Mídia, Identidade e Regionalidade”, que estuda os sistemas e as estruturas dos meios de comunicação nos âmbitos regional e de fronteiras, os processos, produtos e as linguagens da mídia local e regional e os fluxos midiáticos locais, regionais e internacionais (PPGCOM-UFSM, 2021). O programa da Universidade Federal do Piauí (UFPI) também possui uma importante participação na pesquisa científica de jornalismo local e/ou regional por meio de trabalhos sobre estratégias de regionalização dos veículos jornalísticos.

Em relação aos tipos de mídia, a televisão é a mais investigada nas teses e dissertações de jornalismo local e/ou regional. Identificamos 45 trabalhos que abordam a TV sob as mais diferentes perspectivas, como por exemplo: processos produtivos da televisão no ambiente digital, agendamentos temáticos, caráter popular no telejornalismo, participação do público nos telejornais, regionalização das emissoras e propriedade de mídia. Em seguida, o jornal impresso aparece como a segunda opção, sendo estudada por 41 pesquisas (Gráfico 2). Neste caso, interessam-se por temas como o processo de migração do papel para o digital, a história dos

periódicos, representações sociais, consumo, rotinas produtivas, processos editoriais, estrutura econômica das empresas, entre outros. Vale pontuar que alguns estudos analisam mais de uma mídia, o que explica a quantidade das ocorrências dessa categoria superar o número total de trabalhos mapeados.

Gráfico 2 – Mídia investigada nas teses e dissertações de jornalismo local e/ou regional



Fonte: Elaborado pela autora com base no banco da Capes e BDTD

O rádio e os *sites* de notícias, com 14 investigações cada um, ocupam juntos a terceira posição das mídias analisadas pelos pesquisadores que estudam o jornalismo local e/ou regional nos PPGs brasileiros. No meio radiofônico, as pesquisas tratam principalmente do radiojornalismo na internet, rádios comunitárias, a migração das rádios AM para FM, rotinas produtivas e produtos radiofônicos. No ambiente digital, os estudos sobre os *sites* de notícias investigam formatos, linguagens, modelos de negócio e estratégias de regionalização. Temos ainda três dissertações de *blogs*, duas de redes sociais e duas sobre revistas, que representam os serviços midiáticos com menor número de investigações nas pós-graduações.

Além destas mídias, localizamos dois trabalhos que abordam as assessorias de imprensa. Um deles é a dissertação defendida em 2013 por Ana Eliza Ferreira Alvim da Silva no PPGCOM de Juiz de Fora sobre a doação de sangue a partir da percepção da assessoria de imprensa da Fundação Hemominas, do jornal Tribuna de Minas e dos cidadãos locais. O outro trabalho, apresentado no Mestrado em Jornalismo da UEPG, é do pesquisador Matheus Henrique de Lara (2017) a respeito do conteúdo informativo publicado pelas assessorias das prefeituras de cinco municípios (Cascavel, Foz do Iguaçu, Londrina, Maringá e Ponta Grossa) do interior do Paraná.

Outro aspecto observado no levantamento foram as cidades das mídias pesquisadas pelas teses e dissertações de jornalismo local e/ou regional. Reconhecemos 184 cidades nas investigações levantadas, dentre as quais se sobressaem com mais trabalhos: Porto Alegre (8), Teresina (8), João Pessoa (7), Campo Grande (6), Ponta Grossa (6), Bauru (5), Chapecó (5), Ponta Porã (5), São Luís (5), São Paulo (5), Belo Horizonte (4), Corumbá (4), Curitiba (4), Florianópolis (4), Goiânia (4), Natal (4), Joinville (3), Juiz de Fora (3), Londrina (3) e Manaus (3) (Figura 1).

Figura 1 – Cidades estudadas nas teses e dissertações de jornalismo local e/ou regional



Fonte: Elaborado pela autora com base no banco da Capes e BDTD

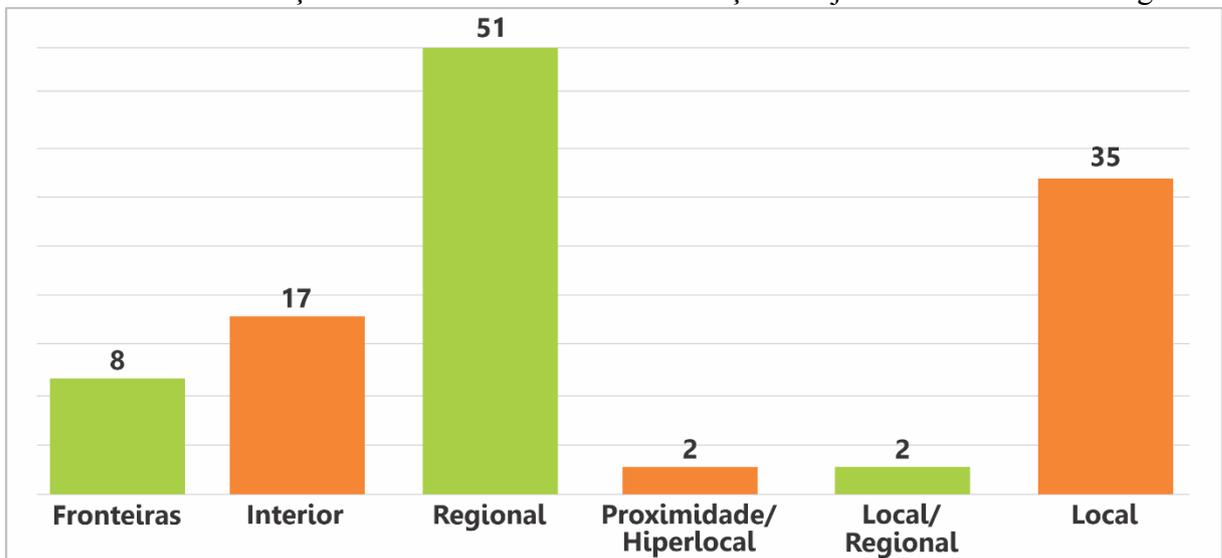
De modo geral, observamos as mídias sediadas nas metrópoles nacionais, capitais estaduais e algumas cidades médias não metropolitanas como as mais estudadas pelas pesquisas de jornalismo local e/ou regional, enquanto as das pequenas cidades pouco aparecem nos trabalhos científicos. Acreditamos que isso pode estar relacionado a algum desses fatores ou aos três juntos: a) presença de um programa de pós-graduação em Comunicação ou Jornalismo nas cidades ou estados; b) desenvolvimento de atividades jornalísticas; e c) naturalidade dos pesquisadores dos PPGs.

Por outro lado, o número reduzido de cidades brasileiras investigadas pelos estudos de jornalismo local e/ou regional sinaliza duas situações contrastantes no país: centros urbanos

com alta concentração de pesquisa científica e “**desertos de pesquisas**”<sup>17</sup>, ou seja, cidades que nunca foram estudadas pela academia do ponto de vista da infraestrutura de mídia, da produção de conteúdo local ou do consumo de informação.

Do ponto de vista das classificações temáticas assumidas pelas teses e dissertações, verificamos a presença de sete categorias: “regional” (51); “local” (35), “interior” (17), “fronteiras” (8), “proximidade/hiperlocal” (2), “local/regional” (2) (Gráfico 3). Salta aos olhos a força do “regional” e afins (regionalização e região) na produção científica de Comunicação/Jornalismo, seja como referência a centros urbanos fora do eixo Rio-São Paulo e Brasília, ou como área de atuação mercadológica das empresas de mídia. O “local” tem ainda preferência entre os trabalhos, percebido a partir de conteúdos e processos noticiosos desenvolvidos no âmbito da cidade e dos bairros. Depois vem encontrando aderência entre os pesquisadores da área os estudos sobre os veículos de comunicação do “interior” (14), isto é, aqueles instalados em cidades de pequeno e médio portes fora das regiões metropolitanas. Nesse grupo estão inseridos dois estudos que se autodenominam como locais e do interior, como uma forma de se diferenciar das pesquisas “locais” que ocorrem nas capitais dos estados, e uma tese que trabalha com a “proximidade” no interior.

Gráfico 3 – Classificações temáticas das teses e dissertações de jornalismo local e/ou regional



Fonte: Elaborado pela autora com base no banco da Capes e BDTD

Há também um número considerável de investigações a respeito das mídias na Faixa de Fronteira do Brasil (8), sobretudo aquelas situadas nos municípios fronteiriços do Mato Grosso do Sul com a Bolívia e o Paraguai. Em menor quantidade, registramos a presença de estudos que utilizam as noções de “proximidade/hiperlocal” (2) e de “local/regional” (2) para apreender

<sup>17</sup> Inspirado no conceito de desertos de notícia de Penelope (Penny) Muse Abernathy (2016).

seus objetos empíricos. Como ilustração do primeiro grupo podemos citar a dissertação de Adriana Bagno Alves Pinto (2020) que recorre às perspectivas do “jornalismo de proximidade” e “jornalismo hiperlocal” para compreender o impacto dos *smartphones* no processo produtivo do telejornalismo na Paraíba. E pertencente ao segundo grupo temos a tese de Ana Rosa Bandeira (2018) que observa a construção da identidade editorial e gráfica do jornal *Diário Popular* de Pelotas a partir dos princípios do jornalismo local regional.

Fora estes aspectos, notamos algumas tendências nas teses e dissertações de jornalismo local e/ou regional. A primeira delas é o uso de abordagens relacionais ou comparativas entre veículos jornalísticos situados em locais diferentes. Nesse contexto, verificamos três tipos diferentes de abordagens: 1) *Relacional inter-regional* – pesquisas com veículos de diferentes regiões, podendo contar ou não com as mídias de referência nacional, situadas em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília; 2) *Relacional intrarregional* – estudos envolvendo veículos ou grupos de mídia da mesma região; 3) *Relacional estadual* – compreende trabalhos que investigam veículos do mesmo estado, seja por meio de uma leitura entre a capital e o interior, ou em uma região ou microrregião específica.

Outras tendências presentes nas pesquisas analisadas são: a) predomínio das análises sobre as transformações, configurações e convergências do jornalismo local e/ou regional no ambiente *on-line*; b) emprego de mapeamentos para localizar e caracterizar os veículos jornalísticos; c) supremacia da análise de conteúdo e entrevistas como procedimentos metodológicos; d) centralidade na produção e no conteúdo das empresas de jornalismo; e) escassez de estudos de recepção, destinados a entender como as pessoas recebem os conteúdos jornalísticos; f) poucos trabalhos sobre a produção jornalística na Amazônia Legal e em formações regionais específicas.

Por fim, percebemos que as discussões e perspectivas teóricas da Geografia se encontram ausentes na maioria das teses e dissertações de jornalismo local e/ou regional brasileiras. Muitos trabalhos utilizam conceitos geográficos sem trazer as reflexões acumuladas pelo campo a respeito, o que contribui para a existência do que Moreira (2009) chamou de ‘invisibilidade’ da Geografia junto aos trabalhos da Comunicação, e aqui em específico no Jornalismo. De outro lado, notamos que alguns estudos sequer mencionam as referências conceituais da área jornalística para tratar as realidades locais e regionais. Situação que nos faz entender que o uso das expressões “local” e “regional”, por exemplo, está mais associado à localização da pesquisa empírica do que um aporte teórico utilizado pelos pesquisadores.

Perante todas as perspectivas e tendências apresentadas, nesta tese pensamos o jornalismo local e regional por um outro enfoque, diferente dos que foram empregados até o

momento na Comunicação/Jornalismo. Aqui estudamos as atividades jornalísticas situadas em uma cidade média amazônica não integrante de região metropolitana por meio da “função regional”, ou seja, a capacidade que ela tem de se conectar com as cidades pequenas do entorno, sustentando com informação de proximidade ao mesmo tempo a população local e moradores da região de influência.

Após concluir esse sobrevoo acerca das pesquisas de jornalismo local e regional no Brasil, a partir do próximo tópico adentramos nas discussões teórico-conceituais do assunto. Começamos com o conceito de “deserto de notícias”, formulado por Abernathy (2016) e explorado no Brasil pelo Atlas da Notícia.

## 2.2 Deserto de Notícias

A partir de investigações sobre o desaparecimento dos jornais impressos em cidades pequenas dos Estados Unidos, a pesquisadora norte-americana Penelope (Penny) Muse Abernathy (2016) desenvolveu um dos conceitos geográficos mais atuais para os estudos de mídia e jornalismo local – o “deserto de notícias”. Ele refere-se a “comunidades, seja rural ou urbana, com acesso limitado a notícias e informações confiáveis e completas, que alimentam a base popular da democracia” (ABERNATHY, 2016).

A definição está associada à atuação dos jornais locais, mais especificamente os comunitários, que estão no cerne da vida democrática dos Estados Unidos, caracterizados por vínculos sociais, políticos e econômicos com as comunidades onde se localizam, conforme demonstra o trecho a seguir:

Desde o início como nação, os jornais têm desempenhado um papel vital na construção da comunidade. Jornais fortes promoveram um senso de identidade geográfica e, no processo, nutriram a coesão social e o ativismo político de base. As histórias e editoriais que publicaram ajudaram a definir a agenda para o debate de questões importantes, influenciar a política e as decisões políticas que tomamos e construir a confiança em nossas instituições. Os anúncios que veiculavam impulsionavam o comércio local e o crescimento econômico regional, juntando clientes em potencial com empresas locais (ABERNATHY, 2018, p. 5, tradução nossa<sup>18</sup>).

---

<sup>18</sup> Texto original em inglês: From our very beginnings as a nation, newspapers have played a vital role in building community. Strong newspapers fostered a sense of geographic identity and in the process nurtured social cohesion and grassroots political activism. The stories and editorials they published helped set the agenda for debate of important issues, influence the policy and political decisions we made, and build trust in our institutions. The advertisements they carried drove local commerce and regional economic growth by putting potential customers together with local businesses.

O desaparecimento dessas publicações e, conseqüentemente, o surgimento dos desertos de notícias no território americano, está associado a ascensão de um novo proprietário de mídia no país – os fundos de investimento. Segundo Abernathy (2016),

[...] esses novos proprietários são muito diferentes dos editores de jornais que os precederam. Na maioria das vezes, eles não têm experiência em jornalismo ou o senso de missão cívica tradicionalmente abraçado por editores e donos de publicações. Os jornais representam apenas uma fração de seus vastos portfólios de negócios (ABERNATHY, 2016, p. 7, tradução nossa<sup>19</sup>).

No Brasil, o conceito “deserto de notícias” torna-se conhecido em 2017 por meio do Atlas da Notícia – projeto desenvolvido pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (PROJOR) em parceria com a Volt Data Lab<sup>20</sup> com o objetivo de mapear os veículos produtores de conteúdo jornalístico, principalmente locais, em todo o território brasileiro. Trata-se de uma iniciativa de dados abertos inspirada no projeto *America’s Growing News Desert* (ou em português, “O crescente Deserto de Notícias Americano”) da revista *Columbia Journalism Review*<sup>21</sup>.

No Atlas, os “desertos de notícias” são “municípios sem veículos jornalísticos, ou seja, sem cobertura significativa de imprensa” (PROJOR, 2018). Na edição de 2021 (a quarta do projeto), eles compreendem 3.280 municípios (58,9%) e representam 33,7 milhões de pessoas, sem nenhum acesso a um veículo local. Além desses locais, há os chamados “quase desertos”, municípios que possuem apenas um ou dois veículos jornalísticos em seu território e podem se tornar desertos caso eles deixem de existir. Essas localidades correspondem a 1.187 (21,3%) municípios participantes da pesquisa. Nelas, e nas cidades consideradas não desertos, foram identificados em operação 15.216 veículos jornalísticos – entre jornais impressos, mídias digitais, rádios e redes de televisão (PROJOR, 2021).

Os desertos de notícias brasileiros são em geral cidades pequenas, com população média de 6.900 habitantes (PROJOR, 2021). De acordo com Silva e Pimenta (2020, p.52, tradução nossa<sup>22</sup>), “[...] são municípios mais pobres, localizados tanto em porções remotas do Norte e Nordeste quanto nas periferias de grandes metrópoles, como a Grande São Paulo”.

<sup>19</sup> Texto original em inglês: [...] these new owners are very different from the newspaper publishers that preceded them. For the most part they lack journalism experience or the sense of civic mission traditionally embraced by publishers and editors. Newspapers represent only a fraction of their vast business portfolios.

<sup>20</sup> Agência independente de jornalismo e de pesquisas que produz análises, reportagens, investigações, relatórios e levantamentos para redações, ONGs, projetos de mídia, empresas de comunicação e terceiro setor no Brasil e exterior. Site: <https://www.voltdata.info/>

<sup>21</sup> Disponível em: [https://www.cjr.org/local\\_news/american-news-deserts-donuts-local.php](https://www.cjr.org/local_news/american-news-deserts-donuts-local.php)

<sup>22</sup> Texto original em inglês: [...] The ‘news deserts’ are mostly located in poorer municipalities, be they in remote portions of the North and Northeast or in the outskirts of large metropolises, such as the Greater São Paulo area.

Comparando essa realidade com a dos EUA, Moreira et al. (2021) perceberam duas diferenças e uma semelhança entre elas:

As diferenças dizem respeito aos meios de comunicação (jornais impressos com maior acesso nos EUA, emissoras de rádio e TV com a maior audiência no Brasil) e ao ambiente de mídia (jornais comunitários nos EUA, emissoras de rádio e TV, principalmente comerciais, no Brasil). A semelhança está na topologia dos desertos: eles estão nas cidades pequenas nos EUA e no Brasil. Entre nós, o desequilíbrio na distribuição de canais convencionais de rádio e TV, balizada por critérios políticos, estimulou a rápida expansão das rádios comunitárias a partir de 2000. Em 2018, mais de 4.500 emissoras de baixa potência estavam em operação (MOREIRA et al., 2021, p. 122).

Cabe ressaltar que os desertos de notícias mapeados pelo Atlas são baseados apenas na ausência de infraestrutura de mídia. A pesquisa não contempla aspectos de produção de conteúdo e mesmo a propriedade dos veículos, ponto importante destacado por Abernathy (2016, p. 5, tradução nossa<sup>23</sup>) quando fala: “[...] importa quem é o dono do jornal local, porque as decisões que os proprietários tomam, afetam a saúde e a vitalidade da comunidade”. Dessa forma, é preciso considerar os desertos do Atlas como referências, pistas de uma realidade a ser aprofundada, mas não como um dado fechado e definitivo.

Uma evidência dessa ponderação é o cenário das pequenas cidades do interior do Maranhão pesquisadas nesta tese. Algumas delas, consideradas como não desertos pelo Atlas justamente por possuírem veículos, na perspectiva de Abernathy (2016) são na verdade desertos de notícias, porque são atravessadas por interesses políticos que interferem na qualidade da informação local.

Indo ao encontro desse entendimento, Gulyas e Baines (2020) comentam sobre a necessidade de abordar o conceito de “deserto de notícias” para além da falta de mídia local, contemplando o conteúdo fornecido pelos meios de comunicação existentes nas cidades. De acordo com os autores,

[...] a mídia local cumpre o propósito de apoiar e sustentar os processos e práticas que constituem as comunidades, fortalecendo os sentimentos de pertencimento e conexão das pessoas. Portanto, em vez de conceituar a falta de mídia local simplesmente em termos de “desertos de notícias”, abordar esse aspecto da perspectiva das “lacunas da mídia local” nos permite considerar a perda representada pelo esgotamento dos ecossistemas da mídia local de uma forma mais holística, como uma diminuição das oportunidades de sociabilidade, de encontros face a face, de interações afetivas - da própria “comunidade” (GULYAS; BAINES, 2020, p. 15, tradução nossa<sup>24</sup>).

<sup>23</sup> Texto original em inglês: [...] It matters who owns the local newspaper because the decisions owners make affect the health and vitality of the community.

<sup>24</sup> Texto original em inglês: [...] that local media fulfil a purpose in supporting and sustaining the processes and practices that make up communities by strengthening people’s feelings of belonging and connection. So rather than conceptualising the lack of local media simply in terms of ‘news deserts’, approaching this aspect from the perspective of ‘local media gaps’ allows us to consider the loss represented by the depletion of local media

Concluimos este tópico reiterando que os desertos de notícias são uma realidade complexa que merece ser melhor investigada e discutida nos estudos atuais da mídia e do jornalismo local, especialmente no cenário brasileiro.

### 2.3 O jornalismo no jogo das escalas

Quando observamos as proposições teóricas e abordagens sobre a atividade jornalística, um dos elementos geográficos que mais aparece, nem sempre de forma declarada, é a escala como parcela ou “recorte” do espaço onde os veículos atuam. Autores clássicos do Jornalismo e mesmo da Geografia (GROTH, 2011; SANTOS, 2007 [1955]) já formularam classificações para distinguir os tipos de jornais a partir da sua distribuição espacial. Antes de prosseguir nesta reflexão, é preciso primeiramente ter clareza sobre a noção de escala na Geografia, “reconhecer” sua existência, como aconselha Gomes (2000), de modo a aceitar seu uso e incluí-lo neste estudo.

Escala é um dos conceitos mais complexos do pensamento geográfico. Segundo Herod (2011), isso se deve a duas razões: primeiro, pelos dois diferentes significados do termo; e segundo, pela falta de consenso entre os geógrafos quanto à existência real/material das escalas no espaço. Sobre os significados, o autor explica:

Por um lado, há um significado bastante técnico, referindo-se à proporção entre o tamanho dos objetos na superfície da Terra e seu tamanho representado em um mapa - como quando um cartógrafo afirma que um mapa tem uma escala de, digamos, “um a um milhão”, com uma polegada no mapa representando um milhão de polegadas (aproximadamente 15,8 milhas) na superfície da Terra. Por outro lado, o termo “escala” é usado como uma espécie de abreviação para descrever uma unidade de área na superfície da Terra (como quando estudar um fenômeno “em escala regional”) ou a extensão de um alcance geográfico de um processo ou fenômeno (como ao sugerir que um determinado processo é “regional” ou “nacional”) (HEROD, 2011, p. xi, tradução nossa<sup>25</sup>)

Essas significações correspondem aos tipos tradicionais de escalas – a *cartográfica*, que indica a relação matemática entre objetos (superfícies) e sua representação gráfica em mapas,

---

ecosystems in a more holistic sense, as a diminution of the opportunities for sociality, of face-to-face encounters, of affective interactions – of ‘community’ itself.

<sup>25</sup> Texto original em inglês: On the one hand, there is a quite technical meaning, one referring to the ratio between the size of objects on the Earth’s surface and their size when represented on a map – as when a cartographer states that a map has a scale of, say, “one to one million,” with one inch on the map representing one million inches (approximately 15.8 miles) on the Earth’s surface. On the other hand, the term “scale” is used as a kind of shorthand to describe either an areal unit on the Earth’s surface (as when studying a phenomenon “at the regional scale”) or the extent of a process’s or a phenomenon’s geographical reach (as when suggesting that a particular process is “a regional” or “a national” one).

maquetes e desenhos; e a *geográfica*, que compreende uma estratégia de apreensão da realidade a partir de recortes espaciais específicos (CASTRO, 2000). Nesta tese, interessa-nos o segundo tipo, pois nos permite analisar os fenômenos jornalísticos e sua extensão espacial a partir da medida da sua significância, isto é, dos sentidos atribuídos pelos pesquisadores.

A escala geográfica, de acordo Herod (2011), é um conceito central que nos permite dar sentido ao mundo que habitamos. Permite-nos, por exemplo, falar sobre questões de desenvolvimento espacialmente desigual; entender o mundo através de um senso de tamanho (como quando “o local” é visto como menor do que “o global”), de relações de poder (como quando se pensa que “o global” está acabando com a influência das outras escalas, como “o nacional” e “o local”) e, frequentemente, de hierarquia (como quando consideramos a escala global mais importante do que as outras escalas, como a nacional) (HEROD, 2011).

Ainda no entender de Herod (2011), as escalas não são naturais, nem simplesmente uma maneira lógica de dividir o mundo para fins de análise, ou tampouco são meras conveniências mentais. Elas são produtos socialmente construídos, “[...] usadas como dispositivos de ordenação em relação à vida social, cultural, política e econômica” (HEROD, 2011, p. xiv, tradução nossa<sup>26</sup>), e com consequências reais na vida em sociedade. Desse modo, as escalas existem em múltiplas espacialidades, desde o corpo humano até o espaço global.

Priorizando a perspectiva metodológica, Castro (2014) define a escala (geográfica) como uma medida escolhida para observar, dimensionar e mensurar o fenômeno investigado, ou seja, uma medida para lhe conferir visibilidade no mundo. Em outras palavras, a escala é uma:

[...] forma de dividir o espaço, definindo uma realidade percebida/concebida; é uma forma de dar-lhe um significado, um ponto de vista que modifica a percepção da natureza deste espaço e, finalmente, um conjunto de representações coerentes e lógicas que define modelos espaciais de totalidades sucessivas e não uma progressão linear de medidas de aproximação graduais (CASTRO, 2014, p. 90).

Seguindo esse caminho, a autora conclui, entre outros aspectos, que a escala: 1. Não existe, o que existe é o fenômeno; 2. É uma estratégia intelectual para abordar o real; 3. É uma abstração ou convenção; 4. A escolha da escala define o que é significativo no fenômeno, o que terá visibilidade; 5. Quando a escala muda, as variáveis significativas do fenômeno mudam; 6. As variáveis explicativas para fenômenos numa escala não se aplicam ao mesmo fenômeno ou a outro, em outra escala (CASTRO, 2014). Logo, as propostas tipológicas são vistas como

---

<sup>26</sup> Texto original em inglês: [...] scale is used both as an ordering device with regard to social, cultural, political, and economic life.

recursos didáticos, usados para estabelecer os recortes espaciais e respectivos níveis de análise dos fenômenos investigados tanto pela Geografia quanto por outros campos.

Dito isto, comentaremos agora as tipologias criadas para pensar a localização dos veículos jornalísticos e o alcance espacial dos seus processos. Começemos então pela proposta do jornalista alemão Otto Groth (2011) apresentada na obra “*O poder cultural do desconhecido: fundamentos da Ciência dos Jornais*”. Nesse livro, o autor reflete acerca da diferenciação de áreas dos jornais a partir da ‘publicidade’, uma das quatro características centrais do fazer jornalístico.

A publicidade significa a abertura ou a acessibilidade geral do jornal, de modo que todas as pessoas possam tomar conhecimento dos fatos e ninguém fique excluído da recepção do conteúdo. “[...] É a atividade do tornar aberto, público, do expor, do anunciar, do tornar conhecido, do publicar” (GROTH, 2011, p. 264). No entanto, nenhum jornal tem condições de “publicar” tudo que acontece no mundo. É necessário, segundo o autor, que ele limite a sua publicidade a um raio de ação geográfico-social, uma área de distribuição, ou seja, um ‘espaço jornalístico’ dentro do qual possui condições de oferecer aos seus “consumidores um material (relativamente) universal no sentido determinado anteriormente pelos mundos diante do seu público, com frescor de atualidade” (GROTH, 2011, p. 278). Neste sentido, a publicidade dos jornais é limitada a recortes espaciais escolhidos para a sua mediação.

Avançando em sua argumentação, Groth (2011) reconhece a existência de, pelo menos, três escalas de jornais na imprensa alemã, relacionadas à difusão espacial e estrutura social da publicidade. São elas: o jornal político nacional, o jornal político estadual (ou regional) e a folha local de uma grande cidade. Conforme o autor:

O jornal regional político e a folha local são publicados na capital do Estado, mas o jornal nacional político é publicado em uma outra cidade grande, seja na capital nacional, seja em uma outra central da vida política, econômica ou intelectual, e partindo daí também chega ao interior e à capital. [...] A *folha local* domina as camadas baixas, em parte as médias, pequeno-burguesas da capital da província, mas a sua propagação cai muito e está limitada ao local da sua editoria suas adjacências. A tiragem do *jornal regional político* repousa nas camadas médias, eleva-se em volume considerável nas camadas altas e estende-se sobre todo o interior, sobre todo o “estado”; mas ele tem que lutar contra a concorrência do *jornal político nacional* tanto aqui como no local da sua editoria sobretudo nas camadas altas, portanto, nas da indústria, do comércio, do funcionalismo público e da inteligência (GROTH, 2011, p. 293-294).

Além destes, o pensador identifica um quarto tipo de jornal presente em países com uma imprensa interiorana mais desenvolvida. É o jornal do município (comarca, distrito) ou jornal da terra, “[...] que tem a sua sede, seja toda a sua produção, seja a sua redação local,

departamento de assinaturas e classificados, na cidade da comarca, do distrito, e cuja publicidade raramente vai além do município” (GROTH, 2011, p. 295).

No Brasil, em 1955, o geógrafo Milton Santos propôs uma classificação funcional dos jornais brasileiros para ser utilizada na construção futura de um “mapa jornalístico no Brasil”. A proposta baseou-se na área de atuação do jornal, isto é, sua região jornalística. Segundo o autor, cada impresso possui uma “área mais ou menos de influência, o seu raio de ação determinado [...]. O domínio da notícia é o mundo. Enquanto que o jornal tem o seu domínio limitado, atuando numa determinada área. É a região jornalística” (SANTOS, 1955[2007], s/p). Baseado nessa concepção, que compreende basicamente a circulação e a cobertura do produto jornalístico, foi definida as seguintes categorias de jornais no país:

**O jornal nacional** circula na capital da República e em São Paulo, nas capitais estaduais e em camadas restritas das cidades servidas por linhas aéreas diárias. Raramente se aprofunda nas áreas regionais. Toca-lhes, apenas, a periferia. **O jornal estadual** cobre a superfície do estado respectivo. Sua função regional é, porém, tanto mais reduzida quanto mais desenvolvida a economia provincial e a sua rede de transportes. Sua presença como jornal regional se evidencia por sua circulação como o jornal da localidade. Pode também chegar a outro estado. **O jornal regional** circula em sua área respectiva, sofrendo nas bordas a concorrência do jornal da região vizinha. A maior ou menor extensão de sua influência depende de vários fatores, como os horários de ônibus, trens etc. **O periódico local** atende a interesses do lugar onde atua e não raro a problemas de natureza efêmera, animando-se ao sopro de paixões momentâneas, que marcam geralmente o seu tempo de vida ou renascimento (SANTOS, 1955[2007], s/p, *grifo nosso*).

O autor ainda explica que a depender do tipo de categorias funcionais dos jornais (nacionais, estaduais, regionais e locais) seriam formadas “regiões, zonas e subzonas jornalísticas”, ou seja, áreas com tamanhos diferentes e, em alguns casos, inscritas dentro das outras (SANTOS, 1955 [2007]). Um jornal nacional, por exemplo, consegue circular em uma área espacial grande com penetração no território das capitais estaduais ou até mesmo de cidades médias.

Nesse ponto, a função dos periódicos dentro do país varia de acordo com suas categorias funcionais. Os diários nacionais desempenham um papel político e econômico capaz de influenciar diversos setores da sociedade, mesmo circulando apenas em alguns centros urbanos servidos por transporte aéreo. Por sua vez, os jornais estaduais, localizados nas áreas metropolitanas das respectivas capitais, “figuram como verdadeiros jornais regionais”, abordando assuntos da política do estado e concorrendo diretamente com os impressos das “cidades sujeitas à sua zona de influência” (SANTOS, 1955 [2007]). Já o periódico local atende aos interesses e solicitações da localidade onde possui sede, desenvolvendo um protagonismo político e social restrito àquela área geográfica. Finalmente, o autor sugere que o surgimento e

a periodicidade de um jornal são determinados por dois fatores: a “vontade regional” e os recursos econômicos. A presença dos dois fatores faria surgir um diário na região. A presença apenas da vontade regional contribuiria para a presença de um semanário ou periódico e a ausência dessas condições determinaria a ausência de órgãos de imprensa (SANTOS, 1955 [2007]).

No campo da Comunicação brasileira, Wilson da Costa Bueno (2013) elaborou uma proposta taxonômica para os jornais do interior, formada por três escalas de alcance das publicações: **“quase artesanal”, local e regional**. Os dois primeiros jornais têm como limite de “circulação a cidade em que mantêm a sua sede, e o terceiro objetiva exercer sua influência numa determinada região, abarcando, portanto, com sua circulação e cobertura, algumas cidades ou municípios” (BUENO, 2013, p. 45-46).

Quanto às características dos jornais, Bueno (2013) explica que o jornal “quase artesanal” é uma empresa familiar com uma sustentabilidade apoiada na propaganda oficial. “[...] Sua periodicidade é prioritariamente semanal ou trimestral, exatamente porque lhes falta estrutura jornalística ou financeira para uma cobertura diária” (BUENO, 2013, p. 56). O jornal local segue a mesma lógica do “quase artesanal”, com a diferença de que ele está sob a responsabilidade de prepostos dos “caciques políticos”, comumente denominados de “laranjas”. Já o jornal regional se configura juridicamente como sociedade anônima, embora a maior parte das ações esteja em poder de uma família ou grupo. Ele é publicado diariamente e conta com uma organização editorial mais arrojada, com uso de *freelancers* para cobrir localidades fora da cidade-sede, parceiros jornalísticos de mídia (emissoras de rádios AM, FM, TVs e portais na web) e edições impressas e *on-line* (BUENO, 2013).

Sonia Aguiar (2016), com base na tipologia geográfica de Souza (2013), construiu uma das versões mais atuais e completas de sistematização escalar das realidades jornalísticas no país. Partindo de cinco escalas principais – Local, Regional, Nacional, Internacional e Global –, a autora sugere níveis de análise (hiperlocal, estadual, nacional, global, etc.), recortes espaciais (cidade, região, território nacional, grupo de países de um continente, etc.) e exemplos jornalísticos/midiáticos (rádio-poste, jornal local, rede regional de TV, agências internacionais de notícias, etc.) próprios. Trata-se de “um instrumento metodológico de mão dupla, que pode partir dos desdobramentos do lugar (cidade, aldeia, bairro, quarteirão, rua etc.) ou da totalidade global (mundo, nação, região, lugar)” (AGUIAR, 2016, p.56).

Considerando todas essas classificações, observamos que a perspectiva “escalar” se apresenta como uma das vertentes dos estudos de jornalismo local e regional utilizada para separar e distinguir geograficamente os veículos jornalísticos. Além dela, outros conceitos e

características são acionados pelos pesquisadores para se pensar em um jornalismo geograficamente segmentado. Abordarmos esse assunto no tópico seguinte.

#### 2.4 Local, regional e do interior: apontando definições

Definir o que é jornalismo local, regional e do interior parece ser um dos principais desafios enfrentados por quem se aventura na ‘seara’ desse campo de estudos, devido as três denominações terem em comum: “[...] a maior proximidade geográfica dos fatos que reportam, com os leitores que privilegiam e com as fontes às quais dão voz; e a forte identidade sociocultural e político-econômica com os territórios que circulam” (AGUIAR, 2016, p.17). Aceitamos então a tarefa e apresentamos aqui algumas reflexões de pesquisadores brasileiros e estrangeiros sobre o assunto, de modo a entender e distinguir melhor cada uma das nomenclaturas.

A mídia e o jornalismo local, no entender de Guylas e Baines (2020, p. 01, tradução nossa<sup>27</sup>), “[...] são pilares fundamentais na vida das comunidades em todo o mundo e desempenham papéis políticos e sociais significativos”. São definidas, segundo os autores, por três características universais encontradas em diferentes veículos jornalísticos, independente de qual país ou parte do mundo estão localizados: a) o contexto geo sócio-político, b) o relacionamento com a comunidade e c) a posição em ecossistemas de macro mídia.

O contexto geo sócio-político corresponde à influência que os fatores geográficos, históricos, sociais, culturais, políticos, econômicos e tecnológicos geram na estrutura, forma, conteúdo e consumo dos veículos locais. De acordo com Guylas e Baines (2020), uma implicação importante desses fatores é a ausência de sustentabilidade para as mídias locais e o jornalismo em diferentes contextos, deixando as comunidades apenas com um veículo jornalístico ou na condição de “deserto de notícias”.

Outra característica fundamental do jornalismo local é o seu relacionamento com as comunidades. “A mídia local e o jornalismo não se limitam apenas a fornecer notícias e informações, mas também a unir a comunidade e a encorajar seu engajamento” (GUYLAS; BAINES, 2020, p. 07, tradução nossa<sup>28</sup>). Seguindo essa orientação, os veículos jornalísticos locais buscam criar um sentimento de pertencimento e conexão com as comunidades,

---

<sup>27</sup> Texto original em inglês: Local media and journalism [...] are widely seen as key pillars in the lives of communities across the world, and they play significant political and social roles.

<sup>28</sup> Texto original em inglês: Local media and journalism are not only about providing news and information, but also binding the community together and encouraging engagement.

abordando assuntos, personalidades e eventos do lugar onde as pessoas vivem sua vida cotidiana.

A terceira característica da mídia local corresponde a sua relação com os ecossistemas da mídia nacional e internacional por meio, particularmente, dos sistemas e políticas regulatórias, propriedade, infraestrutura tecnológica, fluxo e formato de conteúdo, sistemas e estruturas financeiras da indústria e práticas de audiência. Esta relação acaba produzindo variações do global ou nacional no local, e do local no global ou nacional que culminam com semelhanças e diferenças na mídia local em todo o mundo (GUYLAS; BAINES, 2020).

Ao lado desses aspectos, a mídia e o jornalismo local são definidas pelo espaço geográfico que servem, uma localidade específica. Segundo Hess e Waller (2017, p. 05, tradução nossa<sup>29</sup>), “a mídia local refere-se a organizações e veículos de comunicação que atendem pessoas e instituições que têm interesses em uma zona geográfica distinta, desde o público até os anunciantes, autoridades públicas e empresas de negócios”. Já “o jornalismo local pode ser entendido de forma ampla como uma prática e um produto que se relaciona a uma área geográfica específica, aos eventos e as pessoas a ela ligados” (Ibidem, tradução nossa<sup>30</sup>). Compartilhando desse entendimento, Peruzzo (2005) considera o jornalismo local como:

aquele que retrata a realidade regional ou local, trabalhando, portanto, a informação de proximidade. [...] Esse tipo de informação corresponde aquela que expressa as especificidades de uma dada localidade, que retrate, portanto, os acontecimentos orgânicos a uma determinada região e seja capaz de ouvir e externar os diferentes pontos de vista, principalmente a partir dos cidadãos, das organizações e dos diferentes segmentos sociais (PERUZZO, 2005, p. 77 e 81).

Por esse caminho, a definição de “local” aparece frequentemente nas pesquisas acadêmicas como referência à produção de informação para vilas, distritos, zonas, bairros, cidades ou municípios de pequeno porte. Aguiar (2016) corrobora com essa percepção ao explicar que o termo “local” é muitas vezes identificado como um recorte político-administrativo correspondente ao município, ou à sua cidade-sede, ou a qualquer cidade, independente de reconhecimento formal. Pode ainda ser estendido para níveis espaciais menores que uma cidade (subescalas), como por exemplo, um povoado, um bairro ou um setor geográfico (AGUIAR, 2016).

---

<sup>29</sup> Texto original em inglês: local news media refers to media organizations and outlets that serve people and institutions that have interests in the distinct geographical zone, from audiences to advertisers, public authorities and bussiness.

<sup>30</sup> Texto original em inglês: Local journalism can be understood broadly as both a practice and a product that relates to a specific geographic area and the events and people connected to it.

Em discussões mais recentes na Austrália, os conceitos de mídia e jornalismo local são empregados para se referir às atividades jornalísticas fora das áreas metropolitanas (HANUSCH, 2015). Conforme o *Center for Media Transition – CMT* (2020), os veículos metropolitanos, apesar de pertencerem nominalmente a uma determinada cidade, são excluídos da categoria de jornalismo local devido ao fato de se dirigirem a múltiplas comunidades sobrepostas.

No Brasil, a produção jornalística desenvolvida em regiões não metropolitanas recebe uma denominação própria – *jornalismo do interior*. O termo ‘interior’ abrange as cidades de médio e pequeno porte, situadas tanto na parte interna dos estados, quanto no litoral e na fronteira entre estados (províncias, em alguns casos) ou na divisa de países. Neste espaço, segundo observado por Assis (2013), o jornalismo é produzido com particularidades de organização, estrutura e modos de fazer decorrentes de sua demarcação territorial e, por consequência, da realidade que o circunda. Dessa forma:

[...] Fazer jornalismo no interior não consiste apenas em reproduzir padrões comuns aos grandes centros, mas um exercício que se dedica a encontrar as melhores maneiras – estratégias – para agir em cada realidade. Suas estruturas, suas rotinas, seus agendamentos, sua recepção e até mesmo os efeitos provocados pela informação de atualidade exibem, nesse âmbito, dinâmicas consideravelmente diferentes das identificadas em cenários nacional ou internacional. O lugar, por certo, condiciona o fazer jornalístico (ASSIS, 2013, p. 03).

Esta visão é apoiada por Dornelles (2013) quando escreve que a geografia desempenha papel determinante na definição da informação local. Para demonstrar isso, a autora comenta que a circulação estrategicamente localizada de um jornal do interior em determinada região restringe, naturalmente, o lugar de produção e de cobertura dos acontecimentos, os conteúdos locais, a informação disponível, o interesse do público local e, especialmente, a economia da região por onde circula.

Aprofundando-se nesta discussão, Dornelles (2004, p. 132) afirma que o jornalismo do interior é mais “comportamental do que estrutural, [...] sendo guiado por uma política de vizinhança, a solidariedade, o coletivismo, os valores, a moral, a fé religiosa, o respeito humano e a cultura de pequenas populações”. Em função disso, a filosofia editorial dos jornais é comunitária, ou seja, as matérias buscam atender os anseios e reivindicações da população, e os jornalistas se envolvem ativamente na vida da comunidade, ajudando a encontrar soluções para os problemas da forma como se fizer necessária (DORNELLES, 2004).

Os jornais do interior também são tradicionalmente conhecidos pela adoção do *localismo*, “expressão que tem por significado a divulgação de fatos e acontecimentos de repercussão local, de interesse imediato dos moradores que residem no município-sede do

jornal” (DORNELLES, 2013, p.70). De modo diferente, nos Estados Unidos a ideia do localismo está associada à “política de radiodifusão”. Segundo Ali (2020, p. 84, tradução nossa<sup>31</sup>), “o localismo de radiodifusão, o princípio do localismo, ou simplesmente ‘localismo’, é a crença de que as emissoras locais – rádio e televisão – devem servir suas comunidades de licença”. Assim, os canais priorizam nas programações as notícias locais, as necessidades, a cultura e a vida cívica da comunidade. Hoje, as regulamentações que antes protegiam o localismo encontram-se em declínio na política americana (ALI, 2020).

Voltando à realidade brasileira, Dornelles (2013) observa que o localismo é uma forte tendência da imprensa e tem conduzido os jornais de grandes metrópoles a ampliarem a divulgação de fatos locais e a cobertura dos bairros. O formato também tem encontrado espaço no jornalismo *on-line*, já que se ampliou a demanda por informações locais de qualidade na rede e as questões de âmbito estadual, nacional e, principalmente, internacional são fartamente exploradas pelos portais, *sites* e *blogs* (DORNELLES, 2013).

Com relação ao termo regional, percebemos que ele é empregado pelo menos de quatro modos diferentes nos estudos de jornalismo. O primeiro deles, que também se aplica nas expressões ‘local’ e ‘interior’, corresponde ao espaço fora dos grandes centros urbanos ou metropolitanos. “O jornalismo do interior, local ou regional [...] são as denominações mais comuns atribuídas a práticas jornalísticas que se diferenciam da chamada ‘grande imprensa’ das regiões metropolitanas do Centro-Sul do Brasil” (AGUIAR, 2016, p. 17). No caso da realidade australiana,

o Jornalismo “regional” ou “rural” são termos usados em discussões de jornalismo fora dos centros metropolitanos e muitas vezes significam uma versão ‘menor’ do jornalismo praticado nas grandes cidades, com poucas, ou nenhuma, característica distinta além do tamanho e escopo de seu público (HANUSCH, p. 2015, p. 817, tradução nossa<sup>32</sup>)

A segunda forma de uso do termo regional nas pesquisas de jornalismo está atrelada a noção geográfica da “escala da região”, isto é, “uma entidade espacial maior que uma cidade ou município e menor que um país, ou, em todo caso, como uma categoria que se refere a um espaço ‘intermediário’ entre local e o nacional ou global” (SOUZA, 2013, p. 145). Neste sentido, o jornalismo regional é entendido como uma prática que acontece em uma microrregião, mesorregião, em um estado ou uma macrorregião (AGUIAR, 2016).

---

<sup>31</sup> Texto original em inglês: Broadcast localism, the localism principle, or simply ‘localism’, is the belief that local over-the-air broadcasters – radio and television – should serve their communities of license.

<sup>32</sup> Texto original em inglês: “Regional” or “rural” journalism are also terms used in discussions of journalism outside metropolitan centres, and are often meant to denote “a ‘smaller’ version of the journalism practised in major cities, with few, if any, distinguishing characteristics beyond the size and scope of its audience.

De outra maneira, alguns estudos e publicações sobre mídia e jornalismo empregam a expressão regional com o sentido geográfico de “região funcional ou polarizada”, em que uma cidade organiza e comanda outros centros urbanos de menor porte através do seu papel comercial e da prestação de serviços (HAESBAERT, 2019). Nessa linha, a produção *News in Australia: diversity and localism* desenvolvida pelo CMT (2020) define a mídia regional como “[...] aquela que atende a várias comunidades menores, e geralmente está localizada em uma cidade regional maior” (CMT, 2020, p. 57, tradução nossa<sup>33</sup>).

Deolindo (2016, p. 96) assume a mesma perspectiva em sua tese de doutorado ao afirmar que a “[...] mídia regional está instalada em cidades de médio porte, que atendem à demanda por notícia e informação do lugar imediato em que está sediada (local) e/ou da sua área de influência (região)”. Nesses locais, denominados de centros regionais, é onde geralmente se localizam os equipamentos de mídia mais sustentáveis e influentes, como as estações de rádio, as sucursais de grandes emissoras de televisão, os jornais diários, os semanários e mensários com recursos gráficos e editoriais de mais alto padrão e maior circulação (DEOLINDO, 2016).

Em último caso, o regional aparece nas pesquisas relacionado aos processos de regionalização, ou seja, aos recortes/delimitações espaciais criados pelas empresas de mídia “para produzir, gerir e/ou representar *seu* espaço de forma articulada, em função de seus próprios interesses” (HAESBAERT, 2014 p. 190). Com base nesse entendimento, Aguiar (2016) explica que os movimentos de intervenção da mídia no espaço geográfico resultam em dois tipos diferentes de regiões: as “jornalísticas” e as “midiáticas”.

[...] os espaços que servem de referência para as mediações entre os acontecimentos e as audiências, operadas pelos jornalistas, configuram as “regiões jornalísticas”; e os recortes espaciais que servem de referência para a atuação mercadológica dos jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão e portais de notícias operadas por empresas ou grupos midiáticos são chamados de “regiões midiáticas” (AGUIAR, 2016, p. 120).

Dialogando com essa percepção, Moura Filho (2014, p. 20) comenta que a regionalização da mídia ocorre de duas formas: uma física e outra de conteúdo. A regionalização física corresponde “à expansão dos meios de comunicação às áreas mais longínquas e/ou interioranas de determinada região, mediante investimentos estratégicos visando concretizar o alcance midiático na referida área geográfica”. Já a regionalização dos conteúdos “[...] trata da abordagem de questões regionais no dia a dia da rotina produtiva dos meios de comunicação, valorizando aspectos culturais, costumes, hábitos e problemas vinculados à população pelo viés de proximidade”.

---

<sup>33</sup> Texto original em inglês: Regional media: Refers to media servicing multiple smaller communities, often based out of a larger regional town.

Por outro lado, Deolindo (2016) entende que as intervenções e os movimentos de diferenciação de áreas produzidas pelas empresas de jornalismo acontecem em três níveis: **a)** área de cobertura jornalística (aquela em que os jornalistas mais frequentemente realizam reportagens); **b)** área de negociação publicitária (corresponde aos espaços em que estão localizados os anunciantes habituais de determinada mídia); e **c)** área de circulação ou alcance (refere-se aos locais em que os veículos estão presentes). Essas três áreas funcionam estreitamente relacionadas, formando um composto complexo chamado de “região jornalística”, conceito de Milton Santos (1955[2007]) resgatado e ampliado pela autora (DEOLINDO, 2016).

Frente às três denominações discutidas – local, do interior e regional –, Aguiar (2016) argumenta que no caso específico do “local” e do “regional”, o que distingue os termos é uma questão da escala a partir da qual se observam as práticas jornalísticas: se um bairro, uma comunidade, uma cidade, um município; ou um aglomerado de localidades reconhecido por uma identidade (geográfica, sociocultural, história) ou por denominação político-administrativa.

Fora esses conceitos, a literatura internacional oferece outras definições para distinguir geograficamente as práticas jornalísticas. É sobre isso que comentaremos no próximo tópico, juntamente com nossa preposição sobre o jornalismo nas cidades médias.

#### 2.4.1 Outras leituras geográficas do jornalismo

Antes de tratar dos conceitos de “jornalismo metropolitano” e em “pequenas cidades” é preciso fazer uma ressalva. As terminologias foram forjadas com base na realidade da Alemanha e Suécia – países europeus com características geográficas, políticas, econômicas e culturais bem diferentes do Brasil. Portanto, a intenção de incluí-las nesta discussão não é determinar um uso indiscriminado no contexto brasileiro, mas de mostrá-las como possibilidades, como partes de um movimento, que também estamos inseridos, de pensar o Jornalismo e suas interfaces com a Geografia com o foco no *lugar*, nas suas especificidades.

Dito isto, vamos aos conceitos. O “jornalismo metropolitano” é uma das denominações mais recorrentes nos estudos estrangeiros para se referir às atividades jornalísticas desenvolvidas nas regiões metropolitanas. A título de ilustração podemos citar os trabalhos de Hutchison e O’Donnell (2011) e Hanusch (2015) que abordam as diferenças entre as culturas do jornalismo metropolitano e local, além da obra de Anderson (2013) sobre as mudanças nos

processos produtivos de jornais metropolitanos no cenário digital. Ainda assim, o conceito de jornalismo metropolitano não é definido. Segundo Kramp (2016),

o que pode ser entendido pelo jornalismo metropolitano permanece obscuro porque as obras existentes carecem de uma perspectiva conceitual. [...] Elas não lidam com aspecto metropolitano no jornalismo de uma forma que vá além de um relato descritivo (dado como certo) e diferencie claramente a metrópole de uma cidade pequena ou média em termos de suas características distintivas (KRAMP, 2016, p.155, tradução nossa<sup>34</sup>).

A ausência conceitual sobre o jornalismo metropolitano é ainda reforçada por uma falta de entendimento acerca do próprio conceito de metrópole, definido na maioria das vezes apenas por seu aspecto demográfico. Essa característica, conforme Kramp (2016, p. 156, tradução nossa<sup>35</sup>), não é suficiente para conceituar o jornalismo em um contexto metropolitano, “[...] pois não apreende as dinâmicas e mentalidades sociais e culturais que tornam a metrópole – e ‘seu’ jornalismo – distinguível de outras realidades”. Por isso, o autor propõe um conceito sociogeográfico de jornalismo metropolitano, levando em consideração fatores políticos, econômicos e culturais.

A conceituação proposta por Kramp (2016) baseia-se nos três quadros de relevância do jornalismo (função democrática e sociopolítica, função de fórum cultural público e a estabilidade econômica das estruturas organizacionais) e nas principais características das metrópoles, principalmente seu papel regional (em relação à sua área metropolitana), nacional (concentração do poder político e econômico) e internacional (baseada principalmente nas ligações cruzadas turísticas, culturais e econômicas). A partir disso, o autor verifica que as grandes cidades apresentam um conjunto distinto de implicações que distinguem o jornalismo metropolitano de outros contextos editoriais. Ele então assegura:

O jornalismo metropolitano pode ser entendido como uma configuração comunicativa distinta do jornalismo e não apenas como uma forma de jornalismo local. [...] As grandes cidades são frequentemente sede de organizações jornalísticas que têm um foco editorial regional, nacional ou internacional mais amplo. Porém, nas metrópoles, há muito mais atores envolvidos na produção de notícias. Com uma configuração altamente diversa, mas densa de atores individuais e institucionais (políticos, corporativos, beneficentes) participando da produção de notícias no ambiente da mídia metropolitana, várias orientações editoriais coexistem (por exemplo, local, regional, nacional, internacional ou interesse especial), profundamente entrelaçadas com a dinâmica social da metrópole. [...] Além disso, a presença metropolitana oferece às organizações de notícias proximidade com o poder e com públicos

<sup>34</sup> Texto original em inglês: what can be understood by metropolitan journalism remains unclear because the existing works lack a conceptual perspective. In other words: [...] they do not grapple with the metropolitan in journalism in a way that would go beyond a (taken for granted) descriptive account and clearly delineate the metropolis from a small or mid-sized city in terms of its distinctive characteristics.

<sup>35</sup> Texto original em inglês: To conceptualize journalism in a metropolitan context, these characteristics do not suffice as they cannot grasp social and cultural dynamics and mentalities that make the metropolis – and ‘its’ journalism – distinguishable.

altamente diversos. Aqui, as interações, as dinâmicas e as regras de engajamento que derivam da (s) cultura (s) urbana (s) podem ser observadas em sua própria polarização: entre públicos e jornalistas, e entre os próprios comunicadores profissionais. O jornalismo metropolitano, entendido desta forma, tem um potencial particular de engajar públicos múltiplos que se transformaram em usuários de mídia rastreáveis, mas também soberanos e ativos com considerável potencial criativo (KRAMP, 2016, p. 164, tradução nossa<sup>36</sup>).

Prosseguindo em seu pensamento, Kramp (2016) afirma que o jornalismo em ambiente metropolitano funciona como um precursor na transformação geral da profissão jornalística e nas abordagens para atingir o público. Ele identifica, a partir de exemplos da imprensa alemã, quatro padrões exemplares de mudança do jornalismo nas metrópoles: 1) O intercâmbio com a florescente indústria de mídia digital interativa cria padrões estruturais de ideias e colaboração entre setores; 2) Os competitivos mercados de notícias metropolitanas geram novos estilos e formatos jornalísticos que se desenvolvem em padrões de comunicação de notícias de maneira inovadora; 3) A mídia de notícias alternativa com seu foco em bairros e distritos urbanos lançou as bases para uma redescoberta de reportagens da comunidade local na forma de produção de notícias com um padrão “hiperlocal”; e 4) O jornalismo metropolitano acaba sendo um verdadeiro ‘*playground*’ para testar novas formas de engajamento com o público, de modo a aumentar a acessibilidade, promover o diálogo e diminuir a distância comunicativa entre redações e audiências (KRAMP, 2016).

Saindo do contexto metropolitano, os pesquisadores suecos Henrik Örnebring et al (2020) trabalham com a noção do “jornalismo em pequenas cidades”. Trata-se de uma proposta de reformular e redirecionar as pesquisas sobre o jornalismo local, analisando a prática jornalística em lugares específicos – no caso as pequenas cidades. Para eles,

o uso do termo “jornalismo local” pode obscurecer os contextos específicos de produção e consumo de notícias e jornalismo em áreas e lugares de concreto. O termo “local” é implicitamente (e às vezes explicitamente) definido em contraste com as notícias/jornalismo “nacional” e, portanto, o jornalismo local quase por definição se

---

<sup>36</sup> Texto original em inglês: Metropolitan journalism can be understood as a distinct communicative figuration of journalism and not merely as a form of local journalism. [...] Large cities are often home to the headquarters of news organisations that have a wider regional, national or international editorial focus. However, in metropolises, there are many more actors involved in the production of news. With a highly diverse, but dense figuration of individual as well as institutional (political, corporate, charitable) actors participating in the production of news against the backdrop of the metropolitan media environment, various forms of editorial orientations coexist (e.g. local, regional, national, international or special interest), deeply intertwined with the social dynamics of the metropolis. [...] Furthermore, metropolitan presence offers news organisations proximity to power and to highly diverse audiences. Here, interactions, dynamics and the rules of engagement that derive from urban culture(s) can be observed in their very polarization: between audiences and journalists, and between professional communicators themselves. Metropolitan journalism, understood in this way, has a particular potential of engaging manifold audiences that themselves have transformed into traceable, but also sovereign and active media users with considerable creative potential.

torna o “irmão mais novo” do jornalismo, naturalmente importante, mas não como seu sênior nacional (ÖRNEBRING et al; 2020, p. 02, tradução nossa<sup>37</sup>).

Por isso, os autores defendem a necessidade de as pesquisas concentrarem-se em diferentes configurações espaciais, particularmente nas pequenas cidades, como uma forma de intensificar e expandir o estudo do jornalismo local, trazendo um conjunto mais amplo de preocupações científicas sociais para a análise das notícias e da prática jornalística.

Ao nos concentrarmos em um tipo específico de lugar, desejamos seguir a recente exortação de Usher (2019, p. 1) de que “...o lugar deve ser o centro de análise acadêmica e industrial para melhor compreender os desafios para os profissionais jornalismo hoje” (ÖRNEBRING et al, 2020, p. 2, tradução nossa<sup>38</sup>)

Referente à definição de “cidade pequena”, os pesquisadores não adotam um tamanho demográfico específico, pois este varia de acordo com cada país. Eles empregam o termo “cidade pequena” como uma abreviatura para comunidades que são, em certa medida, geograficamente periféricas e marginalizadas.

Alinhados a esse conjunto de estudos que atualiza as denominações geográficas da prática jornalística a partir dos lugares, estudamos nesta tese o *jornalismo nas cidades médias*, mais especificadamente aquele desenvolvido pelas “cidades médias não metropolitanas”, ou seja, que não são capitais estaduais ou estão localizadas em áreas metropolitanas. Argumentamos que nesses locais, os serviços de mídia e o jornalismo ganham contornos diferentes dos demais contextos brasileiros pela capacidade de polarização e articulação das cidades médias com outros centros urbanos. Segundo Sposito (2007b),

[...] As cidades médias, às vezes denominadas de cidades regionais, estão associadas a ideia de uma região polarizada, cidade média como um polo que comanda, o que pressupõe relações diretas com um número de cidades pequenas e o desempenho de funções de intermediação destas com a cidade maior de que são todas tributárias, tanto a cidade média como as pequenas (SPOSITO, 2007b, p. 234)

Essa especificidade urbana das cidades médias favorece o desenvolvimento de uma atividade jornalística especializada tanto na cobertura e atendimento das demandas locais quanto regionais, provenientes das pequenas cidades da região de influência. Devido a isso, assume a condição de um *jornalismo de influência regional*, que orienta a produção e o

<sup>37</sup> Texto original em inglês: the use of the term ‘local journalism’ can obscure the specific contexts of production and consumption of news and journalism in concrete areas and places. The term ‘local’ is implicitly (and sometimes explicitly) defined in contrast to ‘national’ news/journalism, and thus local journalism almost by definition becomes the ‘younger sibling’ of journalism, of course important but not *as* important as its national senior.

<sup>38</sup> Texto original em inglês: By focusing on a specific type of place, we wish to follow Usher’s (2019) recent exhortation that ‘... place must be at the center of scholarly and industry analysis to better understand the challenges to professional journalism today’.

consumo de informação de proximidade na região na qual está inserido, e, ao mesmo tempo, faz a intermediação dos fluxos informativos nacionais e internacionais.

Para comprovar isso, colocamos em prática a sugestão de Sposito (2007b) de selecionar dinâmicas e processos nas cidades médias e analisá-los em suas relações, articulações com outros espaços – rurais ou urbanos – a partir da produção e consumo. Assim, investigamos nesta tese a atividade jornalística da cidade média de Imperatriz, no Maranhão, relacionando-a com o contexto das cidades pequenas do entorno.

Retomaremos e desenvolveremos melhor essa preposição nos próximos capítulos com a apresentação e discussão dos resultados da pesquisa de campo nos locais visitados. Na sequência, discorreremos sobre uma das características mais difundidas quando se fala de jornalismo local e regional – a proximidade.

## 2.5 A noção-chave de proximidade

O conceito de proximidade, de acordo com Pantti e Ahva (2014, p. 323, tradução nossa<sup>39</sup>), é aplicado na literatura internacional a uma série de fenômenos, desde práticas do trabalho jornalístico até recepção do público. “Dependendo do fenômeno investigado, a proximidade pode se referir às relações entre jornalistas e eventos/cobertura; públicos e eventos/cobertura; ou organizações de notícias e seus públicos”. Com base nessa percepção, as autoras agruparam os usos da noção de proximidade em cinco categorias: prática do trabalho, apresentação da notícia, valor-notícia, interpretação e estratégia.

Na *prática do trabalho jornalístico*, a proximidade se concentra na relação entre jornalistas e eventos ou fontes. Ou seja, refere-se à necessidade do jornalista de “estar próximo” das questões abordadas, tanto física quanto temporalmente, e a identificação socio ideológica dos profissionais da redação com suas fontes. Na *apresentação da notícia*, a proximidade remete ao uso do “onde” no lead das matérias. Segundo Pantti e Ahva (2014 *apud* Zelizer, 1990), a presença do “onde” na lista de perguntas a serem respondidas no primeiro parágrafo das notícias resultou na forte orientação para o lugar das práticas jornalísticas e, assim, também na ideia de que a proximidade pode ser construída para fins de apresentação. “Esta concepção refere-se, portanto, aos meios narrativos dos jornalistas de ‘construir um senso de proximidade

---

<sup>39</sup> Texto original em inglês: Depending on the phenomenon under analysis, proximity can refer to the relationships between journalists and events/ coverage, audiences and events/coverage, or news organisations and their audiences.

e familiaridade entre os espectadores e o evento’ em seus textos” (PANTTI; AHVA, 2014, p. 324 *apud* CLAUSEN 2003, p. 47, tradução nossa<sup>40</sup>)

*A proximidade enquanto valor-notícia* é um dos usos mais conhecidos na pesquisa jornalística. Mas antes de comentar especificamente sobre o assunto, é interessante pontuar o que são os valores-notícia e sua diferença dos critérios de noticiabilidade ou noticiabilidade. Segundo Silva (2018), os valores-notícia são características/atributos que norteiam a seleção primária dos fatos. Já noticiabilidade corresponde a uma série de forças ou fatores capazes de agir na produção da notícia, como por exemplo:

características do acontecimento, julgamentos pessoais e habilidades do jornalista, relação dos repórteres com as fontes, qualidade do material apurado e tratado (imagem, som e texto), prazo e linha editorial, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia no mercado (econômicas, tecnológicas e políticas editoriais), relação do veículo noticioso com a publicidade, negociações com públicos e audiências (circulação e recepção), questões éticas e ideológicas das decisões editoriais, cultura profissional da categoria e ainda circunstâncias históricas, culturais, políticas e econômicas de uma determinada sociedade (SILVA, 2018, p. 316).

Voltando a falar da proximidade como valor-notícia, Camponez (2012) a entende como um dos valores centrais do jornalismo, determinante do interesse do público pelas notícias. É a partir dele que o jornalista organiza todos os demais elementos valorativos, como a novidade, atualidade, relevância, desvio e negatividade.

Para Shoemaker e Reese (1996), a proximidade está relacionada diretamente ao espaço geográfico. Os fatos mais próximos do veículo jornalístico, ou dentro da sua área de atuação, são mais interessantes para adquirir existência pública como notícia. “Eventos locais geralmente têm mais efeito que os distantes” (SHOEMAKER; REESE, 1996, p. 106, tradução nossa<sup>41</sup>).

Alsina (2009) também reconhece que a proximidade geográfica do fato é fundamental no momento de valorizá-lo como notícia. Por exemplo, é mais fácil um jornal local publicar um assalto em uma farmácia da cidade, do que um jornal de cobertura nacional ou mesmo um veículo estrangeiro. Por outro lado, o autor acredita que outros fatores, para além do espacial, também estabelecem relações de familiaridade com o público.

Nessa direção, Franciscato (2014, p. 106) afirma que “[...] a proximidade como valor noticioso não é meramente espacial, mas se desdobra em uma teia de relações e ações práticas

<sup>40</sup> Texto original em inglês: This conception thus refers to journalists’ narrative means of “constructing a sense of closeness and familiarity between the viewers and the event” in their texts.

<sup>41</sup> Texto original em inglês: Events that happen near are considered more newsworthy. Local events usually have more effect than distant ones. Local media seek local angles in national stories so as to better interest the audience.

e significativas para um público”. É a chamada proximidade cultural – que corresponde à ligação, identificação do público com os acontecimentos a partir de relações sociais e culturais que eles possuem com os lugares noticiados.

Além destes dois tipos, Orlando Raimundo (apud DORNELLES, 2010) identificou outras vertentes de proximidade acionadas pelos veículos jornalísticos: geográfica, temporal, social e psicoafetiva. A proximidade geográfica parte do ponto mais próximo do acontecimento até o mais distante (rua, bairro, cidade, região, país). A temporal marca a distância do leitor face ao momento em que se deram os acontecimentos (ontem, hoje, amanhã). A proximidade social diz respeito a temáticas relacionadas com a família, religião, política e trabalho. E, por fim, a proximidade psicoafetiva refere-se a valores como o sexo, a vida e a morte, a segurança, o dinheiro e o destino.

A *proximidade como interpretação* remete à relação entre os textos jornalísticos (e o mundo que eles representam) e o público. E a *proximidade como estratégia* corresponde às ações desenvolvidas pelas organizações jornalísticas para se conectarem com seu público (PANTTI; AHVA, 2014). No Brasil, alguns exemplos de estratégias de proximidade são os cadernos regionais ou de bairros lançados por jornais de “prestígio nacional”, os portais de notícias regionais e os telejornais locais exibidos pelas TVs afiliadas a redes nacionais (AGUIAR, 2016).

Por falar em Brasil, a proximidade nos estudos nacionais é apontada como um dos aspectos distintivos da mídia e do jornalismo local. De acordo com Peruzzo (2003a, p. 75), o “diferencial básico dos meios de comunicação locais é a noção de proximidade que eles imprimem em suas práticas e nas políticas editoriais. Proximidade significa ligação, sintonia e compromisso com o mundo vivido pelos receptores”. A autora ainda assegura que as mídias locais têm mais condições de desenvolver um jornalismo de proximidade melhor do que qualquer outro meio de comunicação, pois estão inseridas no lugar e possuem acesso privilegiado aos fatos e aos sentimentos dos cidadãos (PERUZZO, 2003a).

Na mesma linha, Aguiar (2016) percebeu que as pesquisas sobre jornalismo local e regional brasileiras estão sempre associadas a duas noções principais: “a proximidade geográfica com o público, as fontes e os conteúdos com os quais lidam os veículos; e a identidade sociocultural e histórica com os territórios e sociedades dos quais emergem ou nos quais se inserem” (AGUIAR, 2016, p. 31).

No entender de Fernandes (2013), a proximidade é um dos fatores determinantes no conteúdo, forma e mercado dos veículos do interior. Conforme o autor, o importante ou interessante está no bairro, no cotidiano das pessoas, nos atos dos poderes constituídos do

município, nas pequenas competições esportivas, nas festividades e nos acontecimentos dos municípios vizinhos.

Para um profissional atuante no jornal do interior, a proximidade, associada à atualidade, prevalece no momento de seleção de uma notícia. Depois se agregam outros elementos, como importância, tamanho etc. Uma notícia sobre alguma medida tomada pelo governo federal pode ser atual, importante e se enquadrar nas medidas disponíveis na página, mas será descartada se não tiver um elemento de interesse estritamente local (FERNANDES, 2013, p. 115).

Dornelles (2010) compartilha do mesmo entendimento ao afirmar que a proximidade é um dos elementos da notícia mais importantes para a imprensa do interior. Ela “trata de comunicar conteúdos considerados pertinentes aos seus leitores com o objetivo de conseguir a fidelização dos públicos” (DORNELLES, 2010, p. 239). É por isso que os periódicos interioranos priorizam em suas páginas as informações locais que despertam rapidamente o interesse dos moradores que residem na cidade-sede do veículo.

Por outro lado, Camponez (2002) defende a proximidade como uma questão basilar do jornalismo e não uma exclusividade da imprensa local e regional, já que todos os veículos procuram comunicar conteúdos significativos para os seus públicos, assim como estabelecer estratégias empresariais que possibilitem ampliar suas audiências. Mesmo assim, o autor admite que a proximidade estabelecida pelas pequenas redações localizadas em cidades de província é diferente daquela praticada pelos grandes centros produtores de notícia.

[...] Nas cidades pequenas haveria a vivência de uma *proximidade mais próxima*, em virtude dos sentimentos de pertença a uma comunidade e região. [...] Enquanto que nas metrópoles, a proximidade ganharia contornos mais alargados, num espaço tão extenso quanto o permitido pela cultura, língua e as formas de difusão (CAMPONEZ, 2002, p.118).

Ao abordar a característica da “proximidade mais próxima”, Camponez (2002), sem utilizar o termo, está tratando do chamado jornalismo hiperlocal ou microlocal. Trata-se de produções jornalísticas voltadas para pequenos territórios (como ruas, bairros ou mesmo quarteirões) e pautadas por informações cotidianas das comunidades, tais como:

eventos comunitários (incluindo escolas e universidades), feiras dos bairros, programação de igrejas e centros culturais, novidades de restaurantes, ocorrências no trânsito e nas estradas locais, movimentação da polícia e dos bombeiros (rádio-escuta), inspeções da vigilância sanitária, promoções, liquidações, obituários, coisas assim (AGUIAR, 2016, p.73).

Historicamente, o termo “hiperlocal” surgiu nos Estados Unidos, em 1991, para se referir à cobertura televisiva destinada aos telespectadores dos subúrbios das cidades americanas. Em seguida, a expressão ganhou uma nova “roupagem” com o advento da internet e das tecnologias digitais, passando a ser definida como:

[...] reportagens originais com base geográfica, orientadas para a comunidade, nativas da web e destinadas a preencher lacunas percebidas na cobertura de um assunto ou região e promover o engajamento cívico (METZGAR et al, 2011, p. 774, tradução nossa<sup>42</sup>).

Hess e Waller (2019) também entendem que o hiperlocal no jornalismo está hoje associado ao ambiente digital. Para elas, o termo é “usado principalmente para se referir a *sites* de notícias locais que surgem fora dos canais e plataformas tradicionais de notícias *mainstream*” (HESS; WALLER, 2019, p. 01, tradução nossa<sup>43</sup>). Eles podem ser:

de natureza comercial, administrados inteiramente por voluntários, ou por empresas sem fins lucrativos. Essas plataformas, muitas vezes fornecem notícias intensamente “locais” relacionadas a um lugar geográfico específico, desde uma área municipal ou de bairro, até uma pequena cidade ou vila, e até mesmo uma única rua (HESS; WALLER, 2019, p. 01, tradução nossa<sup>44</sup>).

Mesmo assim, é possível encontrar produções hiperlocais desenvolvidas por grandes jornais e organizações de mídia espalhadas pelo mundo. Nos Estados Unidos, a iniciativa pioneira é o *site* de notícias *The Local*, produzido pelo jornal *The New York Times* em parceria com alunos de jornalismo da *City University of New York* (CUNY). No Brasil, o principal exemplo de produção hiperlocal financiada por um grande veículo de comunicação é o portal “Bairros.com”, criado em 2008 e vinculado à Globo.com. O site, produzido com a colaboração de leitores, disponibiliza diariamente notícias da região metropolitana do Rio de Janeiro (ZAGO, 2009).

Outro produto brasileiro de caráter hiperlocal desenvolvido por uma empresa jornalística é o jornal NH, sediado em Novo Hamburgo (interior do Rio Grande do Sul). Pertencente ao grupo Sinos, o diário aborda em suas páginas problemas corriqueiros da cidade, como o excesso de barulho feito pelos vizinhos, que foi capa da edição de 6 de abril de 2019 e ocupou uma página inteira com análises do assunto. Ele ainda conta com uma editoria específica com assuntos de interesse dos leitores (política local, educação, eventos da cidade, problemas de trânsito, obras públicas etc.) e espaço de depoimentos dos moradores sobre situações nos bairros (LOBATO, 2019).

<sup>42</sup> Texto original em inglês: [...] geographically-based, community-oriented, original news-reporting organizations indigenous to the web and intended to fill perceived gaps in coverage of an issue or region and to promote civic engagement.

<sup>43</sup> Texto original em inglês: The term hyperlocal is mostly used to describe online local news sites that emerge outside traditional channels and platforms of mainstream news.

<sup>44</sup> Texto original em inglês: They can be comercial in nature, run entirely by volunteers, or not-for-profit enterprises. Such news platforms often provide intensely “local” news that relates to a geographic place, from a municipal or neighborhood area, through to a small town or village, and even a single street.

Ao lado das propostas hiperlocais tradicionais, tem surgido recentemente na Bélgica uma “mídia hiperlocal ascendente” (MEULENAERE et al., 2020). Trata-se de grupos locais de Facebook, não estruturados e pouco organizados, que reúnem moradores e informações sobre uma localidade específica, como um bairro urbano. Nestes grupos, conforme os autores, as pessoas compartilham informações e notícias relacionadas ao local e à comunidade, anunciam e promovem eventos, e muitas vezes relatam problemas relacionados ao bairro. A partir de então, surge

um fluxo de notícias sociais, que funciona como um sistema de conscientização do bairro e que, posteriormente, se torna uma porta de entrada proeminente para informações e notícias do bairro. No surgimento de um fluxo de notícias sociais de bairro criado de forma colaborativa, os grupos hiperlocais do Facebook podem funcionar como um hub central na infraestrutura de comunicação de um bairro, desempenhando assim um papel crucial na circulação de informações locais, proporcionando oportunidades para que os cidadãos também sejam ouvidos na medida em que se envolvem reflexivamente no consumo e na produção de notícias (MEULENAERE et al., p. 406, tradução nossa<sup>45</sup>).

No território brasileiro, as “mídias hiperlocais ascendentes” têm encontrado lugar propício para seu desenvolvimento nos “desertos de notícias”. Segundo Deolindo (2016, p. 92), há várias cidades no interior fluminense sem veículos jornalísticos que contam com a presença de “moradores empenhados em criar e manter *sites*, *blogs* ou perfis nas redes sociais para produzir e publicar notícias locais diariamente”.

Para encerrar esta explanação, ressaltamos que a proximidade é um dos elementos característicos da mídia e do jornalismo comunitário – aquele destinado às necessidades específicas das “comunidades”. Peruzzo (2003b) afirma que os veículos comunitários (como por exemplo, rádios, jornais de bairros, canais de televisão, etc.) exploram a proximidade nas dimensões de:

**sentido de pertencimento**, ou seja, dos vínculos existentes entre as pessoas que partilham de uma cotidianidade ou de interesses em comum; **da singularidade**, pois trabalha com aspectos específicos (história, costumes, valores, língua, problemas etc.) de cada espaço; **da diversidade** - pois reforça as múltiplas diferenças e a força das pequenas unidades; e da familiaridade, cujos elos advêm das identidades construídas historicamente (PERUZZO, 2003b, p. 17).

Com base nisso, a autora conclui que a proximidade é a “marca” dos meios de comunicação locais e comunitários, sintetizada nos sentimentos de pertencimento, de

---

<sup>45</sup> Texto original em inglês: a social news stream emerges, which functions as a neighborhood awareness system that subsequently becomes a prominent gateway to neighborhood information and news. In the appearance of a collaboratively created neighborhood social news stream, hyperlocal Facebook groups can function as a central hub in the communication infrastructure of a neighborhood, thus playing a crucial role in the circulation of local information, providing opportunities for citizens to be heard as well as reflexively engage in news consumption and production.

identidade e nos elos do cotidiano. É ela também que ajuda a garantir a aceitação ou sucesso das produções junto aos receptores (PERUZZO, 2003b).

No capítulo seguinte apresentamos os procedimentos metodológicos da pesquisa e, na sequência, os resultados empíricos provenientes das incursões a campo nas pequenas cidades do entorno imperatrizense e na própria cidade de Imperatriz.

### 3 MAPA DO ITINERÁRIO DA PESQUISA: POR QUAIS CAMINHOS PESQUISAMOS?

Pesquisar é também construir um mapa. Frente a um fenômeno pouco explorado criamos caminhos que nos localizam e orientam as etapas da nossa investigação. Atuamos então como verdadeiros “cartógrafos” de uma realidade que desejamos ordenar e tornar conhecida a partir das escolhas metodológicas. Dessa forma, a metodologia, mais que um conjunto de procedimentos para se chegar a um fim, é um jeito particular de ver o objeto de estudo que irá nortear e conduzir todo o processo investigativo.

Com base nesse entendimento, desenhamos aqui nosso próprio “mapa metodológico”, que inclui as opções conceituais, recortes geográficos, etapas, escolhas, definições dos instrumentos, procedimentos e categorias de análise. A seguir comentamos pontualmente cada um deles.

#### 3.1 Estudo de caso

Entre as principais situações que todo pesquisador vivencia na realização de um trabalho científico podem ser incluídas as mudanças de direção, recortes, substituições, acréscimos e ajustes para se chegar a respostas satisfatórias aos problemas da pesquisa. Esse movimento de “reorientar”, embora angustiante e desafiador, é intrínseco à natureza da pesquisa, como aponta Goldenberg (2005, p. 13), “nenhuma pesquisa é totalmente controlável, com início, meio e fim previsíveis. A pesquisa é um processo em que é impossível prever todas as etapas”. Assumindo essa premissa, começamos por reorientar a investigação, que inicialmente tratava do jornalismo em três cidades médias da Amazônia Oriental, para o estudo de caso do jornalismo em uma cidade média amazônica no contexto da sua região de influência. A decisão foi consequência da pandemia do Coronavírus (Covid-19<sup>46</sup>), que impossibilitou os deslocamentos previstos para 2020.

Mesmo sendo uma mudança necessária, a decisão pelo estudo de caso não prejudicou a proposta da pesquisa, pelo contrário, conferiu o aporte metodológico para melhor compreendermos nosso objeto de estudo. Robert K. Yin (2001), na sua obra que é referência

---

<sup>46</sup> A Covid-19 é uma infecção respiratória aguda causada pelo coronavírus SARS-CoV-2. O vírus foi descoberto em dezembro de 2019 na cidade de Wuhan (China) e rapidamente se espalhou por todo mundo, causando milhares de mortes. Em fevereiro de 2022, data da conclusão desta pesquisa, a pandemia prosseguia no Brasil e em vários países, com o surgimento de uma nova variante, a Ômicron.

para os estudos de caso, indica que esse método é comum em pesquisas que envolvem cidade e/ou região como esta. Segundo o autor, o estudo de caso permite uma investigação holística dos eventos da vida real, tais como as mudanças ocorridas em regiões urbanas ou mesmo a estrutura de uma determinada indústria (como a do jornalismo) em uma cidade ou região.

Para Yin (2001, p. 32), o estudo de caso compreende uma investigação empírica que: a) investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos; b) baseia-se em várias fontes de evidências; e c) beneficia-se do desenvolvimento prévio de proposições teóricas para conduzir a coleta e a análise de dados. Considerando estes aspectos, o autor argumenta que o estudo de caso não é simplesmente uma tática de coleta de dados, “[...] mas uma estratégia de pesquisa abrangente conduzida por um conjunto de procedimentos pré-especificados” (YIN, 2001, p. 33 e 35).

Na mesma direção, Goldenberg (2005) entende o estudo de caso como uma análise holística, a mais completa possível, que considera a unidade social estudada como um *todo*, seja um indivíduo, uma família, uma instituição ou uma comunidade. “Através de um mergulho profundo e exaustivo em um objeto delimitado, o estudo de caso possibilita a penetração na realidade social” (GOLDENBERG, 2005, p. 34) e permite descrever, compreender e interpretar um caso concreto mediante uma investigação minuciosa da situação.

Martino (2018), por sua vez, explica que um dos principais diferenciais do estudo de caso é a profundidade da análise. O pesquisador deixa de lado “[...] qualquer perspectiva panorâmica, focando em uma única situação, de modo a verificar todos os aspectos envolvidos, dos mais superficiais e disponíveis até aqueles ainda desconhecidos e que justifiquem a pesquisa” (MARTINO, 2018, p.150 e 153). Assim, um estudo de caso pode vir a ser representativo da situação analisada, “quando muitos outros poderiam ser analisados com resultados semelhantes” (MARTINO, 2018, p.152). No caso desta pesquisa, acreditamos que o jornalismo em uma cidade média amazônica, mesmo com as características particulares da formação regional, apresenta funcionalidades passíveis de serem encontradas em outras cidades médias brasileiras.

A respeito da utilização do estudo de caso, Yin (2001) esclarece que a escolha deste método está relacionada às perguntas da pesquisa. “Questões do tipo ‘como’ e ‘por que’ são mais explanatórias, e é provável que levem ao uso de estudos de casos, pesquisas históricas e experimentos como estratégias de pesquisa escolhidas” (YIN, 2001, p.25). Nessa perspectiva, confirmamos o estudo de caso como método adequado a esta investigação, pois a pergunta central da tese atende aos preceitos estabelecidos pelo autor: *Como se configuram os serviços*

*de mídia nas cidades médias e qual a função do jornalismo produzido por eles no contexto regional?*

A pesquisa também evidencia um dos princípios básicos do estudo de caso: a utilização de técnicas múltiplas de coleta e análise de dados, identificada como triangulação. “Um ponto forte muito importante da coleta de dados para um estudo de caso é a oportunidade de utilizar muitas fontes diferentes para a obtenção de evidências” (YIN, 2001, p. 120). Reforçando esta visão, Martins (2006) afirma que a confiabilidade do método é garantida pela triangulação, não sendo recomendado o uso isolado de uma técnica para a construção de um estudo de caso. A triangulação, conforme Yin (2001), estabelece um estilo corroborativo de pesquisa, onde as descobertas ou conclusões convergem para um “formato de triângulo”. As diferentes técnicas são acionadas para verificar, validar ou confirmar os resultados umas das outras. “A ideia é permitir a compreensão de um fenômeno social a partir de diferentes pontos de vista (métodos). A triangulação busca a corroboração” (OLIVEIRA, 2015, p.138). Além da validação de dados, Kelle (2005) destaca que a triangulação pode conferir a complementação de informações sobre o fenômeno investigado e a amplitude de respostas para o problema da pesquisa.

Sobre os tipos de técnicas para a coleta de informações, porém, não há consenso entre os autores estudados. Yin (2001) defende o emprego de seis fontes diferentes: documentos, registros em arquivos, entrevistas, observação direta, observação participante e artefatos físicos. Martins (2006) menciona dez técnicas: observação, observação participante, entrevista, grupo focal, análise de conteúdo, questionário e escalas sociais e de atitudes, pesquisa documental e registros em arquivos, pesquisa ação, pesquisa etnográfica e análise do discurso. Martino (2018) indica o uso de entrevistas, grupos focais, observação, análise de documentos e qualquer outra estratégia. Nesta tese, optamos por adotar quatro técnicas: mapeamento, entrevistas, *survey* e análise de conteúdo. Detalharemos cada uma delas mais adiante no item da coleta de dados.

Com esse esclarecimento, e reconhecendo a presença da triangulação no estudo de caso desenvolvido, comentamos no próximo tópico sobre os princípios e definições dessa perspectiva metodológica.

### **3.2 Triangulação metodológica**

O esforço de combinar em uma única investigação diferentes métodos de recolha e análise de informação é conhecido como “triangulação”, “métodos mistos”, “modelos mistos” ou “métodos múltiplos”, sendo o primeiro termo o mais utilizado na literatura, citado por muitos

autores como um conceito central na integração metodológica por representar a quebra da hegemonia dos defensores do monométodo (ou método único) (DUARTE, 2009).

A triangulação é uma das perspectivas no campo metodológico chamada de “terceiro movimento”, que se segue à pesquisa quantitativa (primeiro movimento) e à pesquisa qualitativa (segundo movimento). Esse tipo de pesquisa “[...] evoluiu a um ponto em que é uma orientação metodológica separada, com suas próprias visões de mundo, vocabulário e técnicas” (TASHAKKORI e TEDDLIE, 2003 *apud* CRESWELL; CLARK, 2013, p. 21).

De acordo com Flick (2009, p. 61), o conceito de triangulação significa que a “questão de pesquisa é considerada – ou em uma formulação construtivista, é constituída – a partir de (pelo menos) dois pontos. Normalmente a consideração de dois ou mais pontos se materializa usando-se diferentes abordagens metodológicas”. A concepção foi importada do campo da navegação e da topografia, onde é usada como um método para localizar a posição exata de um objeto por meio de pontos múltiplos de referência. Assim, “[...] a triangulação refere-se a um método para determinar a posição de um ponto C, através da observação de dois pontos, A e B” (DUARTE, 2009, p.10).

Nas Ciências Sociais e Humanas, a triangulação foi introduzida na discussão metodológica “[...] no início de 1959, quando Campbell e Fiske discutiram a inclusão de múltiplas fontes de informação quantitativa na validação de traços psicológicos” (CRESWELL; CLARK, 2013, p. 34). Posteriormente, outros pesquisadores passaram a adotar múltiplas fontes de dados – tanto quantitativas como qualitativas – para conduzir os estudos acadêmicos. É o caso do uso de pesquisas de levantamento e trabalho de campo na Sociologia e métodos múltiplos em geral (CRESWELL; CLARK, 2013).

Com o tempo, foram identificados quatro tipos possíveis de “triangulação”: de dados, do investigador, da teoria e dos métodos. A “triangulação de dados” refere-se à obtenção de dados por meio de diferentes fontes. Na “triangulação do investigador” são empregados diferentes observadores ou entrevistadores para o recolhimento de informações sobre um mesmo fenômeno. Na “triangulação teórica” são usadas diferentes teorias para interpretar o conjunto de dados de um estudo, verificando-se a sua utilidade e capacidade. E na “triangulação metodológica” são adotados múltiplos métodos para estudar um determinado problema de pesquisa (DEZIN, 1989 *apud* DUARTE, 2009). Esta última pode ocorrer dentro do mesmo método (intramétodo) e entre métodos distintos (intermétodos). “Um exemplo da primeira estratégia é o uso de subescalas diferentes para medir um item de um questionário e, da segunda, é a combinação do questionário com uma entrevista semiestruturada” (FLICK, 2004, p.238).

Tratando especificadamente da triangulação entre métodos, ela pode significar tanto a combinação entre diversos métodos qualitativos quanto a associação de métodos qualitativos com quantitativos. A primeira abordagem está implícita nas pesquisas etnográficas, onde observação participante e entrevistas são combinadas para apreensão do cotidiano do grupo investigado (FLICK, 2004). Já a segunda, conhecida como abordagem multimétodo, pode ser encontrada em diferentes estudos de “[...] forma complementar, em um processo que é entendido como a compensação das deficiências e dos pontos obscuros de cada método isoladamente” (FLICK, 2004). Desse modo, nenhum dos métodos combinados é considerado superior ou preliminar, mas igualmente importantes no papel que desempenham na pesquisa científica.

A integração entre métodos qualitativos e quantitativos, segundo Bueno e Alves (2020), encontra pouco espaço nas pesquisas de Comunicação. A partir de levantamentos sobre estudos na área, as autoras verificaram que a grande maioria dos trabalhos, seja teses e dissertações, ou artigos em periódicos qualificados, enfoca, mais pontualmente, análises com um procedimento metodológico único, com exceção do modelo híbrido do Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online (Gjol), da Universidade Federal da Bahia, que mescla procedimentos de pesquisa qualitativa e quantitativa para compreensão das organizações jornalísticas no ciberespaço (BUENO; ALVES, 2020). Junto a esse caso, destacamos as investigações realizadas pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho que articulam estratégias quantitativas (questionários fechados) com qualitativas (entrevistas e grupo focal) para o estudo das mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas (FÍGARO, 2014) e a pesquisa aqui desenvolvida, que recorre a metodologias mistas para dar conta da complexidade da atividade jornalística no âmbito geográfico, das relações entre uma cidade média e sua região de influência.

Sobre os tipos de triangulação metodológica, Creswell e Clark (2013) apresentam seis modelos oriundos de pesquisas nas Ciências da Saúde, Ciências Sociais, Educação e Ciências da Avaliação. São eles: 1) projeto paralelo convergente, 2) projeto sequencial explanatório, 3) projeto sequencial exploratório, 4) projeto incorporado, 5) projeto transformativo e 6) projeto multifásico. O primeiro envolve a coleta e análise de dados qualitativos e quantitativos em uma única fase, buscando determinar se há convergência, divergência ou combinação entre os dois bancos de dados. O segundo (projeto sequencial explanatório) é implementado em duas fases distintas, uma quantitativa e outra qualitativa. O terceiro tipo (projeto exploratório) também ocorre em duas fases, mas aqui o pesquisador começa coletando e analisando dados qualitativos para depois investigar os dados quantitativos. O projeto incorporado consiste na inclusão de um

elemento qualitativo dentro de um experimento quantitativo. Já o projeto transformativo compreende um estudo de métodos mistos dentro de uma perspectiva teórica transformativa para ajudar a lidar com as injustiças ou produzir mudança para um grupo sub-representado ou marginalizado. Por fim, o projeto multifásico combina tanto os elementos sequenciais quanto os simultâneos durante um período em um programa de estudo (CRESWELL; CLARK, 2013).

Diante esses e outros possíveis formatos de triangulação, Oliveira (2015) sugere ao pesquisador observar as questões “O que combinar? Como combinar?” e “Qual o momento a combinar?” antes de construir sua própria estratégia multimetodológica. Considerando “o que combinar”, o autor aconselha definir se serão combinados dados qualitativos (como falas transcritas, gravações e anotações de campo) com quantitativos (registros estatísticos). O “como combinar” refere-se às formas de coleta ou geração de dados, como por exemplo, entrevistas estruturadas, observação participante, grupo focal, entre outros. Em relação ao “momento de combinar”, considera-se tanto o momento da geração (coleta) dos dados quanto da sua análise. Nesta tese, a triangulação dos dados produzidos pelos diferentes procedimentos metodológicos adotados na pesquisa acontece na fase de análise e interpretação, a qual explicaremos melhor ao final do capítulo. Seguiremos agora para apresentação do recorte espacial da pesquisa e a explicação dos métodos utilizados.

### 3.3 Delimitação espacial da pesquisa

Delimitar a pesquisa, conforme Lakatos e Marconi (2017), significa estabelecer limites para a investigação. Para as autoras, esses limites (aqui nomeados “recortes”) se referem: **a) ao assunto** – selecionando um tópico, a fim de impedir que se torne ou muito extenso ou muito complexo; **b) à extensão** – porque nem sempre se pode abranger todo o âmbito onde o fato se desenrola; **c) a uma série de fatores** – meios humanos, econômicos e de exiguidade de prazo – que podem restringir o seu campo de ação.

Lakatos e Marconi usam as definições de Ander-Egg (1978) para mostrar como a delimitação pode ocorrer em três níveis, considerados em relação:

**a) ao objeto** - que consiste na escolha de maior ou menor número de variáveis que intervêm no fenômeno a ser estudado. Selecionado o objeto e seus objetivos, estes podem condicionar o grau de precisão e especialização do objeto; **b) ao campo de investigação** - que abrange dois aspectos: limite no tempo, quando o fato deve ser estudado em determinado momento, e limite no espaço, quando deve ser analisado em certo lugar. Trata-se, evidentemente, da indicação do quadro histórico e geográfico em cujo âmbito se localiza o assunto; **c) ao nível de investigação** - que engloba três estágios: exploratórios, de investigação e de comprovação de hipóteses, já referidos

anteriormente. Cada um deles exige rigor e refinamento metodológico (ANDEREGG, 1978 apud LAKATOS; MARCONI, 2017, p.180).

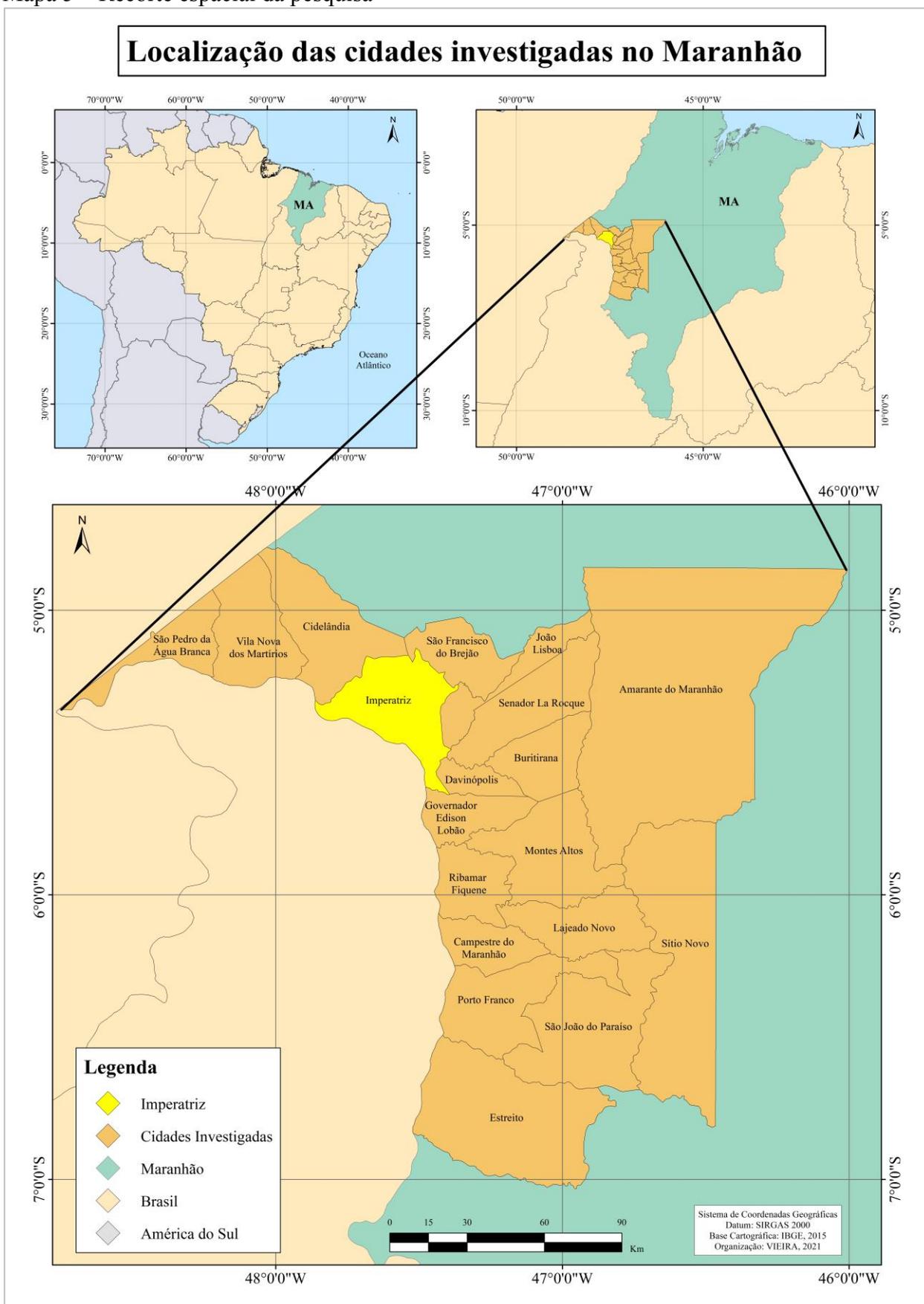
Neste estudo, uma das delimitações é a do espaço da investigação, que compreende a cidade média de Imperatriz (MA) e 18 cidades pequenas pertencentes à sua região de influência (Mapa 5). Este recorte espacial foi esboçado a partir da pergunta de pesquisa e seguindo a tradição geográfica de estudar a relação dialética entre cidade e região, pois como diz França (2017, p.225), “[...] na Geografia, investigar a relação entre cidades, numa dada área geográfica, demonstra a importância da cidade não somente no âmbito intraurbano, mas também para a sua região, no oferecimento de funções especializadas, bens e serviços”.

Para selecionar as cidades integrantes do recorte espacial da pesquisa recorreremos à junção de três fontes primárias: as duas versões do documento *Cidades Intermediárias da Amazônia Legal* (2019; 2020) produzido pela Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia (SUDAM), e o estudo *Regiões de Influência das Cidades* (REGIC, 2018) desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Pesquisa (IBGE). No documento técnico da Sudam (2019) encontramos uma proposição adequada para identificação das cidades médias/intermediárias da região amazônica e, por conseguinte, da cidade média a ser estudada nesta tese. Ali, as cidades médias/ intermediárias da Amazônia Legal são:

a) Cidades-polo das Regiões Geográficas Intermediárias, definidas pelo IBGE (2017), excetuando as metrópoles regionais (Belém e Manaus), além de São Luís; b) Cidades com população igual ou superior a 30.000 habitantes, por ocasião do Censo Demográfico de 2010, e que, preferencialmente, não fossem integrantes de regiões metropolitanas em processos de conurbação; c) Cidades capazes de polarizar um número significativo de centros menores e articular relações de toda ordem como anteparo e suporte às metrópoles regionais, não compondo junto com estas uma unidade funcional contínua e/ou contígua; d) Cidades que possuem centralidade econômica, política e/ou socioterritorial; e) Cidades que venham a atuar como facilitadores do fluxo de pessoas, mercadorias e serviços e que sejam capazes de diminuir a situação de fragilidade das redes urbanas amazônicas; e f) Cidades que possam tornar-se âncoras do desenvolvimento regional (SUDAM, 2019, p. 13).

Com base nesses critérios, chegou-se a um conjunto de 34 cidades médias/intermediárias na Amazônia Legal, sendo sete no estado do Maranhão: Bacabal, Balsas, Caxias, Chapadinha, Imperatriz, Presidente Dutra e Santa Inês (SUDAM, 2020). Deste quadro, elegemos Imperatriz como a cidade média a ser estudada por se destacar como um importante centro no interior do estado (segunda cidade mais populosa do Maranhão, com 259.337 habitantes em 2020, 95% deles na área urbana), desempenhando posição estratégica regional com forte influência no sudoeste do Maranhão, norte do Tocantins e sudeste do Pará (SUDAM, 2020). A escolha por Imperatriz também foi motivada pela experiência pessoal e profissional da pesquisadora, construída nessa cidade a maior parte da sua vida.

Mapa 5 – Recorte espacial da pesquisa



Uma vez definida a cidade média, faltava ainda escolher as cidades da sua região de influência, ou seja, os centros urbanos de menor hierarquia que estabelecem ligações e estão a ela subordinados. Para chegar a esta informação, utilizamos os dados do Regic 2018 (IBGE, 2020). No estudo, Imperatriz (classificada como Capital Regional C) apresenta uma região de influência composta por 62 municípios, sendo 41 do Maranhão, 19 do Tocantins e duas do Pará.

Optamos por investigar apenas cidades do território maranhense, e destes selecionamos aqueles com população de até 50 mil habitantes (IBGE, 2018) e geograficamente próximos de Imperatriz. O resultado culminou com as 18 localidades investigadas: Amarante do Maranhão, Buritirana, Campestre do Maranhão, Cidelândia, Davinópolis, Estreito, Governador Edison Lobão, João Lisboa, Lajeado Novo, Montes Altos, Porto Franco, Ribamar Fiquene, São Francisco do Brejão, São João do Paraíso, São Pedro da Água Branca, Senador La Rocque, Sítio Novo e Vila Nova dos Martírios.

Estabelecido o recorte espacial da pesquisa, explicitamos na seção seguinte as etapas e os procedimentos de coleta de dados utilizados neste estudo.

### 3.4 Coleta de dados empíricos

A coleta de dados é o momento da pesquisa científica que “observamos”, “ouvimos” e “tocamos” a realidade investigada. Lakatos e Marconi (2017, p. 165) consideram esta “uma tarefa cansativa e que toma, quase sempre, mais tempo do que se espera. Exige do pesquisador paciência, perseverança e esforço pessoal, além do cuidadoso registro dos dados e de um bom preparo anterior”. Quanto maior o planejamento antes de ir a campo, menor será o desperdício de tempo na obtenção de informações, facilitando assim a etapa seguinte da pesquisa. De forma pragmática, a coleta de dados consiste na aplicação dos instrumentos elaborados e nas técnicas selecionadas, a fim de resolver as inquietações da pesquisa. Podem ser adotados vários procedimentos para a realização da coleta de dados, conforme a natureza da pesquisa e a estratégia metodológica (LOPES, 2014).

Nesta tese, a coleta de dados foi organizada em quatro etapas: 1) mapeamento dos veículos de comunicação em funcionamento nas cidades investigadas; 2) entrevistas semiestruturadas com os jornalistas de Imperatriz; 3) *survey* com os moradores de Imperatriz e das cidades na sua região de influência; e 4) análise de conteúdo dos produtos jornalísticos.

### 3.4.1 Mapeamento dos veículos de comunicação

Reunir informações e representá-las na forma de mapas tem sido uma estratégia metodológica utilizada a partir da década de 2000, principalmente aqueles dedicados aos estudos sobre mídia local e regional. Trata-se de uma forma de dar visibilidade a realidades distantes dos grandes centros urbanos brasileiros e desconhecidas de boa parte da população.

Nesta pesquisa, o mapeamento foi desenvolvido em duas frentes: na cidade de Imperatriz (MA) e nas 18 cidades pequenas da sua região de influência, resultando em representações cartográficas expressas nos capítulos 4 e 5. No caso de Imperatriz, esta etapa se subdividiu ainda em dois momentos: levantamento dos veículos de comunicação e recolhimento de informações sobre o alcance da produção jornalística dos veículos mapeados. O primeiro momento aconteceu entre dezembro de 2018 e janeiro de 2019 e consistiu na busca de jornais impressos, emissoras de rádio AM, FM e comunitárias de baixa potência, emissoras de televisão, *sites* de notícias locais em funcionamento. Esse trabalho foi realizado com a colaboração de colegas que trabalham na imprensa e em assessorias do município.

Encerrada a primeira parte, a segunda fase do mapeamento em Imperatriz teve início em fevereiro de 2019. Entramos em contato (por telefone e pessoalmente) com os departamentos comerciais dos veículos imperatrizenses para solicitar informações sobre a área de cobertura/distribuição e a programação (no caso de rádio e televisão). Com o material conseguimos traçar um panorama das atividades jornalísticas e verificar a direção dos fluxos informativos. Em 2020, acatando uma das sugestões da banca de qualificação, voltamos a contatar os veículos para acrescentar outras informações sobre a estrutura das redações, como quantidade de jornalistas, funções e tipo de vínculo empregatício.

O mapeamento da região de influência dos meios na região de Imperatriz foi feito no período pré-pandemia, por meio de visitas presenciais aos municípios em virtude da dificuldade de encontrar na internet informações sobre os veículos de comunicação ali existentes. Iniciamos esse processo pela cidade de Ribamar Fiquene, localizada a 50 km de Imperatriz, no dia 14 de dezembro de 2018. Na oportunidade, além do registro dos veículos de comunicação, aplicamos os questionários de hábitos de consumo de informação com os moradores, etapa que trataremos mais adiante. Entre janeiro e fevereiro de 2019 realizamos oito incursões no interior do Maranhão, percorrendo 14 cidades da região de influência de Imperatriz: João Lisboa, Governador Edison Lobão, Campestre, São Pedro da Água Branca, Vila Nova dos Martírios, Cidelândia, São Francisco do Brejão, Sítio Novo, Montes Altos, Estreito, Porto Franco e Lajeado Novo. As viagens partiram de Imperatriz, cidade natal da pesquisadora, e foram

organizadas de modo a contemplar, em um dia de visitas, as cidades vizinhas e na mesma direção geográfica.

Em fevereiro de 2019 realizamos mais duas idas a campo. Uma delas aconteceu no dia 05 de fevereiro na cidade de São João do Paraíso, distante 142 km de Imperatriz, e a outra foi no dia 08 de fevereiro em Senador La Rocque, localizada a 27 km de Imperatriz. Em fevereiro de 2020 realizamos a última visita ao município de Davinópolis, instalado a 12 km de Imperatriz. Priorizamos viajar em transporte próprio para otimizar o tempo de deslocamento entre um município e outro e também para favorecer os deslocamentos dentro da própria localidade. No entanto, nem sempre isso foi possível, sendo necessários deslocamentos em transporte coletivo (ônibus ou van) para alguns municípios, como aconteceu nas visitas a Amarante, Buritirana, São João do Paraíso, Senador La Rocque, Ribamar Fiquene e Davinópolis.

Quadro 2 – Representantes dos veículos de comunicação entrevistados

ENTREVISTADOS	CIDADES	VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO
E1	Amarante do Maranhão	Amarantina FM
E2	Amarante do Maranhão	Antena 10 FM
E3	Amarante do Maranhão	Rádio Cipó
E4	Buritirana	Rádio Esperança FM e Rádio Cipó
E5	Campestre	Voz da Cidade
E6	Cidelândia	Rádio Babaçu FM
E7	Davinópolis	Você FM
E8	Estreito	Rádio Estreito FM
E9	Estreito	Rádio Liberdade FM
E10	Governador Edison Lobão	Rádio Diamantina FM
E11	João Lisboa	Rádio Cipó
E12	Lajeado Novo	Rádio Cidade FM
E13	Montes Altos	Rádio Montes Altos
E14	Porto Franco	Rádio Porto FM
E15	Ribamar Fiquene	Rádio Sumaúma FM
E16	São Francisco do Brejão	Rádio Brejão FM
E17	São Francisco do Brejão	Jornal Hora H
E18	São João do Paraíso	Rádio Regional FM
E19	São Pedro da Água Branca	Web Rádio Positiva FM
E20	Senador La Rocque	Rádio Cidade FM
E21	Sítio Novo do Maranhão	Rádio Comunidade FM
E22	Vila Nova dos Martírios	Rádio Cidade FM

Fonte: Pesquisa de campo, 2018 a 2020

Nas viagens aos locais entrevistamos os responsáveis pelos veículos de comunicação, em especial diretores de rádios comunitárias, web rádio e rádios. Em alguns locais, por não encontrarmos o representante do veículo no dia da visita, conversamos posteriormente via WhatsApp ou telefone. Nesse período, foram realizadas ao todo 22 entrevistas, das quais 19 presenciais, duas por WhatsApp e uma por telefone (Quadro 2). As entrevistas seguiram um

roteiro com perguntas abertas sobre a história, estrutura, programação (no caso das rádios) e produção local de informação.

Para chegar até as produções digitais que aparecem no mapeamento, utilizamos a técnica *snowball* ou “bola de neve”, na qual “os participantes iniciais de um estudo indicam novos participantes que por sua vez indicam novos participantes e assim sucessivamente, até que seja alcançado o objetivo proposto” (BALDIN & MUNHOZ, 2011, p. 332). No nosso caso, os entrevistados mencionados no quadro acima indicaram os *blogs* das cidades e passaram o contato de blogueiros conhecidos. Esse contato com os blogueiros por WhatsApp levou a outros, até culminar nos *blogs*, no portal de notícias e em uma outra web rádio mapeada na pesquisa.

#### 3.4.2 Entrevistas semiestruturadas com os jornalistas de Imperatriz

De acordo com Gil (2008), a entrevista é uma das técnicas de pesquisa mais utilizada para o recolhimento de informações sobre um fenômeno, especialmente, no âmbito das Ciências Sociais, porque compreende “uma forma de interação social, [...] um diálogo assimétrico entre o investigador e o investigado, em que o primeiro busca coletar dados e o segundo se apresenta como fonte de informação” (GIL, 2008, p. 109). Compartilham da mesma percepção, Lakatos e Marconi (2017, p. 195), que definem a entrevista como um “encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional”. A entrevista não é, portanto, uma ‘conversa’ corriqueira, mas um diálogo planejado e orientado para a busca de informações específicas relacionadas aos objetivos da pesquisa. (MARTINO, 2018).

O emprego da entrevista está relacionado diretamente ao ‘mundo’ dos sujeitos, ou seja, as crenças, atitudes, valores, motivações, opiniões, vivências ou experiências sobre um tema ou situação (GASKELL, 2003; MARTINO, 2018). Duarte (2005) afirma que entrevistas podem ser acionadas para entender como os produtos de comunicação estão sendo percebidos pelos funcionários, explicar a produção de notícias em um veículo jornalístico ou mesmo revelar os motivos pelos quais determinadas fontes jornalísticas são mais (ou menos) utilizadas. Para esta tese, as entrevistas procuraram explorar as formas de atuação dos jornalistas de Imperatriz na cobertura regional, conhecer suas opiniões sobre sua atividade e verificar quais cidades da região são mais atendidas na cobertura (e por que isso acontece), as dificuldades na cobertura de realidades fora do município e os mecanismos usados para se relacionar com os municípios da região.

Levamos em consideração que os tipos de entrevista incluem as estruturadas (fechadas), semiestruturadas (semiabertas) e abertas (MARTINO, 2018). Nas estruturadas, o entrevistador utiliza um questionário previamente preparado e o segue à risca, levando em conta apenas as respostas relacionadas – o resto é descartado. As entrevistas semiestruturadas seguem um roteiro de perguntas com espaço para o entrevistado acrescentar elementos que não estavam previamente definidos. As entrevistas abertas se aproximam de um diálogo entre pesquisador e entrevistado, conferindo mais tempo e espaço para o participante expor ideias, fazer comentários e relacionar assuntos sem vínculo direto com a pesquisa. Nesta tese, optamos pelo modelo de entrevista semiestruturada e individual pela “[...] flexibilidade que ela permite ao informante de definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas” (DUARTE, 2005, p. 63), favorecendo a riqueza de informações do trabalho.

Definido o tipo de entrevista, formulamos um roteiro (ou tópico guia, nas palavras de Gaskell, 2003) com 14 questões (Apêndice B) envolvendo o sistema de opiniões sobre as notícias locais e regionais, motivações e experiências no processo de seleção, tematização e cobertura jornalística dos municípios da região de Imperatriz. Em seguida, organizamos a amostra dos entrevistados a partir do seguinte critério: jornalistas inseridos em empresas com uma redação básica (mínima) e produção diária de conteúdo. O intuito foi entrevistar jornalistas de diferentes perfis profissionais: a) com e sem formação em Jornalismo; b) com tempo distinto no exercício da profissão; c) envolvimento diferente na produção de notícias – repórteres, apresentadores, editores, produtores e cargos de direção. Dessa maneira, chegamos a um conjunto de 17 jornalistas trabalhando nas redações dos dois jornais impressos existentes na época da pesquisa (*Correio e O Progresso*) e de três emissoras de televisão (*Mirante, Nativa e Difusora Sul*). O quadro 3 sistematiza as informações sobre o perfil dos jornalistas que integram a pesquisa.

As entrevistas ocorreram de modo presencial entre os meses de fevereiro e março de 2019 na cidade de Imperatriz. Nesses encontros foi solicitado aos entrevistados, via termo de cessão de direitos de entrevista (Apêndice C), a autorização para utilizar as informações na tese. Todas as conversas foram gravadas em áudio para serem transcritas posteriormente com o auxílio do programa MaxQDA. O tempo das entrevistas variou de acordo com os profissionais, alguns detalharam as respostas às questões, enquanto outros foram mais sucintos – na média, as entrevistas duraram 30 minutos.

A partir das transcrições conseguimos ter um panorama dos pontos tratados nas entrevistas e, assim, realizar o processo de codificação aberta das respostas. Tal procedimento, conforme Flick (2004), consiste em aproximar os fenômenos descobertos e expressá-los na

forma de “conceitos” (categorias). Nesta tese, os resultados das entrevistas foram agrupados em duas categorias analíticas: a) classificação da notícia e b) rotinas de trabalho na cobertura regional.

Quadro 3 – Perfil dos jornalistas entrevistados

ENTREVISTADOS	IDADE	SEXO	TEMPO COMO JORNALISTA	FORMADO EM JORNALISMO	OUTRA FORMAÇÃO	EMPRESA	FUNÇÃO
J1	54	Masculino	35 anos	Não	Pedagogia	TV Mirante	Coord. de Jornalismo
J2	56	Masculino	25 anos	Não	Não	Jornal Correio	Repórter Policial
J3	30	Masculino	6 anos	Sim	Não	TV Mirante	Produtor e Repórter
J4	54	Masculino	32 anos	Não	Não	Jornal Correio	Editor de Esporte
J5	57	Masculino	35 anos	Não	Não	Jornal O Progresso	Editor Geral
J6	36	Masculino	9 anos	Sim	Não	TV Difusora	Repórter
J7	27	Feminino	6 anos	Sim	Não	Jornal Correio	Repórter
J8	55	Masculino	34 anos	Não	Não	TV Nativa	Apresentador
J9	51	Masculino	33 anos	Não	Teologia	TV Difusora	Apresentador
J10	27	Feminino	2 anos	Sim	Não	TV Difusora	Diretora de Jornalismo
J11	73	Masculino	28 anos	Não	Ciências Contábeis	Jornal O Progresso	Editor de esporte e polícia
J12	28	Feminino	5 anos	Sim	Não	TV Difusora	Produtora
J13	24	Feminino	3 anos	Sim	Não	Jornal Correio	Editora geral
J14	34	Feminino	12 anos	Sim	Não	TV Mirante	Repórter
J15	50	Masculino	31 anos	Não	Economia	TV Nativa	Repórter
J16	41	Feminino	22 anos	Não	Geografia	TV Nativa	Diretora de Redação
J17	56	Masculino	26 anos	Não	Direito	Jornal O Progresso	Repórter

\* Na época da entrevista

Fonte: A autora com base em pesquisa de campo

### 3.4.3 Survey com os moradores de Imperatriz e das cidades na sua região de influência

A “pesquisa de *survey*”, ou de opinião, foi escolhida porque é um método quantitativo que possibilita a coleta de uma vasta quantidade de dados originados de uma parcela da população, diferenciando assim dos censos que examinam uma população toda (BABBIE, 2003; NOVELLI, 2005). É utilizada frequentemente para descobrir enunciados descritivos sobre alguma população, ou seja, encontrar certos traços e atributos. Nestes casos, segundo Babbie (2003), o pesquisador não se preocupa com o porquê de a distribuição observada existir, mas com o que ela é.

Novelli (2005) comenta que os *surveys* começaram a ser utilizados no campo político, mas hoje se tornaram um método de investigação reconhecido na maioria dos campos de conhecimento, inclusive a Comunicação. Mesmo assim, esse tipo de pesquisa ainda é pouco

frequente nos estudos comunicacionais e sobre o Jornalismo. Martino (2018, p. 104) explica que isso tem uma razão de ser: “Embora as pesquisas quantitativas ofereçam resultados mais precisos e objetivos do que uma pesquisa qualitativa, seu raio de ação é limitado no que diz respeito à *interpretação*, característica das Humanas”. Na Geografia, o uso de *surveys* é mais comum, sobretudo em investigações como a desta tese, que trabalham com a articulação entre cidade e região. É o caso da tese de Sandra Cristina Ferreira (2010) sobre as interações espaciais entre Guarapuava (cidade média), Laranjeiras do Sul e Prudentópolis (cidades pequenas) no Paraná. Institutos e grupos de pesquisa no campo da Geografia, como o IBGE, também desenvolvem estudos quantitativos no país há décadas.

A pesquisa de *survey* demanda de antemão definir o universo e a amostra da pesquisa. “Entende-se como universo da pesquisa o conjunto de pessoas que possuem características comuns e detêm algum grau de informação sobre o tema a ser explorado. [...] Já a amostra corresponde a uma parte dos componentes do universo” (NOVELLI, 2005, p. 168). Nesta investigação, o universo é compreendido pelos moradores de Imperatriz e das 18 cidades da região de influência. A amostra é formada por habitantes de Imperatriz e de dois centros locais a ela subordinados. Optamos por selecionar apenas duas cidades do entorno imperatrizense em virtude do modelo de *survey* adotado (entrevista), que demanda tempo maior e uma equipe para aplicação. O critério utilizado para escolha das cidades foi o tamanho populacional. Elegemos as duas cidades da zona de influência com menor população – Ribamar Fiquene (com 7.318 habitantes) e Lajeado Novo (com 6.923 habitantes) (IBGE, 2010).

Quanto ao tamanho da amostra, definimos a participação de 100 moradores (com idade mínima de 16 anos) para cada um dos três municípios investigados nesta etapa do estudo. Trata-se de uma amostra não-probabilística, por julgamento ou intencional, em que o pesquisador “[...] seleciona os participantes baseado no próprio conhecimento da população e dos seus elementos, e da natureza das metas da pesquisa” (BABBIE, 2003, p. 80). Embora esse tipo de amostra não represente de forma precisa as populações das cidades, ela oferece informações significativas e pertinentes para solução do nosso problema de pesquisa.

Na sequência, preparamos um questionário estruturado para a coleta de dados junto aos moradores das três cidades da amostra. No processo de montagem tomamos como referência pesquisas da Geografia (estudo Regiões de Influência das Cidades) e da área da Comunicação (Pesquisa Brasileira de Mídia) para elaborar as perguntas sobre o acesso às notícias em diferentes suportes – jornal impresso, rádio, televisão e internet.

O questionário concebido é composto por 22 perguntas abertas e fechadas, organizado em torno das seguintes informações: 1) dados de identificação dos entrevistados; 2) consumo

de notícia nas diferentes mídias; 3) frequência do consumo; 4) nomes e locais de origem dos veículos acessados; 5) dispositivos e plataformas de acesso; 6) temas e tipos de informação mais procurados nos veículos; 7) informação local e o papel de Imperatriz na produção jornalística da região (Apêndice A).

A aplicação dos questionários ocorreu com os entrevistadores perguntando oralmente as questões e anotando as respostas dos respondentes. Escolhemos esse formato para favorecer a participação das pessoas não alfabetizadas e sem acesso à internet, perfil ainda comum nas pequenas cidades do interior do Maranhão. Esse tipo de aplicação também garante um maior número de respostas, além de reduzir a ocorrência de interpretações erradas, confusões de itens, “não sei” e “espaços em branco” nos questionários (BABBE, 2003).

Antes de ser aplicado, o questionário foi testado em uma amostra reduzida de dez habitantes de Imperatriz a fim de verificar, como recomenda Gil (2008, p.134), “possíveis falhas na redação do questionário, tais como: complexidade das questões, imprecisão na redação, desnecessidade das questões, constrangimentos ao informante, exaustão etc.”. Nessa etapa, percebemos perguntas repetitivas e fizemos as devidas adequações no documento para então começar a aplicá-lo na cidade de Ribamar Fiquene em dezembro de 2018. Quando chegamos ao local, nosso intuito era realizar a pesquisa em pontos com circulação de pessoas, como o centro comercial e as praças, mas como o fluxo de indivíduos nestes locais é reduzido, resolvemos ir de casa em casa – processo que levou dois dias, feito exclusivamente pela pesquisadora. Em Lajeado Novo, os questionários foram aplicados no dia 30 janeiro de 2019 seguindo a mesma lógica anterior, com a diferença de que a aplicação contou com a participação de outros dois entrevistadores<sup>47</sup> (além da pesquisadora), o que contribuiu para a redução no tempo de coleta de dados. Convém destacar que o trabalho, em ambas as cidades, contemplou bairros diferentes.

Em Imperatriz, a aplicação dos questionários ocorreu de forma diferente devido à extensão urbana da cidade, cerca de 140 bairros. Para conseguir contemplar o maior número possível desses locais, decidimos coletar as informações em espaços com intenso fluxo de pessoas – praças públicas e *shoppings centers*. O processo aconteceu em fevereiro de 2019 e foi conduzido pela pesquisadora. Finalizada essa fase, reunimos as respostas dos 300 questionários aplicados nas três cidades, passamos para o Google Forms e codificamos para o *software* SPSS para gerar gráficos e tabelas.

---

<sup>47</sup> Os entrevistadores foram o esposo (Rodrigo Reis) e um amigo (Jardiel do Carmo) da pesquisadora. Eles receberam orientação da pesquisadora de como aplicar os questionários e, em seguida, a mesma revisou os dados coletados.

#### 3.4.4 Análise de conteúdo dos produtos jornalísticos

A análise de conteúdo voltada para produtos jornalísticos (ACJ) é um método de pesquisa “[...] que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia com o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos” (HERSCOVITZ, 2008, p. 126). Sendo assim, ela é trabalhada de modo híbrido, com uma parte quantitativa (contagem da frequência de temas, palavras ou ideias no conteúdo manifesto) e outra qualitativa (descoberta dos sentidos e significados presentes nos conteúdos analisados).

Para efetuar a análise de conteúdo jornalístico (ACJ), Herscovitz (2008) propõe um protocolo investigativo que se inicia com a escolha das mídias e veículos a serem investigados. No caso desta pesquisa, selecionamos dois telejornais de Imperatriz – ‘JMTV 1ª edição’, da TV Mirante (afiliada à Rede Globo), e ‘Na Hora D’, da TV Difusora Sul (afiliada ao SBT) – mais o jornal impresso *O Progresso*. Optamos por analisar dois produtos televisivos pelos seguintes motivos: a) “a televisão ainda é, no Brasil, o meio que permite o acesso mais amplo à informação” (PONTES; SILVA, 2012, p.55); b) as retransmissoras de televisão na Amazônia Legal possuem uma legislação específica que permite a exibição de produções locais; e c) as emissoras de TV em Imperatriz apresentam as melhores estruturas de redação dentre as mídias mapeadas na cidade. Assim, para compor a análise, escolhemos as duas TVs mais antigas em atuação no Maranhão e em Imperatriz. Quanto aos programas, priorizamos os telejornais exibidos ao meio-dia nos dois canais televisivos – JMTV 1ª edição, da TV Mirante, e o Na Hora D, da TV Difusora Sul. O jornal impresso *O Progresso* foi selecionado por ser o único em circulação no município.

Após essas definições, Herscovitz (2008) aponta como próximo passo a seleção das mensagens (amostra) a serem observadas na análise de conteúdo. De acordo com a autora, a amostragem pode ser “[...] aleatória quando temos acesso a todos os elementos que farão parte da amostra, ou não-aleatória, quando não se tem acesso a toda população do estudo ou quando se trabalha com populações menores” (HERSCOVITZ, 2008, p. 129 e 131). Nesse caso, utilizamos uma amostra não-aleatória formada por matérias jornalísticas divulgadas nos três veículos estudados entre 10 e 14 de fevereiro de 2020. Escolhemos esse período por ser anterior à presença de casos do Coronavírus (Covid-19) no Brasil. No total foram coletadas 196 matérias, sendo 56 do ‘JMTV 1ª edição’, 44 do ‘Na Hora D’ e 96 do jornal *O Progresso*. No caso das emissoras de TV, não observamos materiais de quadros, como ‘Agenda cultural’, ‘Fica a Dica’ e ‘Meu Bebê’ exibidos na TV Mirante. No impresso ficaram fora da análise o conteúdo

da primeira página, textos de páginas institucionais pagas, colunas sociais, páginas nacionais e do Tocantins e suplementos.

O terceiro momento da ACJ é a elaboração das categorias analíticas empregadas para orientar o pesquisador na busca por sentidos, repetições e padrões presentes nos textos analisados. Trata-se de conceitos que representam os fenômenos investigados e são provenientes de dicionários, da literatura específica, de outras pesquisas, de observações indiretas, de pré-testes ou do próprio senso comum (HERSCOVITZ, 2008). Para trabalhar com estes conceitos, é preciso especificá-los (geralmente em um livro de códigos), estabelecendo “[...] uma definição sucinta dos indicadores, das dimensões e atributos do que queremos medir, de modo que quem lê os resultados de uma análise de conteúdo conheça de antemão as categorias mutuamente exclusivas utilizadas pelo investigador” (HERSCOVITZ, 2008, p. 132).

Nesta investigação desenvolvemos cinco categorias a partir das informações das entrevistas com os jornalistas e da leitura prévia do material dos veículos jornalísticos. São elas: 1) Tipo da notícia; 2) Tema; 3) Valores-notícia; 4) Origem da informação; e 5) Fontes jornalísticas. A primeira delas compreende a escala geográfica da notícia proposta pela pesquisadora a partir das entrevistas com os jornalistas. A segunda refere-se aos tipos de assuntos que recebem mais cobertura noticiosa das empresas de jornalismo. A terceira (valores-notícia) são os atributos próprios ou características típicas que tornam um acontecimento noticiável. A quarta categoria indica a procedência da matéria, ou seja, se é resultado do processo de apuração dos jornalistas da redação, divulgação de *releases* ou vinda de outros veículos. E a quinta identifica as vozes que falam nas matérias jornalísticas. Todas essas categorias estão detalhadas no livro de códigos disponível no Apêndice D.

Estabelecidas a amostra e as categorias de análise, realizamos a coleta dos dados em uma planilha no Excel, seguindo as instruções do livro de códigos. Em seguida, exportamos as informações para o *software Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) para que fossem gerados os gráficos e as tabelas com as frequências e cruzamentos entre as categorias investigadas.

### 3.5 Análise e interpretação dos dados

Após percorrer todos esses caminhos, chegamos ao “ponto final” do nosso mapa metodológico: a análise e interpretação dos dados reunidos na pesquisa, a fim de observar com “mais detalhes os dados decorrentes do trabalho de campo, a fim de conseguir respostas às suas

indagações, estabelecendo as relações necessárias entre os dados obtidos e as hipóteses formuladas” (LAKATOS; MARCONI, 2017, p. 168).

Nessa etapa, a descrição apontada por Lopes (2014) como o primeiro movimento realizado pelo investigador é capaz de relacionar a fase de observação dos dados com a fase de interpretação. É desenvolvida através da operação de *análise descritiva* e em dois passos: o primeiro é a organização, crítica e classificação dos dados coletados; o segundo é o estabelecimento das inferências sobre o fenômeno estudado (LOPES, 2014). O desenvolvimento da segunda etapa da análise – a explicação ou interpretação dos dados, “é a fase que envolve a teorização dos dados empíricos dentro da perspectiva teórica adotada no início da pesquisa” (LOPES, 2014, p. 151), com o objetivo de ampliar o significado dos dados descritos em um nível superior de abstração e generalização mediante a ligação ao quadro teórico de referência.

No interior desse processo de análise e interpretação dos resultados empíricos, realizamos a triangulação da pesquisa. O modelo de triangulação está baseado em torno de três eixos – infraestrutura de mídia, produção de informação local e consumo de notícias – com cada um deles relacionado aos dados produzidos pelos procedimentos metodológicos descritos no decorrer deste capítulo, conforme estruturado abaixo:

- a) *Infraestrutura de mídia* → mapeamentos nas cidades pequenas da região de influência e em Imperatriz;
- b) *Produção de informação local* → entrevistas com comunicadores das cidades pequenas, com jornalistas de Imperatriz e análise de matérias jornalísticas de veículos imperatrizenses;
- c) *Consumo de notícias* → *survey* com moradores de Imperatriz e de duas cidades pequenas do entorno regional.

Com base nas orientações dos diferentes autores aqui mencionados e escolhas estabelecidas na investigação, trabalhamos os resultados da pesquisa de campo, que serão apresentados nos capítulos a seguir.

## 4 A MÍDIA NAS PEQUENAS CIDADES DA REGIÃO DE IMPERATRIZ

As cidades pequenas, mesmo sendo maioria no quadro urbano brasileiro (4.884 cidades<sup>48</sup>), estiveram à margem dos interesses da academia durante anos. Apenas no início dos anos de 1990, segundo Fresca (2010, p. 75), “[...] diversas ciências, entre elas a Geografia, redescobriram as cidades pequenas e passaram a estudar a importância, o significado e sua representação social, econômica e cultural no contexto brasileiro”.

Os geógrafos passaram a defender os estudos das pequenas cidades como uma pauta relevante para seu campo de conhecimento. “Não contemplar as pequenas cidades é esquecer uma parte da realidade urbana”, [...] “como também esta falta de estudo compromete uma compreensão mais ampla da rede urbana, até mesmo das questões tratadas no domínio dos centros urbanos maiores”, explica Endlich (2006, p. 31). Para o autor, o estudo de tais espaços ajuda a explicar as funções e centralidades de cidades de nível hierárquico superior, como as cidades médias (ENDLICH, 2006).

Corroborando com este entendimento, Fernandes (2018) argumenta que os interesses acadêmicos “precisam compreender o urbano brasileiro em totalidade, inserindo as pequenas cidades no debate, especialmente a partir dos papéis urbanos desempenhados e sua inserção na rede de cidades” (FERNANDES, 2018, p. 14). No campo das Geografias da Comunicação, Fadul e Moreira (2019) também ressaltam a necessidade das pesquisas se voltarem aos pequenos centros.

Quando investigamos o local, a dimensão reduzida do urbano, as cidades pequenas, vemos que há um mundo a ser explorado e, mais importante, um mundo a ser compreendido, analisado, apreendido. Confirmamos então que a localidade ajuda-o a entender por inteiro, e dá pistas para o domínio das outras escalas (FADUL, MOREIRA, 2019, p.7-8).

Seguindo este caminho, exploramos neste capítulo o ecossistema midiático de 18 cidades pequenas do sudoeste do Maranhão, pertencentes à região de influência de Imperatriz. São localidades que representam o “local (o local distante, no interior)”, como dizem Fadul e Moreira (2019), aqui estudadas nos aspectos de infraestrutura de mídia, produção de informação local e consumo de notícias.

### 4.1 As pequenas cidades: notas introdutórias

Quando investigamos as pequenas cidades, a conceituação surge como uma das principais questões enfrentadas pelos pesquisadores. Neste sentido, Endlich (2017, p.50) identifica duas formas de tratamento para as cidades que estão em um patamar elementar da

---

<sup>48</sup> Cidades com até 50 mil habitantes, segundo estimativa populacional do IBGE em 2021.

rede urbana: “as pequenas cidades e as cidades locais. Em síntese, a primeira para indicar a expressão demográfica e territorial; e a segunda para demarcar papéis e alcance dos equipamentos instalados”.

De acordo com Fresca (2010, p. 76), a palavra “pequena” é um adjetivo que remete à “noção de tamanho, dimensão e no caso das cidades, uma associação entre pequeno número de habitantes com pequena área – no sentido mensurável – ocupada por uma cidade”. Em função disso, os dados populacionais estão entre os critérios mais utilizados para delimitar o recorte das pequenas cidades, mesmo não havendo um consenso sobre o patamar demográfico para a cidade ser considerada pequena.

Santos (1989), Maia (2010) e Pereira (2007), por exemplo, consideram cidades pequenas aquelas que possuem até 20 mil habitantes – patamar empregado pelas estatísticas internacionais para identificar esse tipo de cidade. Corrêa (1999), Fresca (2001) e Santos e Silveira (2006), por sua vez, definem as pequenas cidades como aquelas com no máximo 50 mil habitantes. E o IBGE (2000) nomeia cidade pequena como a que possui até 100 mil habitantes. Nesta tese, trabalhamos com cidades do entorno de Imperatriz com até 50 mil habitantes.

A respeito da denominação “cidade local” ou “centro local”, ela se refere ao “menor escalão das cidades no Brasil, [...] considerando o papel dos centros urbanos dentro de uma rede de distribuição de bens e serviços” (FRESCA, 2010, p. 77). Trata-se de uma terminologia empregada para se referir à centralidade e hierarquia dos centros urbanos (FRESCA, 2010). A definição é apoiada por Corrêa (2011, p. 7) ao afirmar que um centro local “exerce centralidade em relação ao seu território municipal, sua hinterlândia, onde vive uma população dispersa dedicada sobretudo às atividades agrárias”. Nesse caso, as hinterlândias podem ser formadas tanto por vilas e povoados quanto por pequenas cidades (CORRÊA, 2011).

Santos (1979) também aborda essa perspectiva ao tratar das cidades locais nos países em desenvolvimento. Segundo ele, as cidades locais são aglomerações urbanas capazes de atender as “[...] necessidades vitais mínimas, reais ou criadas de toda uma população, função esta que implica em uma vida de relações” (SANTOS, 1979, p.71).

Além desses autores, o estudo Regiões de Influência das Cidades – REGIC (IBGE) define os centros locais como “cidades que exercem influência restrita aos seus próprios limites territoriais, e [...] apresentam fraca centralidade em suas atividades empresariais e de gestão pública”. Eles correspondem a 4.037 centros urbanos com uma média populacional de 12,5 mil habitantes (IBGE, 2020, p. 13).

Sobre as características das pequenas cidades, Pereira (2007) afirma que elas “apresentam pouca capacidade de oferecimento de serviços; [...] baixa articulação com as cidades do entorno; as atividades econômicas quase nulas, [...] e a predominância de atividades relacionadas ao rural” (PEREIRA, 2007, p.174). As pequenas cidades também oferecem “fatores importantes de produção que, às vezes, não estão presentes nas grandes e médias cidades, tais como matéria-prima, mão-de-obra barata e por vezes qualificada, proximidades, aos mercados rurais e baixo custo dos terrenos” (SOARES, 2007, p. 467).

Na visão de Corrêa (1999, p. 45), as cidades pequenas são numerosas por toda parte e geram expressiva densidade entre os centros situados próximos, a depender da localização. “Nas regiões densamente povoadas o número de centros é elevado e a distância média entre eles é pequena; nas regiões escassamente povoadas, ao contrário, o número de centros diminui, aumentando a distância entre eles”. Em outro texto, o autor afirma que as pequenas cidades brasileiras são conhecidas por sua confluência do urbano e do rural e pelas diferenças que apresentam entre si na rede urbana (CORRÊA, 2011). Com base nisso, ele propõe cinco tipos ideais de pequenas cidades: 1) os lugares centrais, 2) os centros especializados, 3) reservatórios de força de trabalho, 4) centros que vivem de recursos externos e 5) subúrbios-dormitório (CORRÊA, 2011).

Os lugares centrais (primeiro tipo) são pequenas cidades classificadas na hierarquia urbana brasileira como centros locais e centros de zona. Localizam-se especialmente no Centro-Sul do país, nas áreas incorporadas à industrialização do campo, áreas agrícolas modernizadas. Os centros especializados (segundo tipo) são núcleos de povoamento que desenvolvem atividades específicas, as quais conferem-lhes uma identidade singular, como por exemplo, centro têxtil, de confecções, celulose e papel, de mineração, de peregrinação, etc. (CORRÊA, 2011).

Os chamados reservatórios de força de trabalho (terceiro tipo) são pequenas cidades que concentram “peões”. Podem ocorrer em áreas de povoamento recente, como a Amazônia oriental, e em áreas integradas ao complexo agroindustrial, como o Oeste paulista (CORRÊA, 2011). Os centros que vivem de recursos externos (quarto tipo) são antigos lugares centrais em processo de decadência. Sem condições de desenvolver atividades econômicas especializadas, eles se sustentam de recursos monetários enviados por familiares, aposentadorias e pensões pagas pelo Funrural e recursos do Governo Federal por intermédio do Fundo de Participação. Finalmente, os subúrbios-dormitório (quinto tipo) são cidades pequenas que servem de moradia para os trabalhadores das cidades maiores, localizadas na mesma região (CORRÊA, 2011).

Os tipos ideais apresentados podem, então, “[...] ocorrer em forma pura, mas ocorrem sobretudo de modo combinado. Ou seja, uma cidade do tipo A pode conter características dos tipos B e C” (CORRÊA, 2011, p. 11). No caso das cidades pequenas maranhenses aqui investigadas, observamos que elas possuem aspectos de reservatórios de força de trabalho, devido aos grandes projetos desenvolvimentistas na região, e subúrbios-dormitório. No próximo tópico exploramos com mais detalhes as características dessas cidades.

#### 4.1.1 As pequenas cidades da região de Imperatriz

A região de influência de Imperatriz investigada nesta tese é composta por 18 cidades situadas no estado do Maranhão. São elas: Amarante do Maranhão, Buritirana, Campestre do Maranhão, Cidelândia, Davinópolis, Estreito, Governador Edison Lobão, João Lisboa, Lajeado Novo, Montes Altos, Porto Franco, Ribamar Fiquene, São Francisco do Brejão, São João do Paraíso, São Pedro da Água Branca, Senador La Rocque, Sítio Novo e Vila Nova dos Martírios.

Hierarquicamente, quase todas as cidades ocupam a posição de centro local, exceto Porto Franco e Estreito que estão classificadas no Regic 2018, respectivamente, como Centro Sub-Regional B e Centro de Zona A. Os Centros Sub-Regionais correspondem ao “[...] terceiro nível da hierarquia urbana, possuem atividades de gestão menos complexas e áreas de influência de menor extensão que as das Capitais Regionais”. Os Centros de Zona, por sua vez, estão localizados no “[...] quarto nível hierárquico e apresentam menores níveis de atividades de gestão, polarizando um número pequeno de Cidades vizinhas por meio do comércio e serviços” (IBGE, 2020, p. 12-13). Interessante destacar que tanto Porto Franco quanto Estreito são arranjos populacionais, ou seja, agrupamentos de dois ou mais municípios.

Do ponto de vista demográfico, as pequenas cidades investigadas, em sua maioria, possuem uma população inferior a 20 mil habitantes. Em metade destes locais, a população rural é superior à urbana (Tabela 2). A densidade demográfica é baixa, não chegando nem a 50 hab./km<sup>2</sup>. Por isso, esses municípios são considerados essencialmente rurais – possuem simultaneamente menos de 50 mil habitantes e menos de 80 hab./km<sup>2</sup> (VEIGA, 2004).

Interessante destacar que o predomínio da população urbana sobre a rural é observado por Araújo (2016) em cidades localizadas às margens das rodovias. É o caso de Davinópolis, Campestre, Porto Franco e Estreito, que estão situadas ao longo da BR-010 (Belém-Brasília); e de São Pedro da Água Branca, que fica às margens da MA-125. Além disso, os municípios de Montes Altos e João Lisboa, por estarem localizados a uma distância “média de seis

quilômetros de Imperatriz, tornam-se cidades dormitórios de uma população que desenvolve em Imperatriz atividades de trabalho e educacionais” (ARAÚJO, 2016, p.153).

Tabela 2 – Municípios da região de influência de Imperatriz

Município	Instalação	Área (km <sup>2</sup> )	População Total (2010)	População Urbana (2010)	População Rural (2010)	Densidade Demográfica (2010)
Amarante do Maranhão	1953	7.439,615	37.932	15.004	22.928	5,10
Buritirana	1997	820,968	14.784	4.146	10.638	18,06
Campestre do Maranhão	1997	613,529	13.369	10.621	2.748	21,72
Cidelândia	1997	1.462,809	13.681	6.036	7.645	9,34
Davinópolis	1997	332,249	12.579	10.487	2.092	37,46
Estreito	1982	2.720,266	35.835	25.778	10.057	13,18
Governador Edison Lobão	1997	615,957	15.895	6.957	8.938	25,81
João Lisboa	1961	1.137,104	20.381	15.336	5.045	32,00
Lajeado Novo	1997	1.603,619	6.923	3.194	3.729	6,61
Montes Altos	1958	1.488,513	9.413	5.126	4.287	6,32
Porto Franco	1919	1.420,510	21.530	16.866	4.664	15,19
Ribamar Fiquene	1997	733,458	7.318	3.677	3.641	9,75
São Francisco do Brejão	1997	745,357	10,261	4.836	5.425	13,76
São João do Paraíso	1997	2.052,328	10.814	5.276	5.538	5,27
São Pedro da Água Branca	1997	720,461	12.028	10.712	1.316	16,70
Senador La Rocque	1997	738,187	17.998	8.739	9.259	14,55
Sítio Novo	1961	3.114,683	17.002	5.139	11.863	5,46
Vila Nova dos Martírios	1997	1.190,008	11.258	6.188	5.070	9,47

Fonte: IBGE Cidades, 2021

Conforme os dados expostos na Tabela 2, é possível notar a constituição recente dos municípios, 12 deles criados em 1997, resultantes dos processos de fragmentação territorial de Imperatriz, que começou na década de 1950 e se intensificou na década de 1990. A esse respeito, Franklin (2005) detalha que

A área original de Imperatriz era de aproximadamente vinte mil quilômetros quadrados, excluindo-se a da Vila de Porto Franco, que inicialmente a integrava. [...] Depois da abertura da estrada que ligou o município com o Nordeste, houve um crescimento populacional desta cidade e da zona rural, surgindo assim novos povoados e aumentando a população de outros. Com isso, alguns se destacaram e adquiriram vida própria, conquistando também a condição de município. O primeiro foi a vila de Montes Altos, que em 8 de setembro de 1955 se transformou em município, levando consigo uma área de 3.326 quilômetros quadrados do território imperatrizense. Em 15 de dezembro de 1961, foi a vez do povoado Gameleira, que se tornou o município de João Lisboa, com área de 2.697 quilômetros quadrados (FRANKLIN, 2005, p.87).

Depois destes desmembramentos, Imperatriz perdeu mais uma parte de seu território em 1981 com a emancipação do distrito de Açailândia. Com isso, a área original de 13.352 km<sup>2</sup> passou para 6.687 km<sup>2</sup>. Na década seguinte, no ano de 1997, seis novos municípios, antes

pertencentes ao território de Imperatriz, foram emancipados: Cidelândia, Davinópolis, Governador Edison Lobão, São Francisco do Brejão, São Pedro da Água Branca e Vila Nova dos Martírios. Neste período, eles levaram mais de 5.000 km<sup>2</sup> da extensão territorial de Imperatriz, deixando o município somente com 1.367,9 km<sup>2</sup> (FRANKLIN, 2005). No mesmo ano, outros seis municípios foram desmembrados indiretamente de Imperatriz. São centros locais separados de áreas que haviam pertencido ao território imperatrizense: Lajeado Novo e Ribamar Fiquene, nascidos do território de Montes Altos; Buritirana e Senador La Rocque, de João Lisboa; Campestre do Maranhão e São João do Paraíso, de Porto Franco (FRANKLIN, 2005). Com base nestas informações, verificamos que 12 municípios dos que hoje compõem a região de influência de Imperatriz integravam suas terras no passado.

Quanto ao Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) dos municípios, ele é classificado como baixo (0,500 a 0,599) ou médio (0,600 a 0,699), segundo dados do Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (PNUD, 2021). A seguir, a Tabela 3 mostra os valores por município.

Tabela 3 – IDHM dos municípios da região de Imperatriz

Município	IDHM
Amarante do Maranhão	0,555
Buritirana	0,583
Campestre do Maranhão	0,652
Cidelândia	0,600
Davinópolis	0,607
Estreito	0,659
Governador Edison Lobão	0,629
João Lisboa	0,641
Lajeado Novo	0,589
Montes Altos	0,575
Porto Franco	0,684
Ribamar Fiquene	0,615
São Francisco do Brejão	0,584
São João do Paraíso	0,609
São Pedro da Água Branca	0,605
Senador La Rocque	0,602
Sítio Novo do Maranhão	0,564
Vila Nova dos Martírios	0,581

Fonte: PNDU, 2021

A mesma configuração do IDHM é encontrada em outros locais da Amazônia Legal. De acordo com Santini (2013, s/p), “dos 772 municípios amazônicos, 671 estão nesta faixa, sendo

305 baixo e 366 médio, e apenas 78 têm IDHM considerado alto. Em nenhum, o índice foi considerado muito alto”.

Os municípios com IDHM baixo são: Amarante, Buritirana, Lajeado Novo, Montes Altos, São Francisco do Brejão, Sítio Novo e Vila Nova dos Martírios. E os que possuem IDHM médio são: Campestre, Cidelândia, Davinópolis, Estreito, Governador Edison Lobão, João Lisboa, Porto Franco, Ribamar Fiquene, São João do Paraíso, São Pedro da Água Branca e Senador La Rocque.

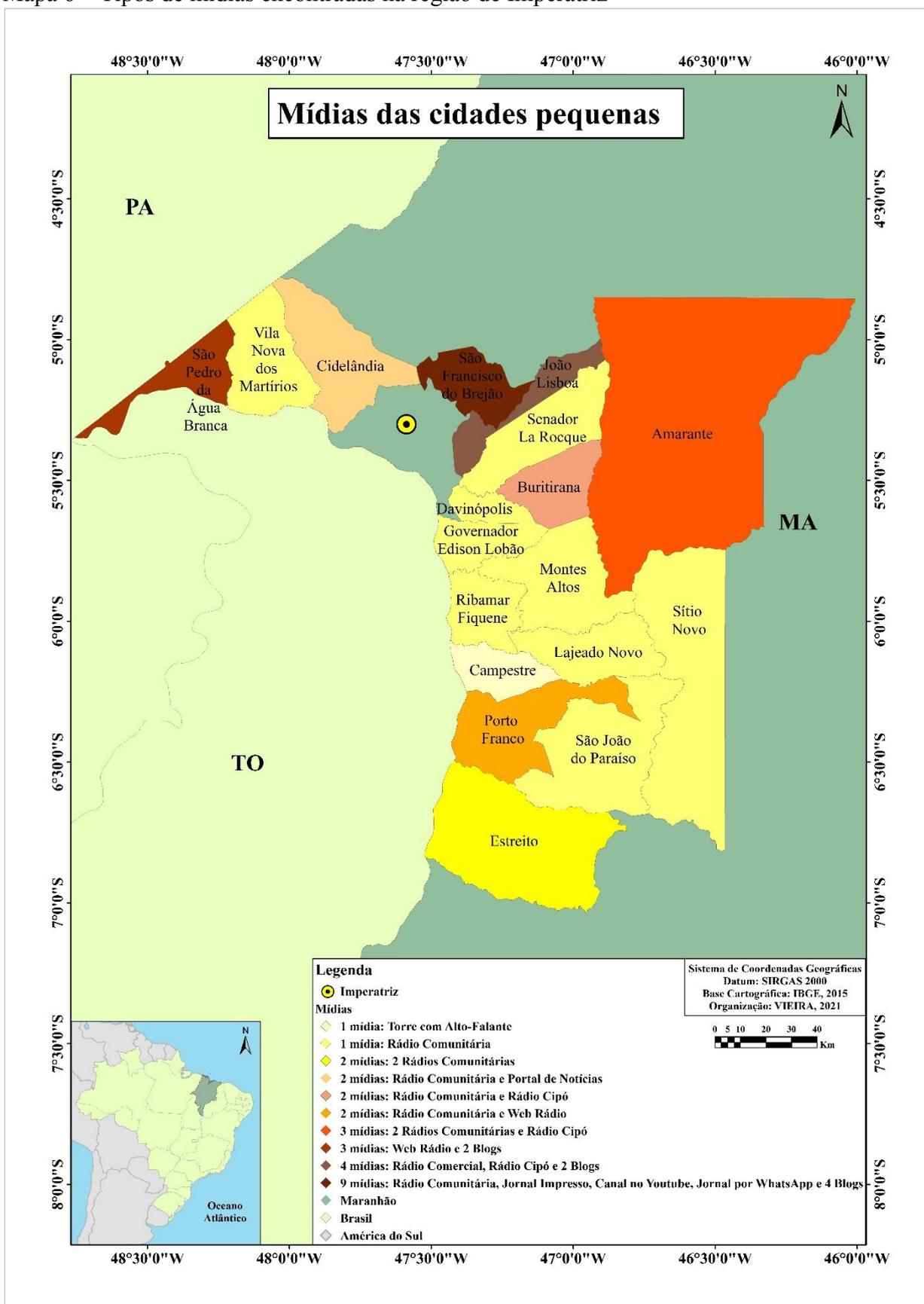
Após conhecer alguns dados que compõem a configuração geográfica das pequenas cidades da região de influência de Imperatriz, veremos no tópico seguinte informações sobre as estruturas de mídia dessas localidades.

#### 4.2 Mapeamento da mídia

A partir das visitas realizadas na primeira etapa desta pesquisa, mapeamos 36 iniciativas midiáticas em funcionamento nas pequenas cidades da região de Imperatriz, com predomínio das rádios comunitárias (17), seguidos pelos *blogs* (8), rádios cipós (3), web rádio (2), rádio comercial (1), torre com alto-falante (1), jornal impresso (1), portal de notícias (1), canal no YouTube (1) e jornal por WhatsApp (1). São meios que, em sua maioria, exigem custos menores de instalação e operação se comparados às emissoras de TV aberta e aos jornais impressos com circulação diária, por exemplo (Mapa 6).

Essas iniciativas podem ser agrupadas e classificadas em três tipos: a) analógicas “artesanais”, b) analógicas “tradicionais” e c) digitais. As analógicas “artesanais” são espaços dedicados à prestação de serviço público para a comunidade local, com limite de circulação apenas na cidade. São aqui representadas pelos sistemas de alto-falantes fixos instalados em torres (voz) ou em postes de energia elétrica (rádios cipós). As analógicas “tradicionais” correspondem a iniciativas mais sofisticadas tecnicamente, com circulação e cobertura que atingem bairros e cidades circunvizinhas da região. São rádios comerciais, rádios comunitárias e jornais impressos. As experiências digitais têm alcance regional, estadual e até mesmo extra estadual. Se valem dos grupos e listas de transmissão no WhatsApp para ampliar sua distribuição e atingir realidades longínquas. Estamos nos referindo às webs rádios, *blogs*, portais de notícias, canais no YouTube e jornais por WhatsApp.

Mapa 6 – Tipos de mídias encontradas na região de Imperatriz



Quanto à distribuição espacial nas pequenas cidades, verificamos que a maioria das localidades conta somente com uma mídia, geralmente uma rádio comunitária. Uma exceção é Campestre, que possui como única infraestrutura midiática em funcionamento uma torre com alto-falante. Interessante pontuar que esta cidade possui cadastro no Ministério das Comunicações desde 2018 com a demonstração de interesse para executar o serviço de radiodifusão comunitária pela Associação de Radiodifusão Comunitária do Município de Campestre do Maranhão, mas que ainda não foi atendido.

As oito cidades pequenas que apresentam duas ou mais mídias em seus territórios são: João Lisboa, Amarante do Maranhão, São Francisco do Brejão, Buritirana, Cidelândia, Estreito, Porto Franco e São Pedro da Água Branca (Mapa 6). Deste conjunto, as cidades com maior número de mídias – São Francisco do Brejão e João Lisboa – são as que também possuem maior diversidade de mídias, como por exemplo, jornal impresso mensal e rádio comercial.

A seguir, apresentamos de forma minuciosa cada uma das atividades midiáticas encontradas nos municípios do entorno de Imperatriz.

A cidade de **Amarante**, a 110 km de Imperatriz, conta com duas rádios comunitárias (Amarantina FM e Antena 10) e uma rádio poste (rádio cipó). A Amarantina FM (91,5 MHz) surgiu em 1998 com incentivo do prefeito da época, José Ribamar de Azevedo, que também contribuiu para a manutenção da emissora durante o seu mandato. Ela funcionou sem regularização junto ao Ministério das Comunicações até 2007 “quando a Polícia Federal lacrou os aparelhos, levou o transmissor e fechou as portas da rádio comunitária” (RODRIGUES, 2015, p. 35). A emissora voltou a operar em 2016 sob a administração da Associação Comunitária dos Amigos de Amarante. Instalada em uma casa cedida, na rodovia MA-122, bairro Avarandado, a rádio apresenta uma programação musical, com inserções de informação de hora em hora (coletadas em *sites* de notícia), prestação de serviço e transmissão de recados à população que fica nas aldeias indígenas e povoados da zona rural. O único programa jornalístico transmitido pela emissora durante a semana (das 12h às 13h) é o “Jornal Central” – radiojornal produzido pela agência Central de Notícias (com sede em São Luís) e distribuído para as emissoras comunitárias do interior do Maranhão. Além desse, a Amarantina transmite às sextas-feiras, das 11h às 12h, o “Informativo Municipal”, produzido pela assessoria de comunicação da prefeitura.

A Antena 10 FM (87,9 MHz) nasceu em 18 de agosto de 1998, por iniciativa do técnico eletrônico e radialista José Bezerra da Silva, popularmente conhecido como Zé do Rádio, com uma “estrutura física precária, composta apenas por um gravador comum, um transmissor, uma mesa de áudio com seis canais, dois microfones, dois pedestais e uma torre de 30m”

(RODRIGUES, 2015, p. 37). Durante anos a emissora lutou para se manter e conseguir a outorga para operação, concedida em 2008 (RODRIGUES, 2015). Hoje ela é mantida pela Central de Comunicação de Amarante do Maranhão (Cecoama) e funciona em um prédio próprio localizado na rua Alto da Boa Vista, setor industrial. A programação é focada em músicas e prestação de serviços. A parte jornalística, assim como a da Amarantina FM, fica por conta de boletins informativos e dos programas “Jornal Central”, exibido de segunda a quinta-feira, das 12h às 12h30, e “Informativo Municipal”, transmitido toda sexta-feira das 11h às 12h.

Ao lado de Amarante do Maranhão, na cidade de **Buritirana** descobrimos uma rádio comunitária (Esperança FM) e uma rádio poste (rádio cipó). A Esperança FM (102,1 MHz) existe há cerca de 10 anos na cidade e foi criada pelo ex-prefeito, Vagtonio Brandão. Ela está instalada em uma casa da prefeitura, na rua Dom Pedro I, s/nº, Vila Alto Bonito. Na grade de programação há apenas o programa evangélico “A Bíblia em seu lar” transmitido das 12h às 14h de segunda a sexta-feira. Os outros espaços são ocupados por música.

Em **Campestre do Maranhão**, o único meio de comunicação local é o alto-falante fixo chamado de “Voz da Cidade”. O veículo está presente no município há mais de 30 anos, quando ele era ainda povoado de Porto Franco. Foi montado por Raimundo Silva Santos, conhecido como “Canadá”, com auxílio do seu irmão Joselito Silva Santos, que é o locutor da Voz. A torre de 35 metros de altura com três cornetas está montada na Rua Hélio Costa Barros, bairro Primavera, ao lado da casa do “Canadá”, e funciona de segunda-feira a sábado das 06h40 às 08h e das 17h30 até às 18h10. A programação da Voz é exclusivamente voltada para a prestação de serviços e anúncios comerciais.

Na cidade de **Cidelândia** encontramos uma rádio comunitária (Babaçu FM) e um portal de notícias (Cidelândia em Foco). A Babaçu FM (87,9 MHz) funciona no município desde 2013 em um prédio de propriedade da Associação de Radiodifusão e Desenvolvimento Comunitário Vale do Babaçu, na Avenida 15 de Novembro, nº 1699, bairro Centro. Na programação, a emissora possui boletins informativos e dois programas com informações: “Manhã 87”, exibido de segunda a sexta-feira, das 06h às 08h; e “Show do Braz”, transmitido de segunda-feira a sábado, das 09h às 12h.

O portal “Cidelândia em Foco” (<https://cidelandiaemfoco.com.br/>) foi criado em 2017 pelo agente de endemias, Francisco Nascimento. Aborda informações sobre política, polícia, gestão pública, saúde, educação, infraestrutura, esporte, cultura e entretenimento de Cidelândia e outras cidades do Maranhão. As postagens são de autoria do próprio comunicador,

reproduções de *releases* ou de outros *sites* e *blogs*. A atualização do conteúdo é irregular, havendo dias sem nenhuma publicação de conteúdo.

Na cidade de **Davinópolis** funciona a rádio comunitária Você FM (106,3 MHz), mantida pela Associação de Moradores da Vila Davi. A emissora, legalizada desde 2013, passou um período fora do ar e voltou a operar no início de 2020 sob a direção do radialista Renald Café. Seu estúdio funciona em uma sala no primeiro andar do posto de gasolina da Avenida Davi Alves Silva, nº 286, Centro. Os programas são predominantemente musicais, com exceção do “Parlamento do Povo”, exibido de segunda a sexta-feira, das 08h às 09h, voltado para o atendimento à comunidade, e o “Conexão Brasil”, transmitido durante a semana das 09h às 11h, com acréscimos de informação local e regional.

Mais adiante, na cidade de **Estreito**, situada na divisa do Maranhão com o Tocantins, há duas rádios comunitárias (Estreito FM e Liberdade FM). A rádio Estreito FM (106,3 MHz) entrou em operação no município em 1998, mas somente em 2003 a Associação Comunitária dos Moradores de Estreito conseguiu a autorização para funcionamento junto ao Ministério das Comunicações. Hoje a emissora está em processo de renovação da outorga e funciona em um prédio alugado na Rua Airton Senna, nº 595, Centro. Na grade de programação, os informes locais podem ser encontrados no programa “Eli Maranhão”, transmitido de segunda a sexta-feira, das 11h às 12h, e no programa “Ponto de Vista”, exibido aos sábados, das 09h às 12h.

A rádio Liberdade FM (106,9 MHz) é recente em Estreito, nasceu em 8 de maio de 2015 devido à necessidade por mais veículos de comunicação capazes de atender a demanda por informação local dos habitantes da cidade. Foi criada então a Associação Comunitária de Integração Social e Cultural de Estreito, que detém a concessão da emissora, para representar o interesse dos moradores por comunicação. Em seguida, a entidade construiu uma casa na rua São Sebastião, s/nº, Brejo do Pinto I, para abrigar o estúdio da rádio. Até hoje funciona neste espaço, apresentando uma programação composta por música, informação, prestação de serviço, entretenimento e religiosidade. Os programas de caráter informativo veiculados durante a semana são: “Comando Geral”, das 08h às 09h40 na segunda-feira, e das 08h às 11h de terça a sexta-feira; e o “Jornal Central”, das 12h20 às 12h55. A rádio também transmite às segundas-feiras, das 09h40 às 11h, a sessão da Câmara Municipal.

Conhecido na região como Ribeirãozinho, a cidade de **Governador Edison Lobão** exhibe como principal veículo de comunicação local a rádio comunitária Diamantina FM (87,9 MHz), situada à Rua Galdino Carneiro, nº 04, Vila Edinho. A emissora nasceu no dia 20 de outubro de 1999 com a criação da Associação Rádio Comunitária Diamantina FM, mantedora atual da rádio. Inicialmente operava sem autorização do Ministério das Comunicações,

conseguindo a outorga no ano de 2003. A rádio Diamantina está instalada em um prédio cedido pelo presidente da Associação e tem como programa jornalístico o “Programa da Manhã”, veiculado de segunda a sexta-feira, das 07h às 11h.

Avançando no mapa, chegamos a **João Lisboa**, situado a 12 km do território imperatrizense. A localidade possui como serviços de mídia uma rádio comercial (Carajás AM), dois *blogs* (Marcelo Rodrigues e Eduardo Dantas) e uma rádio poste (rádio cipó). A rádio Carajás AM (950 KHz) foi criada na década de 1990 pelo ex-deputado federal Onofre Corrêa. Hoje a emissora é de propriedade do deputado federal Cléber Verde (PRB) e dirigida pelo repórter cinematográfico Cláudio Carvalho. Sua sede funciona em uma casa na rua Iracema, bairro Caiçara. Os programas informativos de segunda a sexta-feira são: “Carajás Notícias”, exibido das 10h às 12h, com reprise às 22h e às 5h, e o “Jornal Central”, transmitido das 12h às 12h30. Aos finais de semana a programação é focada em músicas.

O *blog* Marcelo Rodrigues (<http://www.blogmarcelorodrigues.com.br/>) surgiu em 2017 em João Lisboa, desenvolvido pelo assessor de comunicação da prefeitura, Marcelo Rodrigues. Cobre fatos relacionados à política, polícia, saúde e esporte, privilegiando as ações de políticos locais e da região. Além disso, registra assuntos e eventos das cidades vizinhas, como Imperatriz e Senador La Rocque. As postagens, em sua maioria, são autorais e publicadas de forma esporádica pelo blogueiro.

O *blog* Eduardo Dantas (<https://www.blogeduardodantas.com.br/>) é produzido pelo empresário da construção civil, Eduardo Dantas, desde 2019. É voltado para a cobertura política, com destaque para as atividades da prefeitura. As postagens são de autoria do blogueiro ou reproduções de outros *sites* e publicadas de forma irregular.

No mapa, sentido o estado do Tocantins, temos a pequena cidade de **Lajeado Novo**. Ela dispõe em seu território de apenas uma emissora de rádio – a Cidade FM (106,3 MHz). O veículo foi criado em 2000 pelo radialista José Alves da Silva, conhecido como Jota Alves, para prestar serviço de radiodifusão comunitária. No entanto, a emissora nunca conseguiu outorga para seu funcionamento, sendo fechada em várias ocasiões pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). No momento, a rádio opera esporadicamente para transmitir avisos sobre cadastramentos, atendimento médico, notas de falecimento, documentos perdidos, etc.

Vizinho de Lajeado, **Montes Altos** dispõe somente da rádio comunitária Montes Altos FM (87,9 MHz). A emissora opera legalmente desde 2004 sob a direção da Associação da Juventude do Município de Montes Altos. Seu estúdio funciona em uma casa cedida pelo locutor Jairo da Silva Souza na rua Parsondas de Carvalho, nº 10, bairro Goiás. Em 2019 a rádio

estava em processo de renovação da licença de funcionamento e reestruturação dos seus equipamentos, por isso não apresentava programação local, exibindo exclusivamente músicas.

Em **Porto Franco** encontramos duas mídias em atividade – a rádio comunitária Porto FM (106,3 MHz), antiga São Francisco, e a web rádio Porto Franco FM Online. A rádio comunitária Porto FM foi fundada pelo Frei Liberato Giudici em 1998 e outorgada pelo Ministério das Comunicações em 2001. A emissora é administrada pela Associação Comunitária São Francisco de Assis e funciona em um prédio anexo da Igreja Matriz Nossa Senhora da Imaculada Conceição. Apresenta como programa jornalístico o “Jornal Central”, transmitido das 16h às 16h30 de segunda a sexta-feira, e boletins informativos de hora em hora. Ainda exibe durante a semana, das 11h30 às 12h, o programa “Giro Esportivo” com notícias sobre o mundo do esporte, em especial o futebol e campeonatos de âmbito nacional, estadual e local.

A Porto Franco FM Online, que usa o slogan “rádio sem jabá”, é uma iniciativa do radialista Pierre Filho e já existe há cerca de 10 anos na cidade. Pode ser acessada pela página <https://www.portofrancofmonline.com/>, por seu próprio aplicativo (disponível no *Play Store*) ou no aplicativo das RadiosNet. Sua programação é formada basicamente por músicas, com inserções esporádicas de programas ao vivo, a depender do acontecimento que ocorre na cidade ou região. Quando o radialista vai entrar no ar na rádio, ele envia o *link* para os ouvintes por meio de grupos no WhatsApp e páginas no Facebook como forma de garantir a audiência.

Na pequena cidade de **Ribamar Fiquene**, também chamada de Sumaúma, achamos em operação apenas a rádio comunitária Sumaúma FM (106,3 MHz), inaugurada em 14 de maio de 2005 por iniciativa do prefeito da época, Hilter Alves Costa. No início, a emissora operava sem outorga e apenas com a transmissão de músicas. Depois de um tempo acabou saindo do ar, retomando as transmissões somente em 2007 quando foi emitida a licença pelo Ministério das Comunicações. Hoje ela é mantida pela Associação Cultural Rádio Comunitária Sumaúma FM e tem a direção do jornalista Marcelo Rodrigues. O profissional é o único graduado em Jornalismo encontrado no cenário dos pequenos centros urbanos visitados na pesquisa de campo. A sede da emissora é uma casa de propriedade da Associação Comunitária, situada à Rua Sarapião Costa, nº 29, Centro.

A Sumaúma FM possui três programas informativos exibidos de segunda a sexta-feira: **a)** “Bom dia Sumaúma” (07h30 às 10h), **b)** “Jogo Aberto” (10h às 12h) e **c)** “Jornal Central” (12h às 12h30). O primeiro traz informações locais apresentadas por Marcelo Rodrigues. O segundo é um programa esportivo com locução de Edvan Araújo. E o terceiro é um radiojornal fornecido gratuitamente pela agência Central de Notícias de São Luís para as cidades

maranhenses. Aos finais de semana, especialmente aos domingos, a programação é dirigida pelas igrejas evangélicas da cidade.

Emancipado em 1994, **São Francisco do Brejão** conta com uma rádio comunitária da cidade (Brejão FM), um jornal impresso (*A Hora*), quatro *blogs* (CF Notícia, Direto da Aldeia, do Freitas e Marcos Santos) e um canal no YouTube (CF Notícia TV). A rádio Brejão FM (87,9 MHz) foi idealizada em 1999 pelo prefeito municipal da época, Francisco Santos Soares (conhecido como Franciscano). Ele deu início ao processo de regulamentação da emissora junto ao Ministério das Comunicações e recebeu em 2003 a outorga para a execução do serviço de radiodifusão comunitária pela Associação Comunitária Esportiva, Cultural e do Meio Ambiente dos Amigos de São Francisco do Brejão. Operando atualmente das 06h às 19h, a rádio fica localizada em uma casa cedida pelo ex-prefeito Franciscano, na rua Bahia, Centro. Sua programação mistura música e programas religiosos, com poucos espaços dedicados à informação. Na semana é exibido das 14h às 14h30 o radiojornal “Jornal Central” da Central de Notícias, e aos sábados, das 10h às 12h, vai ao ar o “Rádio Comunitário”, programa com notícias, entrevistas e serviços.

O jornal *A Hora* foi criado em 2005 pelo radialista e assessor de comunicação da prefeitura municipal, Carlos Ferreira, com o nome de *Brejão Impresso*. Inicialmente era um informativo feito em folha de papel sem pauta e reproduzido em xerox. Em 2009, passa a ser impresso em gráfica e muda o nome para *A Hora*. Nesse momento, o jornal também passa a ser distribuído nos municípios vizinhos (Cidelândia, Vila Nova dos Martírios, Açailândia e Imperatriz) e nos povoados distantes da sede municipal. O veículo circula mensalmente com oito páginas e uma tiragem de 500 exemplares. Possui formato germânico (42 cm x 30 cm) e a distribuição é gratuita.

Outro produto criado por Carlos Ferreira é o *blog* CF Notícia (<https://cfnoticia.com.br/>). Ele surgiu em São Francisco do Brejão em 14 de agosto de 2014 com o objetivo de oferecer informações relevantes, de interesse da sociedade, “sem lado, sem sensacionalismos”. Trata de assuntos relacionados à política, polícia, economia, saúde e esporte tanto do município quanto de outros lugares do Maranhão e do país. A frequência de postagens é diária e o conteúdo é de autoria própria do comunicador, reproduções de conteúdos de outros *sites*, *blogs* e *releases*. Faz parte do sistema informativo do *blog* o canal no YouTube chamado CF Notícia TV (<https://www.youtube.com/c/CFTVBREJA>), com coberturas de eventos, entrevistas e notícias, publicadas semanalmente.

O jornal e *blog* do Freitas (<https://aldiranfreitas.com.br/>) é mantido pelo assessor de comunicação da Câmara de Vereadores do Brejão, Aldiran Santos Freitas, e está ativo desde

2017 no município. Seu conteúdo é focado na política, sobretudo nas ações do poder público municipal, e na gestão de cidades vizinhas, como Cidelândia e Açailândia. O *blog* também abre espaço para informações de polícia, esporte, cultura, do Brasil e Maranhão, como pode ser visto nas seções da plataforma. As postagens são produzidas pelo próprio blogueiro ou reproduzidas de outros *blogs* e *sites*. A frequência de publicações não é regular. Além do *blog*, o comunicador produz um jornal em formato de vídeo que circula por WhatsApp sem regularidade definida.

O *blog* Marcos Santos (<https://blogdomarcossantos2020.blogspot.com/>) “A notícia no tempo certo” é uma iniciativa do proprietário de carro de som, Marcos Santos. O veículo foi fundado em 2019 e é voltado para cobertura política do município, principalmente as ações do poder executivo e legislativo. Mas há também informações de outros municípios da região, do estado e do país. As atualizações são irregulares e formadas por textos autorais (em menor quantidade), reproduções de *sites*, *blogs* e *releases*.

O *blog* Direto da Aldeia (<https://diretodaaldeia.com.br/>) é escrito pelo radialista imperatrizense Frederico Luiz e está sediado em São Francisco do Brejão desde 2019. Integra o Movimento de Blogueiros Progressistas (BlogProg<sup>49</sup>) e aborda assuntos internacionais, nacionais, estaduais, municipais e de Imperatriz, como foco na política e no esporte. Apresenta textos e vídeos autorais, de colaboradores, reproduções de materiais de outros *sites*, *blogs* e *releases* de assessorias. As postagens são publicadas diariamente.

Em **São João do Paraíso** existe somente a rádio comunitária Regional FM (106,3 MHz), fundada em 1998 e outorgada pelo Ministério das Comunicações em 2003. A emissora é mantida pela Associação Comunitária Cultural Paraisense e funciona em um prédio próprio na Avenida Maranhão, nº 110, bairro Alto Bonito. Na programação, a rádio exibe de segunda a sexta-feira apenas um programa com informação: “Revista Regional”, das 7h às 9h. Além dele, há boletins de hora em hora com notícias do Brasil e de outras cidades maranhenses.

Situado entre os estados do Maranhão e do Pará, **São Pedro da Água Branca** guarda em seu território uma web rádio (Positiva FM) e dois *blogs* (William Repórter em Ação e O Folheto). O veículo radiofônico começou a operar na internet em 2017 sob a direção do radialista e assessor de comunicação da prefeitura, Willian Costa. Está disponível no *website* <http://www.positivafmsaopedro.com/> e no aplicativo RadiosNet. A programação da web rádio é centrada em músicas, transmissões esportivas aos fins de semana, prestação de serviço e informação, sendo que estas últimas ficam concentradas em dois programas de segunda a sexta-

---

<sup>49</sup> BlogProg surgiu com a campanha presidencial de 2010 e é formado por jornalistas egressos de grandes organizações de mídia tradicional, jornalistas ligados a veículos de mídia alternativa e militantes políticos vinculados a partidos de esquerda (DARBILLY, 2014).

feira, “Gospel News” das 8h às 9h; e “Show da Positiva” das 9h às 11h. A rádio possui registro no Ministério das Comunicações, desde 2018, de demonstração de interesse para executar o serviço de radiodifusão comunitária pela Associação Rádio Comunitária Positiva FM São Pedro, mas assim como a de Campestre, ainda não foi atendido.

O *blog* William Repórter em Ação (<https://willianreporteracao.blogspot.com/>) também apareceu em São Pedro da Água Branca no ano de 2017, criado por William Costa. O conteúdo da página é focado em acontecimentos políticos e na cobertura esportiva local e da região. As postagens são em sua maioria de autoria do blogueiro, mas existem reproduções de *releases* de assessorias. Quanto à periodicidade das publicações, percebemos que elas não seguem uma regularidade, havendo textos divulgados em dias seguidos e outros com intervalo superior a uma semana.

O Folheto (<http://ofolheto10.blogspot.com/>) surgiu em 2016 e é escrito pelo atual secretário da saúde de São Pedro da Água Branca, Gilvan Alves Pereira. Seu conteúdo gira em torno das atividades políticas no município, principalmente da prefeitura. As matérias são escritas pelo próprio blogueiro a partir de informações das secretarias municipais. As postagens no *blog* acontecem de forma esporádica e em pouca quantidade, geralmente um único texto publicado por dia na plataforma.

Na sequência, encontramos na cidade de **Senador La Rocque** a rádio comunitária Cidade FM (90,1 MHz), instalada em maio de 2018 pelo locutor Antônio Messias, o “Tonhão”, com apoio da prefeitura. A estrutura física da rádio, inclusive, foi montada em uma casa cedida pela gestão atual do poder executivo da cidade. Operando das 5h à meia-noite, a programação da rádio é composta basicamente por música, anúncios publicitários e *flashes* de notícias. Fora isso, localizamos de segunda a sexta-feira dois programas com informações locais: “Cidade News”, das 10h às 12h, e o “Esporte Show”, das 13h30 às 15h.

Na cidade de **Sítio Novo do Maranhão**, distante 112 km de Imperatriz, achamos como único meio de comunicação local a rádio comunitária Comunidade FM (87,9 MHz). A emissora é dirigida pela Associação Jovens da Comunidade de Sítio Novo e opera legalmente desde 2004. É um dos poucos veículos radiofônicos visitados que possui um prédio próprio com estúdio climatizado e equipamentos novos. Fica localizado na Rua Antônio Bandeira, s/nº, Centro. Na programação identificamos dois programas com informação local: “Comando Geral”, veiculado de segunda a sexta-feira das 08h30 às 12h, e o “Jornal do Município”, informativo da prefeitura exibido aos sábados das 11h às 11h30.

Também em **Vila Nova dos Martírios**, última cidade visitada, encontramos no ar a rádio comunitária Cidade FM (105,9 MHz), que surgiu em 2018 com o intuito de informar a

comunidade e, ao mesmo tempo, ajudar os moradores mais necessitados por meio de campanhas assistenciais. Mantida pela Associação Comunitária José Alves de Araújo, a emissora funciona em um prédio alugado na rua São Raimundo, nº 644, Centro. A grade de programação é baseada em espaços musicais, sendo o “Jornal Central” o único programa jornalístico, transmitido de segunda a sexta-feira, das 12h às 12h40. Além desta emissora, a cidade pequena possui uma outorga mais antiga, de 2014, para execução de serviço de radiodifusão comunitária pela Associação Comunitária Educacional, Cultural, Assistencial dos Amigos de Vila Nova dos Martírios. Na época da pesquisa, a rádio estava desativada.

Diante estas informações, é perceptível a proeminência das rádios comunitárias no ecossistema midiático dos pequenos centros urbanos no interior do Maranhão. São na maioria emissoras com vínculos e apoios políticos e/ou religiosos. No próximo tópico exploramos características como: processo de instalação das emissoras, programação e produção local de conteúdo informativo.

#### 4.2.1 Rádios comunitárias

A radiodifusão comunitária, regulamentada há quase 25 anos no Brasil (Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998), é um dos principais serviços de mídia do Maranhão, presente em mais da metade dos municípios do estado, desde os de grande porte populacional, como São Luís, até os de pequeno porte, como por exemplo, Maranhãozinho no Norte maranhense.

Segundo dados do Ministério das Comunicações (MCTIC, 2018), existem cerca de 180 rádios comunitárias distribuídas em 150 municípios maranhenses. Além destes canais autorizados, há diversas emissoras que atuam sem a outorga do Ministério das Comunicações. Como ilustração podemos citar as 37 rádios não legalizadas (19 no Sul e 18 no Norte do Maranhão) identificadas pela pesquisadora Nayane Brito (2017; 2020) em pesquisas do seu mestrado e doutorado.

É neste contexto que se localizam as 17 rádios comunitárias encontradas nas pequenas cidades do entorno de Imperatriz, 12 legalizadas e cinco não legalizadas (Tabela 4). Elas são veículos preponderantes na região e, em algumas realidades, a única referência de mídia local para as comunidades ali existentes. É o caso de Davinópolis, Governador Edison Lobão, Ribamar Fiquene, Lajeado Novo, Estreito, Senador La Rocque, São João do Paraíso, Sítio Novo e Vila Nova dos Martírios, que possuem somente emissoras comunitárias em funcionamento.

Outra característica observada na tabela 4 é o período de existência das rádios comunitárias que compõem nosso estudo. Há emissoras antigas que começaram a operar ainda

sem outorga no final da década de 1990. São elas: Antena 10 (Amarante do Maranhão), Amarantina FM (Amarante do Maranhão), Diamantina FM (Governador Edison Lobão), Estreito FM (Estreito), Porto FM (Porto Franco), Brejão FM (São Francisco do Brejão) e a Regional FM (São João do Paraíso). Deste conjunto, percebemos que as emissoras de Governador Edison Lobão, São Francisco do Brejão e São João Paraíso acompanharam o surgimento dos próprios municípios, visto que estes são instalados em 1997 e as rádios entraram “no ar” logo na sequência, em 1998 e 1999.

Tabela 4 – Rádios comunitárias mapeadas nas pequenas cidades da região de Imperatriz

Cidade	Rádio Comunitária	Fundação	Situação
Amarante do Maranhão	Amarantina FM	1998	Não legalizada
Amarante do Maranhão	Antena 10 FM	1998	Legalizada
Buritirana	Rádio Esperança FM	2009	Não legalizada
Cidelândia	Rádio Babaçu FM	2013	Legalizada
Davinópolis	Você FM	2013	Legalizada
Estreito	Rádio Estreito FM	1998	Legalizada
Estreito	Rádio Liberdade FM	2015	Legalizada
Governador Edison Lobão	Rádio Diamantina FM	1999	Legalizada
Lajeado Novo	Rádio Cidade FM	2000	Não legalizada
Montes Altos	Rádio Montes Altos	2004	Legalizada
Porto Franco	Rádio Porto FM	1998	Legalizada
Ribamar Fiquene	Rádio Sumaúma FM	2005	Legalizada
São Francisco do Brejão	Rádio Brejão FM	1999	Legalizada
São João do Paraíso	Rádio Regional FM	1998	Legalizada
Senador La Rocque	Rádio Cidade FM	2018	Não legalizada
Sítio Novo	Rádio Comunidade FM	2004	Legalizada
Vila Nova dos Martírios	Rádio Cidade FM	2018	Não legalizada

Fonte: Elaborado pela autora a partir de pesquisa de campo, 2018 a 2020

Um segundo grupo de rádios comunitárias surgiu na região de Imperatriz no início dos anos 2000. Trata-se das emissoras: Montes Altos FM (Montes Altos), Sumaúma FM (Ribamar Fiquene), Comunidade FM (Sítio Novo), Esperança FM (Buritirana) e Cidade FM (Lajeado Novo). Em seguida, de 2013 para cá, apareceram os veículos: Babaçu FM (Cidelândia), Você FM (Davinópolis), Liberdade FM (Estreito), Cidade FM (Senador La Rocque) e Cidade FM (Vila Nova dos Martírios).

É importante registrar que nem todas essas rádios conseguem se manter “no ar” de forma ininterrupta. Algumas delas, sobretudo as não legalizadas, acabam abrindo e fechando diversas vezes devido a atuação dos órgãos fiscalizadores dos serviços de radiodifusão – Anatel e a Polícia Federal.

Chama atenção nas rádios comunitárias analisadas o papel das elites políticas locais no processo de instalação das emissoras. Identificamos três rádios criadas graças ao apoio de ex-prefeitos municipais: 1) Esperança FM de Buritirana, fundada por Vagtonio Brandão (PR), 2) Sumaúma FM de Ribamar Fiquene, iniciativa de Hilter Alves da Costa (DEM) e 3) Brejão FM de São Francisco do Brejão, estabelecida por Francisco Soares Santos (MDB), conhecido como Franciscano. Ainda hoje as emissoras de Buritirana e São Francisco do Brejão contam com o “apadrinhamento” dos políticos por meio das instalações cedidas para funcionamento e “reforço financeiro” quando necessário, como relata o entrevistado E16 (2019).

Quem deu o pontapé inicial para a fundação da rádio Brejão foi o empresário Franciscano, inclusive foi prefeito aqui por dois mandatos. Observando a escassez de comunicação da cidade, que na época não tinha internet e aparelho celular, ele teve a ideia de trazer um meio de comunicação para cá. Aí ele organizou a equipe, fundou a Associação e entrou com o pedido de outorga junto ao Ministério das Comunicações e foi concedido. Em todo esse tempo da rádio, ele sempre foi um incentivador. Às vezes nós não conseguimos fechar as despesas da emissora e ele tá sempre cobrindo. Há 20 anos ele cedeu o aluguel da casa para rádio poder ter onde funcionar. Então é uma pessoa que incentiva e dá um reforço financeiro para gente está no ar até hoje (Entrevistado 16, 2019).

Cabe destacar que a rádio Regional FM de São João do Paraíso também foi encabeçada pelo filho do prefeito da época e hoje atual presidente da Associação Comunitária, José de Arimatéia de Sousa Ribeiro. E a Cidade FM (de Senador La Rocque) foi instalada na cidade com o apoio da gestão municipal da época, do prefeito Daronildo Sampaio, o Dario Sampaio (DEM).

Ao lado destes casos, nos deparamos com duas rádios comunitárias dirigidas por profissionais com cargos públicos municipais. A Comunidade FM possui como locutor e diretor artístico o assessor de comunicação da prefeitura de Sítio Novo, e a Babaçu FM conta com direção e locução do chefe de comunicação da prefeitura municipal e ex-vereador de Cidelândia.

Tais situações evidenciam o chamado “coronelismo eletrônico de novo tipo”, vinculado ao contexto dos municípios e às permissões e autorizações dirigidas às comunidades locais. Nesta modalidade, as “rádios comunitárias, são controladas, direta ou indiretamente, por políticos locais – vereadores, prefeitos, candidatos derrotados a esses cargos e líderes

partidários – vindo num distante segundo lugar o vínculo religioso, predominantemente da Igreja Católica” (LIMA; AGUIAR, 2007, p.6-7).

Constatamos este vínculo religioso na rádio Porto FM (de Porto Franco), que foi fundada por um frei franciscano e até hoje funciona em um prédio cedido pela igreja católica. Em Buritirana, a Esperança FM é dirigida por um pastor da igreja Assembleia de Deus. Associado a estes aspectos, as emissoras comunitárias da região, de modo geral, evidenciam vinculações religiosas por meio dos programas católicos e evangélicos que compõem sua grade de programação, além da transmissão de missas e cultos aos finais de semana.

Falando ainda sobre a programação das rádios comunitárias, a Lei nº 9.612 (BRASIL, 1998) no art. 4º, inciso I, orienta que as emissoras devem priorizar a transmissão de conteúdos “com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício do desenvolvimento geral da comunidade”. No entanto, a realidade dos veículos maranhenses é bem diferente. A programação é basicamente musical, mantida em alguns locais apenas por músicas sem presença do locutor por várias horas seguidas durante o dia. O comentário abaixo ilustra essa situação.

Na maioria do tempo, em função da falta de locutor, a gente tem um vazio na nossa programação. Esse horário da tarde, por exemplo, de meio dia até cinco horas da tarde fica só com música, porque só entra um locutor às cinco horas da tarde. Antes a gente tinha mais assiduidade da população, porque era novidade e todo mundo queria ser locutor. Mas hoje tá difícil (Entrevistado 15, 2018).

Em contraponto ao uso exclusivo de músicas na programação, algumas rádios comunitárias compram programas de empresas especializadas na produção de conteúdo radiofônico e retransmitem em suas grades para preencher os espaços vazios que “em tese” deveriam ser ocupados com conteúdo de interesse social e vinculado à realidade local.

Na rádio temos uma programação gravada que compramos de algumas produtoras e exibimos na nossa grade para não ficar apenas música tocando, porque aí fica muito parecendo um *pen drive*. Então para descaracterizar o *pen drive*, a gente insere esses conteúdos das agências que produzem programas radiofônicos. Isso em alguns aspectos é até contra a lei da radiodifusão comunitária, pois deveria ter uma programação feita 100% (cem por cento) por pessoas da comunidade, mas acontece que aqui não há o interesse da comunidade de trabalhar na rádio comunitária (Entrevistado 10, 2019).

Seguindo a mesma lógica,

Durante a semana contamos somente com dois locutores, fora as equipes dos programas evangélicos. Então nós completamos a nossa programação com conteúdo que compramos da Pró arte, uma produtora do Mato Grosso que fornece programas e programetes para vários emissoras de rádio do Brasil (Entrevistado 18, 2019).

Temos alguns programas durante o dia que são gravados, por exemplo o Blitz e Violada Sertaneja, e a noite nossa programação é toda gravada. Compramos os

materiais da KF Mídia, que é uma agência com conteúdo para rádio. Nós pagamos uma taxa e daí vem todo tipo de programa para uma rádio, vem informação, curiosidades, dicas do dia, vem o ‘Sinal Verde’ que é só dica de trânsito, o ‘Papo Sérió’ que é um quadro de 2 minutos com informação de saúde, entre outros (Entrevistado 9, 2019).

Com relação à presença de notícia e informação nas programações, observamos que a maioria das emissoras pesquisadas não dispõe de um programa exclusivo para a transmissão desse tipo de conteúdo. As notícias ficam disseminadas nas grades na forma de boletins gravados ou em alguns programas “ao vivo”, que não são propriamente jornalísticos, mas apresentam informações retiradas de *sites*, agências de notícias (regionais e nacionais) e grupos de WhatsApp.

Não temos um programa só de notícias. Na realidade, veiculamos informações à nível regional, nacional e internacional buscadas nas agências criadas para essa finalidade, como a rádio Agência Brasil e a Central de Notícias aqui de São Luís. E quando tem alguma novidade local que chama muito atenção a gente faz o possível para também divulgar (Entrevistado 1, 2019).

Geralmente pegamos nossas informações de portais da internet. Vamos no G1 regional, Imirante, Folha do Bico do Tocantins fazemos um apanhado e colhemos o que interessa para nossa região. Por exemplo, você vai em um *site* desses aqui, o Imirante, que tem notícias do estado todo, você seleciona aquelas de Amarante, Buriticupu, Imperatriz, João Lisboa, Ribamar Fiquene, que são as cidades mais próximas (Entrevistado 7, 2020).

Meu programa tem músicas e nos intervalos eu dou a notícia, tanto local como regional. Tenho contato dos colegas das outras emissoras através de grupos do WhatsApp que mandam informações quando acontece alguma coisa a nível de região e eu já transformo em notícia e coloco na hora “no ar” (Entrevistado 18, 2019).

O processo de seleção das informações é norteado pelo princípio da proximidade e familiaridade que ocorrem por “relacionamentos (econômicos, políticos, vizinhança etc.) e laços de identidades os mais diversos, desde uma história em comum, até [...] condições de existência e conteúdos simbólicos” (PERUZZO, 2003a, p. 67). Desse modo, quando não há acontecimentos locais, os locutores priorizam na programação as notícias sobre as cidades vizinhas da região, entre elas Imperatriz.

Tentamos veicular informações o mais próximo possível do nosso povo, até porque entendemos que a rádio é para essa finalidade. [...] Imperatriz, por exemplo, interessa muito a comunidade daqui porque é nosso centro comercial. Então muitas das notícias que são veiculadas na rádio são da região de Imperatriz (Entrevistado 1, 2019).

Pegamos informação das cidades mais perto, porque se não for daqui tem gente que já reclama. Então vamos buscando no *site* do G1 Maranhão, no Imirante e mesmo na Central de Notícias as informações importantes para nossa região para transmitir de hora em hora na programação (Entrevistado 2, 2019).

Começamos nossa programação com o noticiário local. Por exemplo, hoje não teve pauta local, nada aconteceu na cidade, pelo menos que chegasse ao nosso conhecimento. Os dois acontecimentos que noticiamos até agora foram dois assassinatos que aconteceram ontem próximos daqui – um em Montes Altos, a 35 km,

e outro em Imperatriz. O mais próximo da nossa realidade foi isso. [...] Quando não acontece nada, vamos buscando o que está mais próximo da nossa realidade. E aí para completar vamos em busca de informações que repercutiram em nível estadual (Entrevistado 10, 2019).

Nesse quesito, a agência Central de Notícias, sediada em São Luís, aparece como uma das principais fontes de informação utilizadas pelas emissoras comunitárias. A empresa foi fundada em 2002 pelo jornalista Humberto Fernandes com o “objetivo de dar suporte jornalístico às emissoras de rádios no interior, [...] fornecendo diariamente matérias com as principais informações do dia” (CENTRAL DE NOTÍCIAS, 2021). Ela produz atualmente quatro produtos radiojornalísticos, disponíveis gratuitamente em seu *site*: “Jornal da Manhã”, “Jornal Central”, “Matérias em Áudio” e “Plantões de Notícias”. Destes, o “Jornal Central” é o principal programa veiculado no interior do estado, transmitido para mais de 180 emissoras parceiras, entre comunitárias e comerciais. Segundo Brito (2017),

[...] ele existe desde 2013, dividido em quatro blocos e intervalos. O programa leva aos ouvintes, durante 30 minutos, de segunda à sexta-feira, informações jornalísticas estaduais, nacionais e internacionais. Os blocos chegam no máximo a seis minutos e poucos segundos, um formato pensado para facilitar o download do material, eles são enviados por e-mail para todas as rádios parceiras e disponibilizados no *site* da agência Central de Notícias (BRITO, 2017, p.241-242).

O Jornal Central é mantido por meio de inserções publicitárias de 30 segundos em cada bloco, um total máximo de dois minutos. O valor cobrado para os anunciantes, de acordo com Brito (2017, p. 240) “é multiplicado pela quantidade de entradas nos blocos e também pelo número de cidades em que o jornal chega, a abrangência favorece a arrecadação, mas só é possível ter no máximo 3 anúncios por edição”. Um dos principais patrocinadores do programa é o Governo do Estado.

A prática de reprodução de notícias nas programações das rádios comunitárias é ocasionada pela falta de produção jornalística própria. As informações locais que costumam aparecer nos programas “ao vivo” são aquelas que chegam por WhatsApp, pois não há equipes para pensar e produzir pautas sobre as cidades. Devido a isso, as informações terminam restritas a 1) fatos inusitados e violentos (quando acontecem); 2) ações de órgãos públicos, sindicatos, associações e igrejas; 3) transmissões de sessões da Câmara Municipal; 4) denúncias e reivindicações da comunidade; e 5) prestação de serviço público. Para exemplificar:

A notícia local, como aqui é pequeno, é mais difícil. Costumamos noticiar fatos graves como acidente, prisão, algo urgente, porque como não temos uma equipe para sair à procura de informação é o que dá para fazer. Fora isso, o que tem de local na programação é o informativo da prefeitura divulgado aos sábados (Entrevistado 2, 2019).

Basicamente as notícias locais giram em torno mais de informações sociais, como por exemplo, os prazos para atendimento de famílias que estão inseridas em algum programa social, campanhas de vacinação. Os informes da prefeitura, da Câmara, dos sindicatos e das igrejas (Entrevistado 6, 2019).

A cidade de Ribamar Fiquene é muito pacata, muito pouca coisa acontece de novidade. Aqui, quando acontece um crime, um crime de assassinato é uma surpresa para todo mundo. A briga de vizinho, furto, assalto, essas coisas são muito difíceis acontecer. [...] Então, as notícias locais acabam indo mais para o lado da política – Fulano é candidato, Fulano quer ser candidato. Um vereador vem aqui dizer que fez um pedido para melhorar uma rua, melhorar um bairro, entre outros (Entrevistado 15, 2018).

Como a cidade é muito pequena, o tipo de notícia que recebemos com mais frequência por aqui são reclamações da administração pública – uma rua esburacada, esgoto a céu aberto, falta de merenda escolar, e por aí vai (Entrevistado 14, 2019).

Um dos fatores que contribui para a ausência de produção própria de notícias nas emissoras comunitárias é a carência de recursos financeiros. Como as rádios são proibidas de veicular qualquer tipo de publicidade pela legislação em vigor, elas não têm verbas suficientes para se manter no “ar” e investir na operacionalização de atividades jornalísticas. Convém comentar que a publicidade paga nas programações das rádios comunitárias é uma reivindicação antiga do setor e em 2019 tornou-se alvo do Projeto de Lei 666/2019, de autoria do senador Weverton Rocha (PDT-MA). A proposta altera a Lei de Radiodifusão Comunitária (nº 9.612/98), federal, para permitir a veiculação diária de 10% de publicidade institucional de cunho social, divulgação de projetos e atos da administração pública na programação das emissoras brasileiras.

Por fim, observamos que as rádios comunitárias funcionam como verdadeiros espaços de assistencialismo. Elas promovem campanhas beneficentes para os moradores que passam por alguma necessidade – falta de alimentos, roupas, calçados, remédios, etc.

Ao lado das rádios comunitárias, os sistemas de alto-falantes com fio (caixas de som) instalados em postes de energia elétrica, conhecidos como rádios cipós, estão entre os mais tradicionais e difundidos nas cidades pequenas do Maranhão. Comentamos esse sistema a seguir, a partir dos casos encontrados em João Lisboa, Buritirana e Amarante, já tratados em outra oportunidade por Moreira e Reis (2020).

#### 4.2.2 Rádios cipós

Em funcionamento desde os anos 1950 no Brasil e há mais de 30 anos no estado do Maranhão, as rádios cipós (ou rádios postes) maranhenses apresentam uma situação peculiar, singular no país – uma legislação própria para funcionamento (MARANHÃO, 2018;

PERUZZO, 2010). A Lei nº 10872, que regulamenta o serviço dos sistemas de alto-falantes, foi sancionada em 19 de junho de 2018 pelo governador Flávio Dino (PCdoB) como parte de uma política de radiodifusão estadual.

A lei sancionada, apesar de enfatizar o aspecto comercial no seu título (Serviço de Publicidade Alternativa de Linha Modulada), ordena e estimula a prestação de serviço de utilidade pública nos artigos iniciais:

Art. 1º A regulamentação do Serviço de Publicidade Alternativa de Linha Modulada, transmitida via equipamentos sonoros, no âmbito do território do Estado do Maranhão, passa a ser disciplinado pela presente Lei.

Art. 2º Para os fins desta Lei, denomina-se Serviço de Publicidade Alternativa de Linha Modulada, SPALM, aquela cuja gestão é exercida por uma empresa individual ou grupo societário, sendo esta a proprietária do veículo e com compromissos comunitários e funciona através de Linha Modulada (LM), antigo serviço de alto falante.

Art. 3º O Serviço de Publicidade Alternativa de Linha Modulada tem por objeto a difusão sonora, com fins culturais, educacionais, de desenvolvimento do cooperativismo, do desenvolvimento local, regional e agrário, integrado e sustentável, do respeito ao meio-ambiente, de fins filantrópicos, assistenciais e de prestação de serviço de utilidade pública, com vistas a: a) Divulgar notícias e ideias, promover o debate de opiniões, ampliar informações culturais, de modo a manter a população bem informada; b) Integrar a comunidade por meio do desenvolvimento do espírito de solidariedade e responsabilidade comunitária, do incentivo à participação em ações de utilidade pública e de assistência social; c) Contribuir para o aperfeiçoamento profissional dos jornalistas e radialistas e com o surgimento de novos valores nestes campos profissionais (LEI nº 10872, 2018).

Essa lei beneficia mais de 100 rádios cipós em todo Maranhão, entre as quais estão as três rádios identificadas na nossa pesquisa de campo e que trataremos agora (MARANHÃO, 2018). A primeira delas e mais antiga é a rádio cipó de João Lisboa – criada em março de 1987 pela Associação de Moradores da Cidade Nova. No início, o sistema possuía “apenas duas ‘bocas de voz’ (aparelhos em forma de cone com grande potencial de amplificação do som projetado) e um equipamento de transmissão que havia sido doado à rádio” (SOUSA & COSTA, 2018, p. 25). Hoje o sistema de alto-falantes é formado por 33 caixas de som espalhadas na área urbana do município usando 13.900 metros de fios.

As caixas ficam localizadas em pontos com grande movimento de pessoas, como na rua onde está o mercado, a prefeitura e a lotérica. Nesses locais estão em operação até cinco caixas que atendem o público que circula diariamente por ali. Segundo o presidente da Associação de Moradores da Cidade Nova, E11 (2019), a intenção da entidade é ampliar o sistema de alto-falantes para atender a população dos povoados localizados em zonas rurais do município.

Os moradores do interior sempre pedem para colocarmos caixas de som nos povoados. Então, como projeto para esse ano, pretendo instalar pelo menos cinco caixas em Capemba D'Água e Muçambé. Daqui para lá são 51 km e pega em torno de 50 mil

metros de fio. Eu já arrumei uma pessoa para comprar um terreno meu e vou vender para comprar tudo de fio para colocar nesses lugares (Entrevistado 11, 2019).

A rádio cipó de João Lisboa funciona todos os dias das 6h às 18h30. Transmite anúncios comerciais, músicas, avisos de utilidade pública (documentos perdidos, campanhas de vacinação, matrícula nas escolas etc.) e pedidos ou reclamações da população. A programação é inteiramente gravada e montada pelo presidente da Associação de Moradores no *software* gratuito ZaraRadio. “Não temos condições de pagar um locutor na semana. Então, quando é necessário eu mesmo gravo alguma coisa que acontece na cidade, como foi por exemplo um assalto à Caixa Econômica” (E11, 2019). O estúdio da rádio cipó funciona dentro da casa do entrevistado 11 e é composto por um transmissor, uma mesa de som, dois *notebooks*, um microfone, uma impressora e ar condicionado para manter a temperatura dos equipamentos estável (SOUSA & COSTA, 2018). A estrutura é mantida com verba obtida por doações e publicidade.

Em Buritirana, cidade vizinha de João Lisboa, a rádio cipó existe há cerca de 10 anos e funciona conectada à Rádio Esperança FM (102,1), emissora comunitária administrada pelo entrevistado 4, que também é o proprietário do sistema de alto-falantes.

Antes a Rádio Esperança tinha uma administração e a rádio cipó tinha outra. Quando eu comprei a rádio cipó, a administração passou a ser uma só. Foi então que resolvemos interligar o serviço para encurtar despesas. Colocamos um rádio dentro do transmissor, e ele passou a transmitir para as caixas de som da rádio cipó (Entrevistado 4, 2019).

A rádio cipó de Buritirana funciona todos os dias da semana, das 8h às 17h. O sistema de distribuição é formado por cerca de 40 caixas de som espalhadas pelas principais ruas do centro, basicamente nas avenidas de comércio. Hoje a programação se limita a reproduzir a da Rádio Esperança FM.

O sistema de alto-falantes da rádio cipó e a Rádio Esperança FM oferecem à população urbana de Buritirana a divulgação gratuita de avisos – como documentos perdidos, notas de falecimento, eventos, dentre outros. De acordo com o Entrevistado 4 (2019), esse tipo de informação é o que garante a audiência da rádio. “Geralmente as pessoas ouvem a rádio esperando notícias sobre parentes, doentes, convites para alguém da fazenda vir à cidade acertar determinado negócio e por aí vai”.

Diferente da rádio cipó de João Lisboa, a de Buritirana não tem anúncios comerciais. A manutenção do sistema é feita por meio de colaborações da própria comunidade, financeiramente ou com o auxílio na instalação e conserto dos aparelhos de som. O entrevistado 4 (2019) explica que

como Buritirana é uma cidadezinha pequena, ela não oferece uma estrutura comercial capaz de manter a rádio. Então, o que fazemos aqui é mais pela vontade da comunidade e o amor que tenho por esse serviço, pois há muitos anos eu mexo com rádio, desde quando morava em Goiás (Entrevistado 4, 2019).

A terceira rádio cipó localizada na nossa pesquisa é da cidade de Amarante, distante 44 km de Buritirana. O sistema de alto-falantes da rádio cipó foi fundado em 2010 e hoje mantém 40 caixas de som instaladas nas ruas centrais do setor comercial, assim distribuídas: Av. Deputado La Roque (15 caixinhas); Rua Humberto de Campos (dez caixinhas); Rua José de Ribamar (seis caixinhas) e Rua Nicolau Dino (nove caixinhas). O proprietário e idealizador do sistema da rádio cipó, Entrevistado 3 (2019), comenta que as caixas de som não são colocadas em bairros por se tratarem de um serviço voltado para o comércio local.

A rádio cipó é feita no setor do comércio, onde a população passa a pé. As pessoas estão andando nas lojas e ouvindo a divulgação de produtos. A gente recebe muito pedido para colocar as caixas de som nos bairros e vilas, mas não temos como atender. É muito caro para colocar os aparelhos, exige compra de muitos fios, pois são lugares distantes. Além do mais, não compensa financeiramente porque não existe comércio (Entrevistado 3, 2019).

Com o slogan “Uma lapada de sucesso”, a rádio cipó de Amarante funciona de segunda a sexta-feira das 6h às 18h e aos sábados das 6h ao meio-dia, seguindo de perto o horário do comércio. O sistema possui apenas um programa ao vivo, apresentado pelo proprietário da rádio, que vai ao ar de segunda a sexta-feira (das 8h às 10h) e está voltado para divulgação dos produtos de lojas de Amarante. Nas sextas-feiras, o programa muda de horário (começa às 9h e vai até as 10h30) em função da programação transmitida pela Igreja Universal do Reino de Deus. Os outros horários da rádio cipó são preenchidos com comerciais gravados e, esporadicamente, com entrevistas com políticos locais e da região. A ‘emissora’ faz de modo gratuito a prestação de serviços de utilidade pública, como divulgação de notas de falecimento, documentos achados e perdidos.

Além dos programas e da publicidade transmitidos pelas caixas de som, a rádio cipó de Amarante desenvolve serviços de gravação de música em *pen drive* ou cartão de memória, montagem de fotos, gravação de CD em áudio e vídeo e produção de comerciais em voz masculina e feminina. Assim como em Buritirana, a rádio cipó de Amarante também funciona ligada a uma rádio comunitária da cidade, ainda que apenas aos sábados, das 10h às 12h, quando o proprietário do sistema de alto-falantes apresenta o programa “Hora do amado” na Rádio Amarantina FM (91,5).

Partindo dessas informações, observamos que as rádios cipós são experiências analógicas que conseguem se manter “no ar” por longo período. Esse é o caso da rádio de João

Lisboa, em operação desde os anos 1980 com a mesma programação de informações, serviços de utilidade pública e entretenimento para a população. As caixinhas de som criam espaços de valor tanto para a publicidade como para a prestação de serviço local, já que nas cidades pequenas são poucos os meios de comunicação convencionais e poucas as possibilidades de divulgação.

As rádios cipós constituem um serviço reconhecido e utilizado pelos moradores das localidades onde estão instaladas. As pessoas recorrem aos sistemas de alto-falantes tanto para saber dos acontecimentos locais como para divulgar informes que consideram importantes para a comunidade, para alguém ou um grupo em particular, apresentados na forma de mensagens lidas ao microfone pelo locutor/apresentador. Isso sintetiza a força comunicacional dos sistemas de alto-falantes.

Levando em conta tais características, é possível dizer que as rádios cipós fazem comunicação hiperlocal, atendendo a reduzida escala de cobertura e variedade de conteúdo, bem de acordo com o que Aguiar (2016) relaciona entre as propriedades do hiperlocalismo em mídias tradicionais.

A cobertura hiperlocal geralmente pauta-se pelas mais banais informações da vida cotidiana: eventos comunitários (incluindo escolas e universidades), feiras dos bairros, programação de igrejas e centros culturais, novidades de restaurante, ocorrências no trânsito e nas estradas locais, movimentação da polícia e dos bombeiros (“rádio-escuta”), inspeções da vigilância sanitária, promoções e liquidações, obituários, coisas assim (AGUIAR, 2016, p. 73).

Também é possível avaliar que as rádios cipós, em municípios do Maranhão e de outros estados, fazem uma leitura particular do que entendemos como emissoras comunitárias. Embora sejam dirigidas por proprietários que também são programadores e apresentadores e muitas vezes misturem especificidades comerciais (publicidade do comércio local), políticas (servem como “palanques de fio”) e religiosas (interferência na programação via retransmissões de cultos ou orações), as rádios cipós estabelecem fortes vínculos com a população das cidades pequenas. Chamam a atenção para as múltiplas margens que Peruzzo (2009) aborda ao tratar da comunicação comunitária vinculada aos conceitos de comunidade, “que são complexos e estão em transformação”,

[...] em meio a críticas no que se refere ao caráter utópico de comunidade tal como concebida pelos clássicos, desde as últimas décadas do século XX, quando lhe foi atribuído um sentido extemporâneo e se decretou sua possível morte enquanto fenômeno social. Porém, ao que tudo indica, comunidade nunca deixou de existir, apesar das alterações em suas configurações e dos (des)entendimentos teóricos, e continua fazendo parte do debate na atualidade. Há mudanças substanciais nas concepções de comunidade, ao mesmo tempo em que alguns de seus princípios ainda se verificam. O sentimento de pertença, a participação, a conjunção de interesses e a interação, por exemplo, são características que persistem ao longo da história,

enquanto a noção de lócus territorial específico como elemento estruturante de comunidade está superada pelas alterações provocadas pela incorporação de novas tecnologias da informação e comunicação. Sem menosprezar que a questão do espaço geográfico continua sendo um importante fator de agregação social em determinados contextos e circunstâncias (PERUZZO, 2009, p. 57).

Finalmente, percebemos nas rádios cipós alguns elementos interessantes de destacar. Em primeiro lugar, apesar de terem as caixas de som fixadas em postes, o que supostamente contraria a intensidade e a extensão dos fluxos de informação ou de serviço, dão forma a outro tipo de mobilidade ao permitir que notícias e informes transitem além do limite físico dos fios amplificadas pela tradição oral (o ‘contar histórias’) que é bastante comum em cidades com baixa densidade demográfica, onde quase todos se conhecem. Em segundo lugar, as rádios cipós reconfiguram a propriedade no negócio da radiodifusão ao reunirem proprietário e operador em uma única instância (aquele que manda e aquele que faz). Em terceiro lugar, têm a qualidade intrínseca de trazer para o ambiente da academia outras formas de observar a transição entre o analógico e o digital: em um mundo que acreditamos estar totalmente conectado pela web, surgem essas ‘fissuras’ como resultado de contingências geográficas que se manifestam em diferentes escalas. E escalas, aponta Herod (2011, p. 59), começam no corpo – “frequentemente considerado na literatura das ciências humanas e sociais como a escala que, de muitas maneiras, está na base acima da qual todas as outras escalas são construídas”. No caso das rádios cipós do Maranhão, os moradores das três cidades pequenas aqui consideradas estão no núcleo estruturante de sistemas de comunicação baseados na transmissão via linha modulada.

Isto posto, finalizamos esta parte dedicada às questões de localização, infraestrutura das mídias e produção local de informação nas pequenas cidades da região de Imperatriz e avançamos agora para outra dimensão investigada nesta tese: o consumo de notícias pelos moradores desses locais.

#### 4.3 Consumo de notícias

Este tópico apresenta os resultados do *survey* com os moradores das pequenas cidades de Lajeado Novo e Ribamar Fiquene. Os dados foram coletados por meio de questionário, aplicado presencialmente em dezembro de 2018 (Ribamar Fiquene) e janeiro de 2019 (Lajeado Novo). Ao todo, reunimos 200 respostas, 100 em cada cidade visitada durante a pesquisa de campo.

A primeira camada de informações apresentada na Tabela 5 é o perfil sociodemográfico dos entrevistados. A participação dos habitantes do sexo feminino é superior ao masculino em

ambos os municípios e também na sua somatória, composta por 111 (55,5%) mulheres e 89 (44,5%) homens. Em relação à idade, a faixa predominante é a de 35 a 44 anos, com 50 (25%) respostas no total, seguida pela de 16 a 24 anos, com 46 (23%) ocorrências.

Tabela 5 – Dados sociodemográficos dos entrevistados por cidade

Dados sociodemográficos		Cidade				Total	
		Lajeado Novo		Ribamar Fiqueme			
Sexo	Masculino	47	47,0%	42	42,0%	89	44,5%
	Feminino	53	53,0%	58	58,0%	111	55,5%
Idade	16 a 24 anos	23	23,0%	23	23,0%	46	23,0%
	25 a 34 anos	23	23,0%	18	18,0%	41	20,5%
	35 a 44 anos	24	24,0%	26	26,0%	50	25,0%
	45 a 54 anos	12	12,0%	15	15,0%	27	13,5%
	Mais de 55 anos	18	18,0%	18	18,0%	36	18,0%
Escolaridade	Ensino Fundamental	39	39,0%	44	44,0%	83	41,5%
	Ensino Médio	41	41,0%	40	40,0%	81	40,5%
	Ensino Superior	15	15,0%	7	7,0%	22	11,0%
	Não frequentou escola	5	5,0%	9	9,0%	14	7,0%

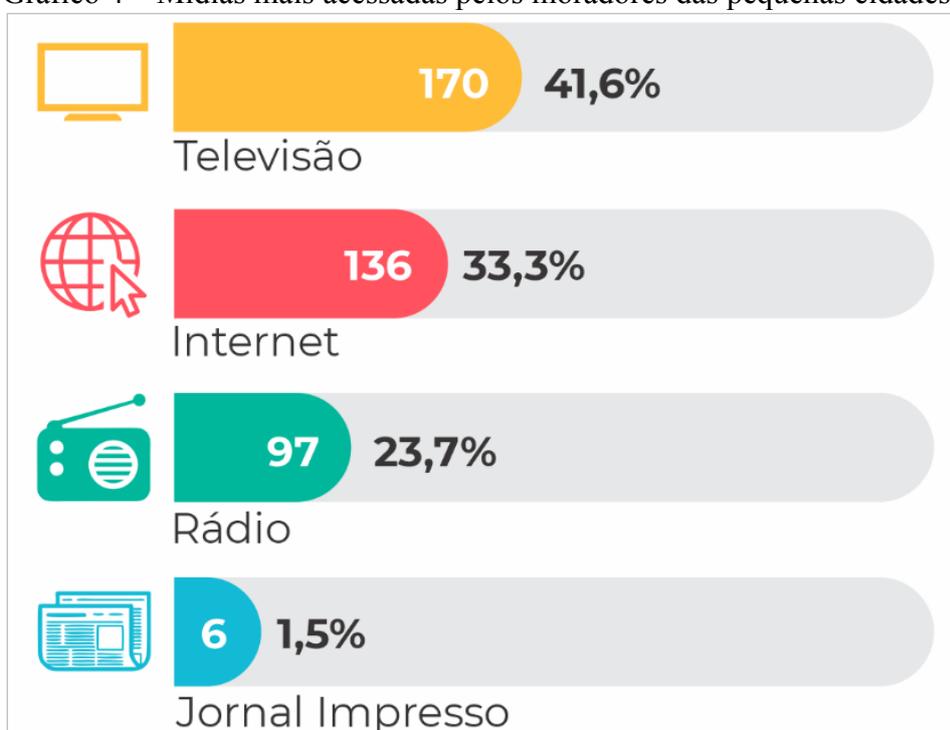
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

Quanto ao nível de escolaridade, ele é baixo. A maioria dos participantes concluiu, ou ainda está cursando, a educação básica – 83 (41,5%) no ensino fundamental e 81 (40,5%) no ensino médio. E há ainda aqueles, 14 (7%), que nem chegaram a frequentar a escola. Essa realidade coincide com o contexto educacional do Maranhão, onde o percentual de pessoas com 25 anos ou mais que terminaram a educação básica obrigatória em 2019 é reduzido (36,8%) e o índice de analfabetismo é alto (15,6%), segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNAD 2019 (IBGE, 2020).

Em decorrência dessa situação, a maioria das profissões declarada pelos moradores evidencia pouco ou nenhum nível de instrução, tendo destaque aquelas ligadas ao meio rural, como a de lavrador ou agricultor. Ao lado destas, encontramos as ocupações de: dona de casa, auxiliar administrativo, cabeleireira, comerciante, mototáxi, manicure, costureira, pedreiro, vendedor, mecânico, vigilante, operador de caixa, carpinteiro, balconista, pescador, taxista, confeitoiro, etc.

No que concerne ao consumo de notícias, as afirmativas sobre o acesso a cada mídia reunidas mostram que a televisão (41,6%) é mais acessada pelos moradores das duas pequenas cidades para obterem informações. Na sequência, temos a internet (33,3%), o rádio (23,7%) e, em último lugar, o jornal impresso (1,5%) (Gráfico 4). A partir desses dados, fica evidente a força e soberania do sistema analógico no interior do Maranhão. Os meios de comunicação tradicionais nesses locais, diferente do que mostram alguns estudos apocalípticos, estão longe de serem suplantados pelos digitais.

Gráfico 4 – Mídias mais acessadas pelos moradores das pequenas cidades



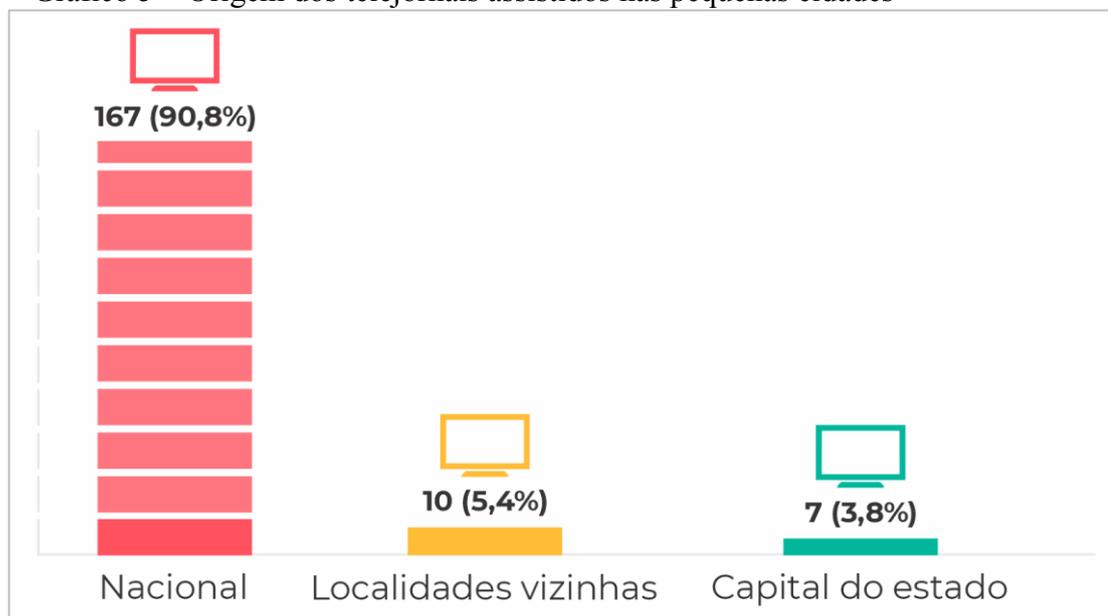
**Fonte:** Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa *survey*

Os dados de acesso à televisão e internet da PNAD Contínua de 2019 (IBGE, 2021) reforçam a influência da TV no Maranhão. Segundo a pesquisa brasileira, 92,9% dos domicílios maranhenses possuem televisão, sendo que, deste total, 84,2% já recebem o sinal digital de televisão aberta. Ainda assim, há casos no estado de recepção de sinal por antena parabólica (46,1%) acompanhado da ausência de TV por assinatura (80,6%) na maior parte das residências (IBGE, 2021).

Com relação à frequência do consumo de notícias na televisão em Lajeado Novo e Ribamar Fiquene, ela é irregular – 86 (43%) moradores disseram que assistem telejornais somente “alguns dias da semana”. Em seguida, 73 (36,5%) afirmaram que assistem telejornais “todos os dias”, oito (4%) assistem “raramente” e três (1,5%) aos “finais de semana”.

Os telejornais assistidos pelos entrevistados são oriundos majoritariamente (90,8%) das metrópoles nacionais de São Paulo e Rio de Janeiro. Alguns deles são: “Jornal Nacional”, “Jornal Hoje”, “Bom dia Brasil”, “Jornal da Globo”, “Jornal da Record”, “Jornal da Band”, “Globo News”, “Cidade Alerta”, “Hora Um” e “Brasil Urgente”. Os programas jornalísticos das localidades vizinhas (de Imperatriz) e da capital estadual (São Luís) quase não são acompanhados pelos moradores das pequenas cidades, registrando respectivamente 5,4% e 3,8% das respostas (Gráfico 5). Os principais telejornais regionais assistidos são os da TV Mirante (afiliada da Rede Globo) – “Bom dia Mirante” e “Jornal da Mirante” (JMTV 1º e 2º edição).

Gráfico 5 – Origem dos telejornais assistidos nas pequenas cidades



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

Percebemos então que a televisão falha enquanto veículo de informação de proximidade. Os sinais das retransmissoras de Imperatriz, que são as mais próximas dos centros locais estudados, não chegam a todas residências, ficando restrito àquelas que dispõem de aparelhos receptores. Essa situação favorece, de um lado, a desigualdade no acesso às notícias regionais e, de outro, o predomínio dos conteúdos nacionais nas cidades pequenas.

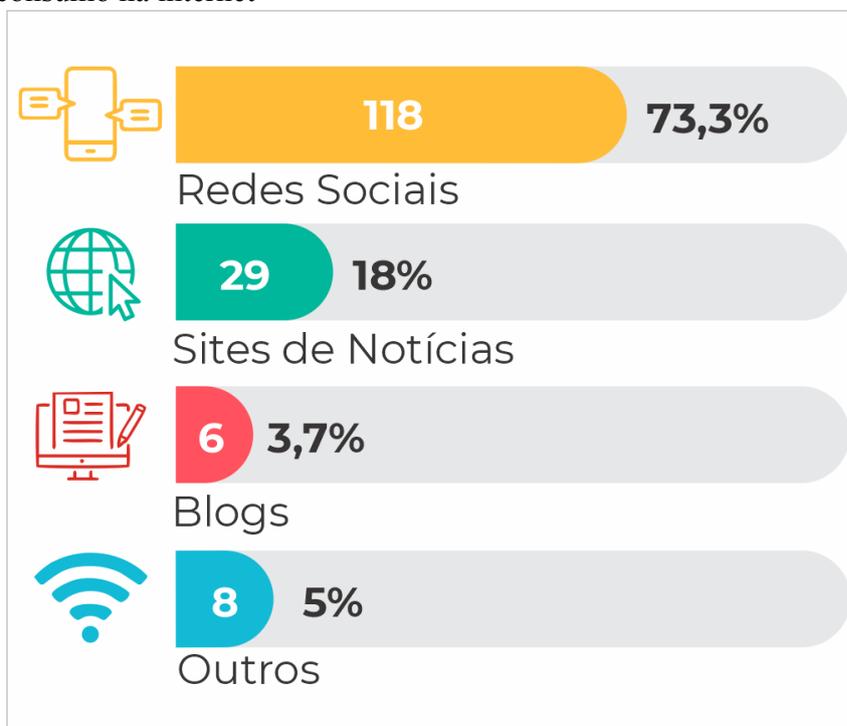
Depois da televisão, a internet é o meio preferido para o consumo de notícias nas pequenas cidades (68%), além de ser o que apresenta maior regularidade no uso: 83 (41,5%) entrevistados afirmaram que leem notícias online diariamente e 48 (24%) disseram que leem em “alguns dias da semana”. Apenas uma pequena parcela de moradores disse que consome notícias na internet “raramente” (quatro moradores, 2%) e aos “finais de semana” (um morador,

0,5%). Estes dados comprovam o que já havia sido sinalizado por Schwingel (2008) – a internet deixou de ser vista por seus usuários somente como uma fonte para consultas e pesquisas, e passou a ser considerada um novo meio de comunicação e informação.

Os principais dispositivos adotados pelos entrevistados para consumirem notícias na internet são: celular (84,4%), *notebook* (8,1%) e computador de mesa (7,5%). Esse dado coincide com o registrado na PNAD Contínua de 2019 que apontou o celular (99,8%) como o equipamento mais utilizado pelos maranhenses para acessar à rede, seguido pelos computadores e *tablets* com 23,5% (IBGE, 2021).

Posteriormente, as redes sociais (Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, etc.) apareceram como as plataformas digitais mais acessadas para o consumo de notícias. Elas tiveram 118 (73,3%) respostas e superaram espaços jornalísticos formalizados, como os *sites* de notícias, que reuniram somente 29 (18%) ocorrências (Gráfico 6). Isto ocorre em virtude da alta utilização da internet por banda larga móvel (3G ou 4G) nos domicílios maranhenses (76,8%) (PNAD, 2019). Trata-se de pacotes com acesso à banda larga (inclui o uso ilimitado de redes sociais) e telefonia móvel adquiridos via operadoras de celular.

Gráfico 6 – Plataformas usadas pelos moradores das cidades para o consumo na internet



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

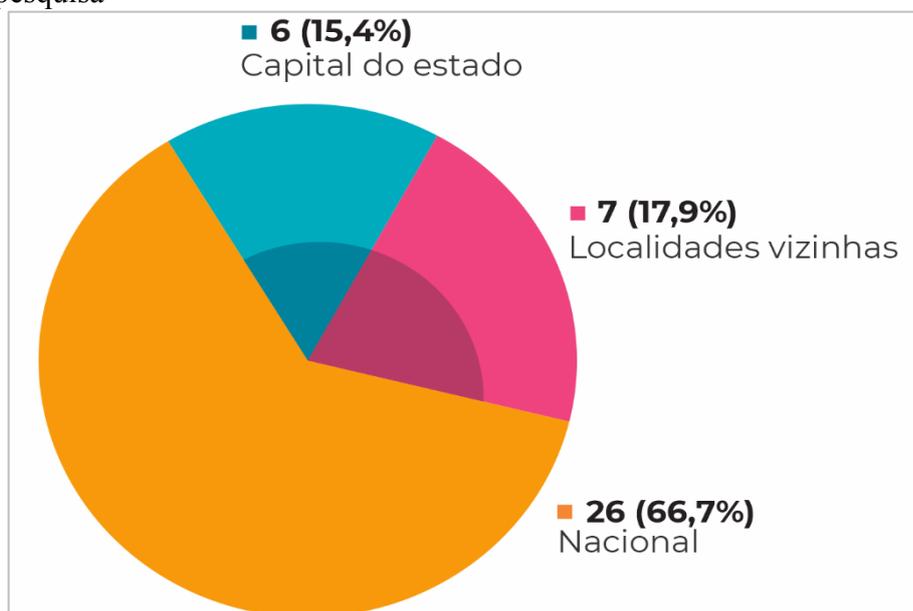
Chama ainda atenção as oito (5%) respostas indicando o Google como uma plataforma usada para consumo de conteúdo informativo. Na verdade, os moradores estavam se referindo

ao “*Google News*” – ferramenta do Google que seleciona e apresenta em sua página notícias de diversos veículos jornalísticos. Tendo em vista este aspecto, podemos afirmar que as plataformas digitais, como o Google e o Facebook, assumiram hoje “o papel de editores, ou publishers, distribuindo e controlando a visibilidade dos conteúdos jornalísticos pelo público” (BELLE; OWEN, 2017).

O aparecimento dos *blogs* como uma das plataformas digitais de consumo de notícias, mesmo em pouca quantidade (3,7%), revela uma especificidade do contexto midiático no Maranhão – a produção blogueira. Os *blogs*, segundo Barros (2020), são um elo importante do ecossistema midiático do Maranhão, atuando em conjunto com os outros veículos tanto como um produtor paralelo de conteúdo, como fonte de informativa e ainda como espaço de divulgação de material jornalístico produzido pelas assessorias.

Dos *sites* de notícias e *blogs* acessados pelos entrevistados, os veículos nacionais (do eixo Rio-São Paulo), mantidos por grupos de mídia ou independentes, foram os que tiveram o maior percentual de respostas – 66,7%. Alguns nomes citados foram: “G1” (Globo), “Globo.com” (Globo), “UOL” (Folha), “R7” (Record), “Terra” (Telefônica Brasil S.A) e “O Antagonista” (independente). Os *sites* e *blogs* das localidades vizinhas e da capital do estado reuniram, respectivamente, 17,9% e 15,4% das respostas (Gráfico 7). Trata-se de iniciativas produzidas por blogueiros, como o “Asmoimp” (*blog* de Imperatriz), “Só Falo a Verdade” (*blog* de Imperatriz) e “Blog da Kelly” (de Imperatriz), ou ligadas à grupos regionais – é o caso do “portal Imirante”, pertencente ao grupo Mirante.

Gráfico 7 – Origem dos sites e blogs acessados nas pequenas cidades da pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

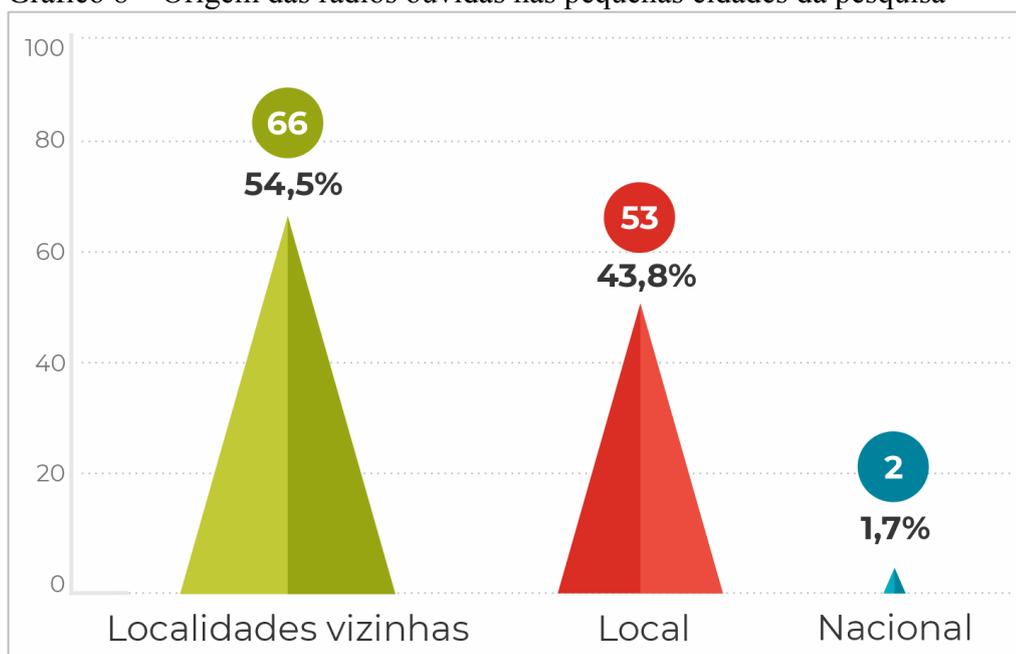
A leitura dos dados do gráfico acima indica um ambiente digital formado por poucos *sites* de notícias consolidados e de referência estadual e vários *blogs*, que surgem como alternativas informacionais em escalas menores e mais próximas das populações que vivem longe dos grandes centros urbanos.

No que diz respeito ao rádio, ele é o terceiro meio mais utilizado para obtenção de notícias (23,7%) e o que se sobressai, dentre todos os outros, no oferecimento de informação local e regional para as comunidades do interior. Comprovamos isso quando os entrevistados afirmaram que as rádios ouvidas são provenientes de localidades vizinhas (54,5%) e do próprio município (43,8%) (Gráfico 8).

As emissoras das cidades vizinhas são de Imperatriz (“Nativa”, “Mirante” e “Terra FM”), de Porto Franco (“São Francisco FM”) e de Tocantinópolis, no Tocantins (“Rádio Sucesso FM”). As rádios locais são a “Sumaúma FM” (de Ribamar Fiquene) e “Cidade FM” (de Lajeado Novo). Junto destas, registramos a presença de duas emissoras nacionais (“Jovem Pan” e “Rádio Globo”) entre as respostas dos moradores.

Diante desse resultado, é possível afirmar que o rádio assume o papel de “mídia de proximidade” no cenário das pequenas cidades maranhenses. Ele cobre assuntos que dizem respeito diretamente à vida e ao cotidiano dos habitantes desses locais e “[...] que, em geral, não têm espaço na grande mídia, exceto quando envolvem uma excepcionalidade” (PERUZZO, 2003, p. 71)

Gráfico 8 – Origem das rádios ouvidas nas pequenas cidades da pesquisa

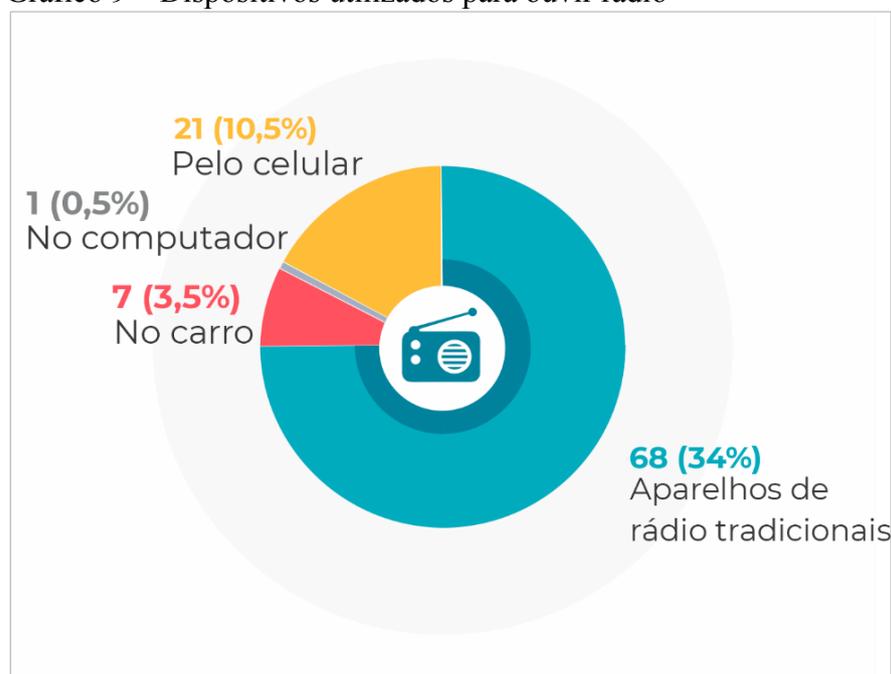


Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

Sobre o tipo de dispositivo usado para ouvir rádio, 68 (34%) entrevistados declararam utilizar aparelhos tradicionais, 21 (10,5%) usam o celular, sete (3,5%) ouvem no carro e um (0,5%) usa o computador (Gráfico 9). Notamos que, mesmo em um cenário de portabilidade e novos hábitos de audição, a audiência analógica prevalece nas cidades pequenas do interior, utilizando-a de forma exclusiva para sintonizar as emissoras.

A frequência do consumo de notícias pelo rádio, assim como pela televisão, se mostra irregular. A maioria dos entrevistados (46 ou 23%) disse que ouve rádio “alguns dias da semana”, 18 (9%) responderam “raramente” e quatro (2%) comentaram que ouvem apenas aos “fins de semana”. Em menor quantidade, houve 29 (14,5%) respostas indicando ouvir rádio “todos os dias”.

Gráfico 9 – Dispositivos utilizados para ouvir rádio



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

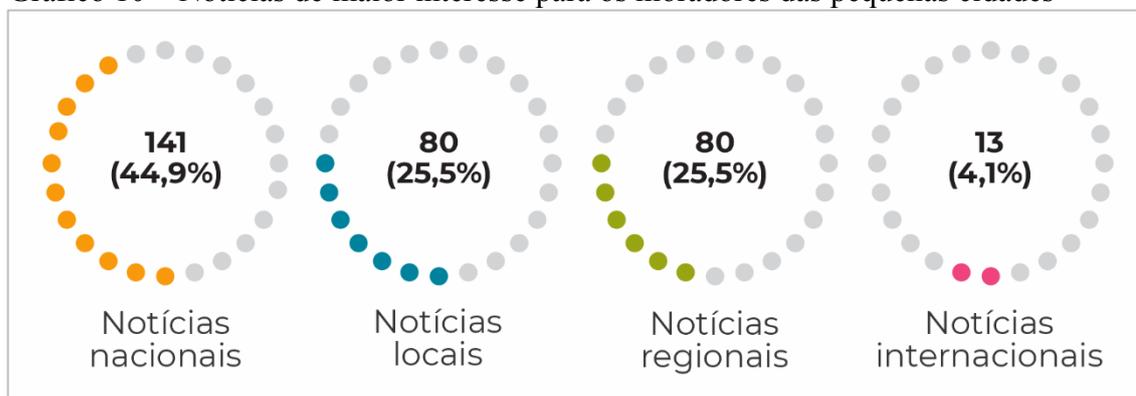
Em último lugar das mídias acessadas para consumo de notícias, aparece o jornal impresso, com 3% de respostas positivas e 97% de negativas. As respostas afirmativas foram todas registradas em Ribamar Fiquene, enquanto que as negativas estão concentradas em Lajeado Novo. Esse resultado dialoga com o do Regic 2018, que indica a redução do consumo de jornais impressos no país.

A frequência na leitura de jornais é inconstante, ocasionada provavelmente, dentre outros motivos, pela ausência de bancas de jornal nas pequenas cidades. Dos moradores que leem jornal impresso, 1,5% disse que lê “alguns dias da semana”, 1% afirmou que lê aos “finais de semana” e 0,5% respondeu “raramente”.

Os jornais lidos pelos moradores de Ribamar Fiquene são “O Progresso” – diário de Imperatriz, e “O Estado do Maranhão” – periódico de São Luís. Eles são consultados principalmente na versão impressa, adquiridos em bancas de Imperatriz. Houve apenas um morador que afirmou utilizar a versão digital de “O Progresso”, disponível gratuitamente no *site* do veículo na época da pesquisa.

Referente ao tipo de notícia que mais interessa aos moradores das cidades pequenas, as nacionais, com 141 (44,9%) respostas, superaram as locais e regionais, que contabilizaram 80 (25,5%) ocorrências cada uma. Já as notícias internacionais demonstraram não atrair tanto a atenção dos entrevistados, somando ao todo 13 (4,1%) respostas (Gráfico 10).

Gráfico 10 – Notícias de maior interesse para os moradores das pequenas cidades



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

Atribuímos a preferência pelo noticiário nacional ao invés do regional e local a dois fatores relacionados: a) os altos índices de informação do eixo Rio-São Paulo que chegam às residências, sobretudo pela televisão, e fazem com que os moradores das pequenas cidades acabem se interessando pelo conteúdo que veem com mais frequência, e b) a ausência ou escassa produção jornalística nos centros locais.

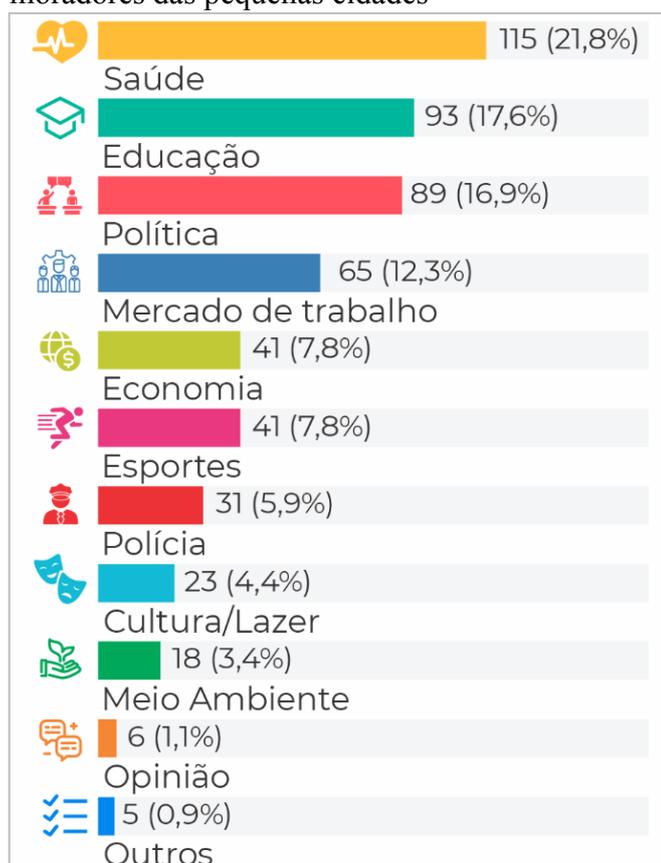
Fora estes aspectos, uma possível explicação para este resultado é a “vontade de consumir notícias *despertada em nós pela curiosidade* [...] sobre o distante e sobre o próximo, ou mais precisamente, a vontade de apreender a experiência do outro e pelo outro” (SILVA; SOARES, 2011, p. 192). É o chamado instinto de percepção, comentado pelos jornalistas norte-americanos Kovach e Rosenstiel (2003), que contribui para que habitantes de pequenas cidades se interessem por acontecimentos distantes.

As pessoas precisam de informação por causa de um instinto básico do ser humano, que chamamos de Instinto de Percepção. Elas precisam saber o que acontece do outro lado do país e do mundo, precisam estar a par de fatos que vão além da própria experiência. O conhecimento do desconhecido lhes dá segurança, permite-lhes planejar e administrar suas próprias vidas (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 192).

Na questão acerca dos temas das notícias mais interessantes para os entrevistados, os assuntos de “Saúde” (21,8%), “Educação” (17,6%) e “Política” (16,9%) foram os que obtiveram maior número de respostas. Em seguida vieram “Mercado de trabalho” (12,3%), “Economia” (7,8%), “Esportes” (7,8%), “Polícia” (5,9%), “Cultura/Lazer” (4,4%), “Meio Ambiente” (3,4%) “Opinião” (1,1%) e “Outros” (0,9%) (Gráfico 11).

Verifica-se aqui a preferência do público das pequenas cidades por notícias duras (*hard news*), que tratam de temas importantes, de interesse público (política, saúde, educação, economia, etc.), em detrimento das brandas ou leves (*soft news*), que abordam assuntos socialmente menos relevantes (cultura, esporte e entretenimento) (TCHUMAN, 1983). Desse modo, a ação de consumo dos moradores entrevistados se dá mais pela necessidade de consumir notícias importantes do que pela vontade de consumir notícias interessantes, despertada por mera curiosidade (SILVA; SOARES, 2011).

Gráfico 11 – Temas mais interessantes para os moradores das pequenas cidades



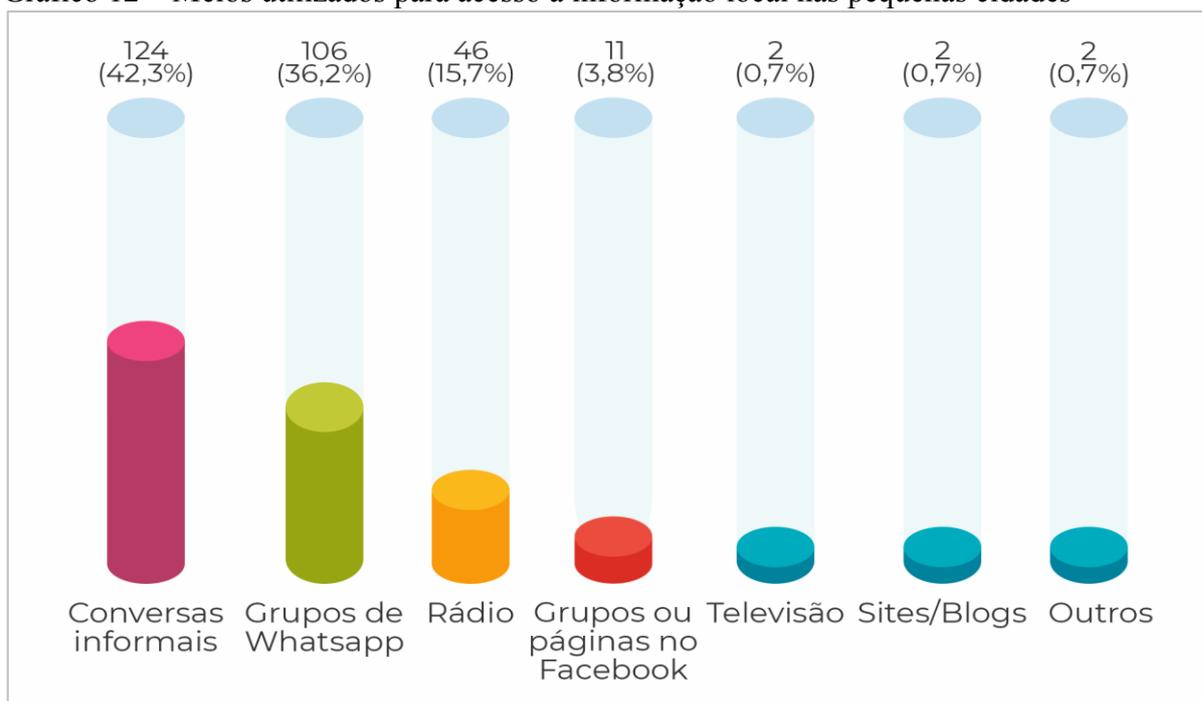
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

Do ponto de vista da informação local, os moradores de Lajeado Novo e Ribamar Fiquene apontaram as “Conversas informais” (42,3%) como o principal meio utilizado para

saber dos acontecimentos que ocorrem nas suas cidades. Trata-se de uma comunicação mais elementar, realizada de pessoa para pessoa por via oral (o popular “boca a boca”) e facilitada pelos vínculos afetivos e de proximidade entre os moradores. Costumam acontecer nas portas das casas em fins de tarde, nas praças públicas, nos pequenos comércios, escolas, igrejas e outros espaços de socialização e de fluxo de pessoas.

As outras alternativas mais indicadas de acesso à informação local foram: “Grupos de WhatsApp” (36,2%), “Rádio” (15,7%) e “Grupos ou páginas no Facebook” (3,8%). É interessante notar neste ponto que a transmissão oral de informação, antes a única opção encontrada nas pequenas cidades, passa agora a ser intermediada por plataformas digitais que conferem instantaneidade aos diálogos dos moradores. Em último lugar ficaram as respostas referentes a “Televisão” (0,7%), “Sites/Blogs” (0,7%) e a categoria “Outros” (0,7%), que corresponde aos carros de som e ao testemunho ocular dos fatos (Gráfico 12).

Gráfico 12 – Meios utilizados para acesso à informação local nas pequenas cidades



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

Por fim, quando questionados sobre a configuração de Imperatriz como um polo regional de notícias, 93,5% dos entrevistados reconheceu a influência do jornalismo imperatrizense na região, 5,5% não reconheceu e 1,0% não soube responder. As justificativas apresentadas pelos moradores que consideraram Imperatriz como um polo noticioso estão associadas, basicamente, a:

a) *tamanho demográfico* – “Imperatriz é a maior cidade da região”, “É a maior cidade que temos aqui por perto”; “Imperatriz é a cidade com mais pessoas”, “É como se fosse uma capital. Uma cidade muito grande”;

b) *funções urbanas (oferecimento de bens e serviços)* – “É uma cidade muito grande com muitos produtos e serviços”, “É nosso polo em termos de saúde e compras”, “Tudo que a gente resolve é em Imperatriz – saúde, comércio, educação”;

c) *quantidade e diversidade de meios de comunicação* – “Imperatriz é a cidade com mais meios de comunicação”, “Imperatriz tem vários *blogs*, jornais e emissoras de televisão”, “Aqui não tem os meios de comunicação que Imperatriz tem! E isso faz com que a comunicação de lá seja a melhor”;

d) *recebimento e distribuição de fluxos de informação* – “Imperatriz é a regional daqui! Quase todas as informações passam por lá para serem distribuídas”, “Vem muita notícia de Imperatriz, principalmente pelo WhatsApp”, “Imperatriz transmite muitas notícias para gente. Vejo muita coisa no Facebook pelo Imperatriz Online”, “A rádio que a gente se informa é de Imperatriz”, “Aqui na Sumaúma, apesar de ter uma rádio, você se informa mais pelos meios de comunicação de Imperatriz”.

Para encerrar este capítulo apresentamos alguns apontamentos sobre as descobertas nas cidades pequenas maranhenses.

#### 4.4 Anotações

Tomados em conjunto, os resultados da pesquisa revelam um ecossistema midiático particular nas pequenas cidades, onde coexistem produções analógicas e digitais. É como se nesses locais, tradicionalmente vistos como espaços lentos e opacos devido às baixas densidades técnicas e informacionais, se processassem “lampejos” de rapidez e luminosidade (SANTOS; SILVEIRA, 2006) conferindo fluidez e dinamismo aos territórios.

Neste cenário, as plataformas digitais figuram como coadjuvantes quando o assunto é informação de proximidade. As conversas informais e as mídias radiofônicas, mesmo que de forma limitada, são as que assumem o protagonismo na intermediação dos acontecimentos e assuntos de interesse das comunidades interioranas.

Com relação à produção de informação local, verificamos que ela é precária e, na maior parte do tempo, inexistente. As rádios comunitárias, apesar de possuírem espaço para exibição de noticiário local, concentram-se na reprodução de conteúdo informativo coletado em agências de notícias, *sites*, *blogs* e WhatsApp. Os *blogs* e portais de notícias, por sua vez, funcionam como verdadeiros “repositórios” de materiais de assessorias de comunicação e de notícias de *sites* regionais e nacionais.

De outro lado, observa-se o uso político das mídias no interior maranhense. As emissoras comunitárias, por exemplo, são alvo do “coronelismo eletrônico de novo tipo” e os *blogs* são usados como “palanques digitais” para projeção pessoal e obtenção de cargos públicos. Prova disso é que quase todos os blogueiros das pequenas cidades exercem a função

de assessor da prefeitura ou da Câmara Municipal, e os que não ocupam nenhum posto, curiosamente, não demoram a aparecer no cenário político. É o caso do blogueiro de uma das cidades pequenas estudadas que foi eleito vereador na eleição municipal de 2020.

Perante essa realidade, é possível afirmar que as pequenas cidades estudadas são “desertos de notícias”, pois não possuem veículos jornalísticos “que ofereçam notícias e informações confiáveis, precisas e abrangentes capazes de alimentar sua base democrática” (ABERNATHY, 2016). São locais que possuem infraestrutura de mídia, mas não dispõem de jornalismo.

Consequentemente, essas cidades acabam se tornando verdadeiras “colônias informativas” (AGUIAR, 2010), apenas recebendo fluxos noticiosos produzidos em outros locais do estado, do país e do mundo que chegam até seus territórios por diferentes mídias, em especial rádio, televisão e internet. Esse fenômeno, na concepção de Milton Santos (2011), é fruto da distribuição desigual de informação no Brasil. De acordo com o autor,

[...] a informação fabricada é econômica e geograficamente concentrada. Dispondo da exclusividade dos canais de difusão, os responsáveis pela informação descem até aos indivíduos, ao passo que estes não podem fazer subir suas aspirações até eles. Essa desigualdade é tanto econômica e social quanto geográfica. Quanto mais longe dos centros do poder, mais difícil é fazer ouvir a própria voz (SANTOS, 2011, p.174).

Ao lado desses aspectos, há ainda o desconhecimento das populações do interior sobre o papel do jornalismo e a importância das notícias locais para o exercício pleno da cidadania. Então, considera-se necessário o desenvolvimento de cursos de alfabetização midiática nesses lugares como uma forma de fomentar a produção local de conteúdo informativo e assim combater a escassez de notícias.

Por fim, consideramos o mapa das mídias das cidades pequenas como “movente”, ou seja, em constante alteração devido ao fechamento e aparecimento de produções em um curto espaço de tempo. Das mídias mapeadas na nossa pesquisa de campo, por exemplo, o jornal impresso (de São Francisco do Brejão) e a rádio Carajás FM (de João Lisboa) deixaram de funcionar em 2020, e a emissora Você FM (de Davinópolis) saiu do ar em 2021. Por outro lado, a rádio comunitária de Vila Nova dos Martírios, que estava desativada, voltou para o “ar” em 2021.

Neste cenário em transformação, não podemos esquecer das iniciativas “hiperlocais ascendentes” (MEULENAERE et al, 2020) que florescem com frequência nos pequenos centros. São perfis, grupos ou páginas no Facebook e Instagram com informações sobre o cotidiano das comunidades.

## 5 DA MÍDIA AO JORNALISMO DE INFLUÊNCIA REGIONAL EM IMPERATRIZ

Neste último capítulo apresentamos os resultados da pesquisa de campo realizada na cidade média de Imperatriz, que funciona como centro da região de influência tratada anteriormente. A cidade é a segunda mais importante do Maranhão, com intensa influência regional, tanto no próprio estado quanto nos vizinhos Tocantins e Pará. Essa influência está bastante ligada ao setor terciário (serviços), já estudada pelos geógrafos sob as perspectivas da saúde e da educação. Nesta tese, o foco está nos serviços de mídia e no jornalismo para pensar a centralidade e a influência regional de Imperatriz.

A investigação contemplou cinco dimensões do fenômeno investigado, distribuídas e organizadas da seguinte forma neste capítulo: formação histórica da mídia imperatrizense; configuração atual dos meios de comunicação e distribuição dos fluxos informativos; as percepções dos jornalistas de Imperatriz sobre notícias e a cobertura regional; as características do conteúdo do jornal impresso e dos telejornais locais; os hábitos de consumo de notícias e informação dos moradores da cidade. Por último, encaminhamo-nos para a análise dos dados de Imperatriz combinada com o das pequenas cidades do entorno e com o conceito de jornalismo de influência regional.

### 5.1 Emergência e evolução dos serviços de mídia

A cidade de Imperatriz começou a desenvolver seus primeiros serviços midiáticos ainda na década de 1930. O primeiro jornal produzido na cidade foi *O Alicate*, publicado de forma manuscrita em 1932. Em 1936, surge o impresso *A Luz* – veículo semanal produzido por políticos e comerciantes locais. Depois surgiram os jornais *O Astro* (1949) e o *Correio do Tocantins* (1964). Trata-se da primeira fase da história da imprensa imperatrizense, caracterizada por uma produção irregular e artesanal (REIS, 2018).

Após esse período, Imperatriz vivencia anos de marasmo sem nenhum novo produto de mídia. Apenas na década de 1970 a situação muda com o surgimento das primeiras emissoras de rádio e televisão. Em dezembro de 1975 é inaugurada a TV Imperatriz – retransmissora que exibia de forma simultânea os sinais da TV Tupi e TV Globo no canal 4, que “funcionou durante quatro anos sob o controle da Prefeitura Municipal, com a ajuda do empresariado local e assistência técnica de Francisco Ramos” (BARROS, 2002, p.1986). Em 1991, a TV foi adquirida pelo grupo Mirante de Comunicação, da família Sarney.

Em 1978 é instalada a segunda retransmissora de Imperatriz: a TV Tropical, afiliada à Rede Bandeirantes. Seus proprietários iniciais foram Raimundo Cabeludo, Francisco Ramos e Bayma Júnior. Hoje pertence à empresa Chico do Rádio Comunicações (CRC) (BARROS, 2002). Naquele mesmo ano, surge na cidade o primeiro veículo radiofônico legalizado, a Rádio Imperatriz Sociedade Limitada, fundada pelo empresário e radialista Moacyr Spósito Ribeiro com incentivo político do então ministro de Minas e Energia, Edison Lobão (Movimento Democrático Brasileiro – MDB) e do senador Henrique de La Rocque (Partido Democrático Social – PDS). A emissora ficou no ar 27 anos e destacou-se no contexto local e regional pela qualidade e pioneirismo da produção jornalística (BRITO; MACIEL, 2012).

Na década de 1970 também aparecem as primeiras revistas locais: *Momento* (1977), *Motivação* (1978) e *Juçara Clube* (1979). A primeira era uma publicação de 22 páginas que abordava assuntos de política, cultura e esporte. O segundo título pertencia à Associação Comercial e Industrial de Imperatriz (ACII) e abordava principalmente assuntos econômicos e de cunho empresarial. A *Juçara Clube* era produzida pela Sociedade Imperatriz de Desportos e direcionado para sócios do clube (SILVA et al., 2017).

Os jornais impressos apresentam importante crescimento entre as décadas de 1970 e 1980. Em 1970 é registrado o aparecimento de seis títulos, sendo um deles o jornal *O Progresso* – impresso mais antigo de Imperatriz em circulação. Nos anos 1980 chega a circular na cidade 49 títulos de diferentes segmentos: culturais, religiosos, estudantis, sindicais, etc. (REIS, 2018). Esse período caracteriza-se ainda pela instalação de outras emissoras de rádio e televisão. É o caso da TV Karajás, instalada em 1981 na cidade. A empresa é ligada ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), que teve como primeiros proprietários: Francisco Ramos, Raimundo Cabeludo, J. Moreira e Osvaldo Nascimento. Atualmente, é a TV Difusora Sul (canal 7), de propriedade da família do ex-ministro de Minas e Energia, Edison Lobão.

Em 1983 é criada a TV Curimã (hoje Sistema Nativa de Comunicação), retransmissora da Rede Manchete de Televisão, de propriedade de Raimundo Nonato Cabeludo Vieira. No ano seguinte, em 1984, surge a TV Educativa, criada pelo prefeito de Imperatriz, José Ribamar Fiquene, em parceria com o jornalista Marcelo Rodrigues. Ela permaneceu no ar durante cinco anos com programas voltados para a educação e o jornalismo (MACEDO, 2011). Mais tarde, em 1986, é instalada a primeira rádio em frequência modulada FM da cidade: a rádio Mirante FM, pertencente ao grupo Mirante de Comunicação, da família Sarney.

Em 1988, aparecem a Rádio Cultura FM e a Rádio Terra FM. A Rádio Cultura FM foi idealizada pelo jornalista Marcelo Rodrigues e “sua programação era marcada pela função pedagógica-educacional instalada no prédio do atual Colégio Militar Tiradentes (CMT)”

(SOUSA et al., 2014, p.6). Ela mudou de nome em 1994 quando foi adquirida pelo então governador do Maranhão, Edison Lobão, passando a se chamar Difusora FM. A Rádio FM Terra foi fundada por Onofre Corrêa, na época Deputado Federal da Constituinte, e conta até o momento com uma programação majoritariamente musical (SILVA et al., 2014).

Em 1989, Raimundo Cabeludo, proprietário do Sistema Nativa de Comunicação, lança a Rádio Nativa FM. A emissora foi a primeira de Imperatriz a transmitir um programa jornalístico em frequência modulada. Era “um jornal que passava das 06 às 07h da manhã e tinha locutores variados” (FERNANDES et al., 2014, p. 8). No decorrer dos anos, a rádio sempre teve programas de informação conhecidos pelo nome de seus locutores: Programa do Conor Farias, Amaral Reis e Renilson Sousa (FERNANDES et al., 2014). Em 2021, a realidade não era diferente. O programa do Arimatéia Júnior é o modo como os ouvintes se referem ao “Rádio Alternativo”.

O início da década de 1990 traz novas experiências midiáticas para Imperatriz, sobretudo na internet. Bueno e Batalha (2015) comentam que nessa fase instala-se o primeiro webjornal da cidade – o *site* do jornal impresso *O Progresso* ([www.oprogresso.com](http://www.oprogresso.com)). O veículo foi hospedado pela empresa Júpiter Informática<sup>50</sup> entre 1998 e 2000. As autoras também consideram como investidas de produção de conteúdo na rede: um *site* mantido pela própria Júpiter Informática com o objetivo de divulgar a cidade, o *site* colaborativo “Por.com”, e o *site* criado pela Rádio Terra FM ([www.fmterra.com.br](http://www.fmterra.com.br)) (BUENO; BATALHA, 2015). De outro lado, o jornalismo impresso continuava a prosperar na cidade. Há registros de 67 títulos publicados na década de 1990 em Imperatriz, com destaque para o jornal *Capital*, fundado em 1994 por Conor Pires Farias, que integrava o Sistema Tucanu’s de Comunicação. Foi a segunda publicação com maior longevidade no cenário local, encerrando suas atividades no final de 2010 (REIS, 2018).

Em 1995, o sistema Tucanu’s inaugura um novo produto de comunicação: a TV Capital (canal 5). A emissora era inicialmente afiliada à Rede Record, passando a operar com a Rede TV! a partir de 2000. “Ela tinha como principal atrativo a programação jornalística local baseada em entrevistas políticas e repercussão de fatos regionais” (BARROS, 2002, p.188). Outro canal de TV surge em Imperatriz nos anos 1990, é a TV Tocantins (canal 21), criada pelo médico Antônio Leite e retransmissora do sinal da Central Nacional de Televisão (CNT).

Data de 1998 a primeira rádio comunitária de Imperatriz, Rádio Missão FM, fundada pela Associação Comunitária Cultural, Terapêutica e Ambiental de Imperatriz. O canal

---

<sup>50</sup> Provedor de internet fundado em Imperatriz em 1997. Atua nos estados do Maranhão, Pará e Tocantins.

funcionou de forma ilegal até 2003, quando conseguiu a outorga do Ministério das Comunicações para funcionamento na “frequência de 106,3 MHz, mas devido a interferências de sinal recebeu uma nova frequência, 87,9 MHz, a mesma da Rádio Comunitária Maranhão do Sul FM” (BEZERRA et al., 2014, p.7).

Com a chegada dos anos 2000 multiplicam-se os serviços de mídia via web. Bueno e Batalha (2015) mapearam 23 *sites* locais de diversos segmentos: especializados, institucionais com produção de notícias, jornalísticos que migraram para a internet e os de eventos. Entre eles estão as três principais referências no ciberjornalismo de Imperatriz: o *site Imperatriz Notícias*, com produção exclusiva assinada por acadêmicos do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA); o *site Do Minuto*, o primeiro de cunho comercial exclusivo para web com produção diária; e o *Imirante Imperatriz*, veículo com produção noticiosa, vinculado ao grupo Mirante (BUENO; BATALHA, 2015). No panorama dos meios de comunicação digitais vale considerar a presença dos *blogs* locais. Segundo Bueno e Fonseca (2013) e Barros (2020), Imperatriz conta com 64 *blogs* ativos, destes, 26 são jornalísticos.

Na primeira década de 2000, os jornais impressos mantêm seu ritmo de crescimento. Foram localizados 89 impressos que circularam em Imperatriz até 2010 (REIS, 2018). No mesmo período surgem dois canais de TVs na cidade: Anajás (canal 16) e Cidade Esperança (canal 14). A TV Anajás é a emissora católica de Imperatriz, afiliada à Rede Vida de Televisão. Ela foi instalada em 2001 na cidade graças ao “esforço do bispo da época, Dom Affonso Felipe Gregory, com ajuda de agentes da Pastoral da Comunicação” (AGUIAR, 2012, p. 23). Já a TV Cidade Esperança é evangélica, afiliada à Rede Boas Novas (RBN). Funciona desde 2004 sob administração da igreja Assembleia de Deus, que também controla a Rádio Cidade Esperança (antiga Rádio Imperatriz AM). A instituição religiosa adquiriu a concessão da emissora de rádio em 2005, após a morte de seu proprietário (BRITO; MACIEL, 2012).

Em 2007 começou a operar a rádio comunitária Maranhão do Sul FM (87,9MHz). O veículo foi criado pela Associação Asa Norte Bom Sucesso e funciona legalmente. Em seguida, surgem na cidade a rádio poste Caema e a rádio 102 FM. Segundo Mesquita (2017), a rádio poste do bairro da Caema surgiu em 2012 por meio de uma parceria da Organização Não Governamental Instituto de Projetos Educativos e Sociais (PES), a comunidade da Caema e a Universidade Federal do Maranhão (UFMA). O estúdio da emissora foi montado em uma sala atrás da igreja São Sebastião e dez alto-falantes foram “presos a postes de iluminação pública espalhados num perímetro que abrange áreas como escolas e ruas principais do bairro” (MESQUISTA, 2017, p.17). Posteriormente, o número de alto-falantes duplicou, passando para 20. A estrutura física da rádio ainda existe no bairro, mas a programação está desativada.

Também em 2012 surgiu a rádio 102 FM, atual Líder FM, fundada pelo pastor Adivando Júnior para pregar o evangelho para os moradores locais.

Com base nas informações apresentadas e sintetizadas na tabela abaixo (Tabela 6), é perceptível o crescimento e sofisticação dos serviços de mídia em Imperatriz, particularmente a partir da década de 1970, quando o processo de urbanização é desencadeado na Amazônia. As atividades de mídia acompanharam o desenvolvimento de Imperatriz buscando atender à necessidade social por notícia e informação.

Tabela 6 – Evolução dos serviços de mídia em Imperatriz (1930-2000)

Serviços de mídia	1930-1960	1970-1980	1990-2000
Jornais impressos	4	55	156
Revistas	-	3	-
Emissoras de rádio	-	5	4
Emissoras de televisão	-	5	4
Sites/portais	-	0	27
Blogs	-	0	64

Fonte: Organizado pela autora a partir de pesquisa bibliográfica

O dinamismo midiático observado no território imperatrizense não ocorreu por acaso. Foi resultado da ação de elites locais, principalmente empresários e políticos, que conseguiram favorecer a instalação de empresas especializadas na produção de mídia. Como consequência, a concessão de outorgas comerciais de radiodifusão e a propriedade dos veículos de comunicação ficaram concentradas nas mãos de grupos políticos e econômicos e, mais recentemente, de grupos religiosos.

Continuando as reflexões sobre o ecossistema midiático de Imperatriz, no próximo tópico abordamos as mídias que estavam em funcionamento na cidade no período da pesquisa (2018-2020).

## 5.2 A mídia de Imperatriz: paisagem contemporânea

O mapeamento desenvolvido neste estudo mostra que, em 2020, Imperatriz possuía 18 meios de comunicação: oito estações de rádio, seis emissoras de televisão, três *sites* de notícias e um jornal impresso. Esse conjunto é formado por veículos comerciais vinculados a

conglomerados de mídia regionais, pertencentes a igrejas, comunitários, de propriedade familiar e agências de publicidade.

A seguir traçamos um perfil completo dessas mídias, com informações relacionadas à localização das empresas, produção noticiosa, estrutura das redações jornalísticas e os fluxos informacionais estabelecidos no território.

### 5.2.1 Jornal impresso

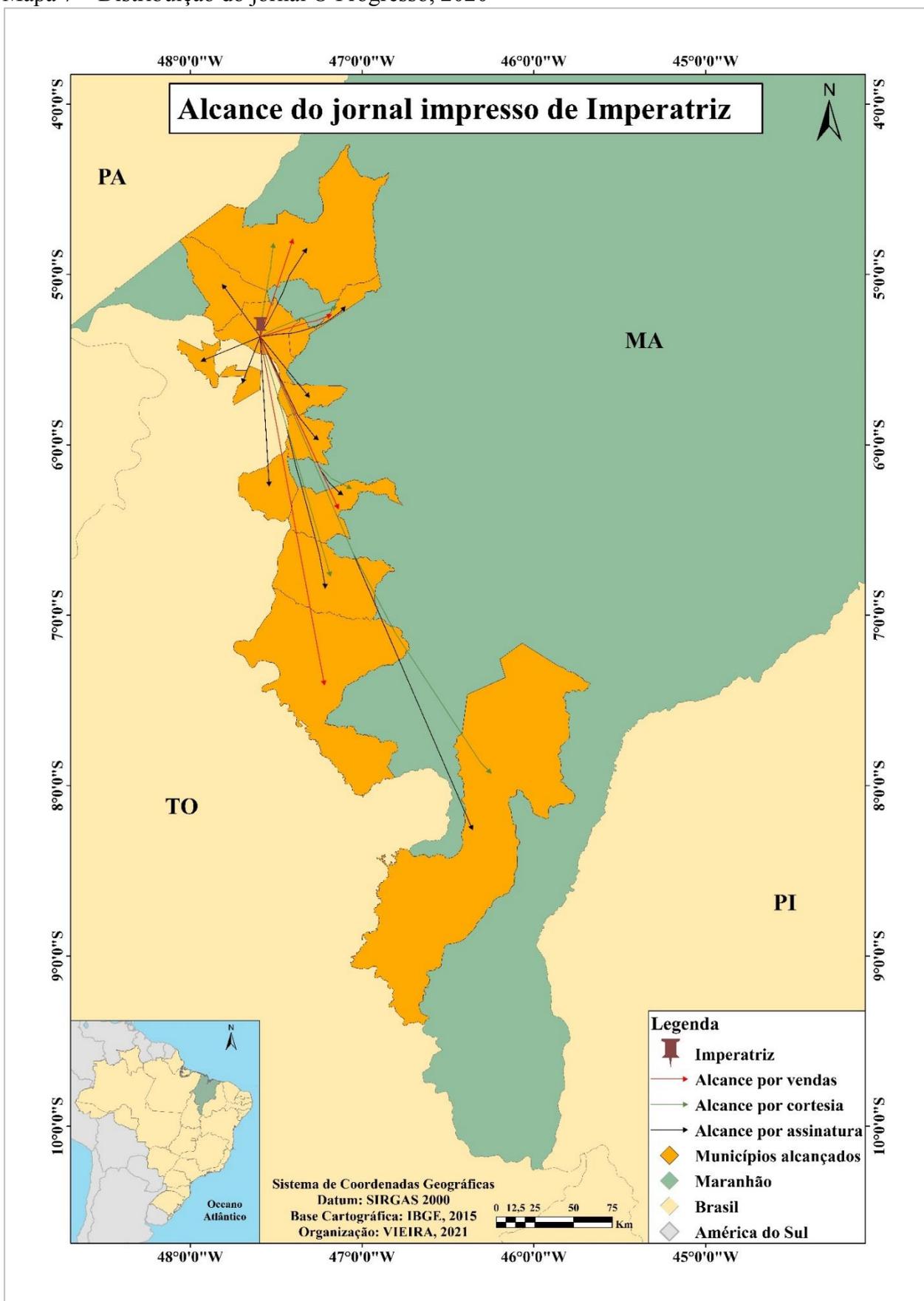
A cidade de Imperatriz conta com um único jornal – *O Progresso*, que circula de terça-feira a domingo com 16 páginas divididas em dois cadernos e oito editoriais: Política, Polícia, Cidade, Regional, Esporte, Geral, Justiça e Tocantins. A edição de final de semana chega a 30 páginas devido ao suplemento literário Extra e ao Caderno de Domingo. A tiragem do impresso, conforme informações no *site* do veículo, é de 5.300 mil exemplares de terça-feira a sábado.

O jornal *O Progresso* configura-se como uma empresa familiar, administrada por pai e filho: Sergio Antonio Nahuz Godinho (presidente e proprietário) e Sergio Henrique Godinho (diretor superintendente). A empresa funciona, desde 2012, em um prédio cedido por um de seus sócios localizado na Rua Amazonas, nº 55, bairro centro. A redação do diário possui uma equipe enxuta, composta por um editor-chefe, dois repórteres e uma revisora. Além destes, há três diagramadores responsáveis pela montagem do jornal. Os profissionais são todos contratados com carteira assinada, sendo que os repórteres trabalham cinco horas diárias e o editor-chefe, revisor e diagramadores cumprem seis horas, conforme informado pela empresa.

*O Progresso*, como o próprio slogan sugere (expressão regional), alcança 11 cidades para além de Imperatriz: oito localidades do Maranhão (Carolina, Porto Franco, João Lisboa, Estreito, Balsas, Governador Edison Lobão, Cidelândia e Ribamar Fiquene) e três do Tocantins (Augustinópolis, Sítio Novo do Tocantins e Tocantinópolis), segundo informações repassadas pelos gestores do veículo. No Mapa 7 é possível conferir a direção e o alcance da distribuição do jornal, onde o marcador em marrom indica a localização da empresa e os raios indicam as cidades que recebem o produto.

O mapa aponta três tipos de distribuição do jornal *O Progresso* em Imperatriz e região: 1) **por venda (raios em vermelho)**: nas cidades de Açailândia, Carolina, João Lisboa e Porto Franco. Além desses locais, a comercialização do impresso ocorre de forma indireta em diversas cidades do Tocantins por meio dos motoristas de vans imperatrizenses com rota no estado vizinho. Como se trata de uma situação de conhecimento do veículo, mas sem dados precisos, não a representamos no mapa.

Mapa 7 – Distribuição do jornal O Progresso, 2020



**2) por cortesia (raios em verde):** títulos enviados de forma gratuita para moradores das cidades de Açailândia, Estreito, Balsas, João Lisboa e Porto Franco. **3) por assinatura (raios em preto):** ocorre em Açailândia, Estreito, Balsas, Ribamar Fiquene, Governador Edison Lobão, João Lisboa, Porto Franco, Cidelândia, Augustinópolis, Sítio Novo do Tocantins e Tocantinópolis.

Essas três formas de entrega formam juntas a área de circulação do jornal *O Progresso*. Trata-se de uma área mais ampla no território maranhense, formada por fluxos longos, que atingem cidades localizadas a mais de 200 km de Imperatriz. Na parte tocantinense, ela é reduzida e os fluxos são curtos, alcançando cidades próximas, situadas a cerca de 100 km do território imperatrizense.

As assinaturas da versão impressa, na época da pesquisa (2020), respondiam pela maior parte da área de circulação do impresso e sua condição interestadual. Acreditamos que essa realidade tende a se modificar já que o veículo inaugurou o sistema de assinaturas digitais em agosto de 2020. É provável então que nos próximos anos essa nova modalidade ocupe o lugar principal no alcance do jornal *O Progresso*.

### 5.2.2 Rádios

O ambiente radiofônico de Imperatriz é formado por oito rádios, sendo cinco comerciais, uma educativa e duas comunitárias: Nativa FM (99,5 MHz), Difusora Sul FM (105,1 MHz), Mirante FM (95,1 MHz), Cidade Esperança (106,9 MHz), Terra FM (100,3 MHz), Líder FM (102, 9 MHz), Rádio Açaí FM (106,3 MHz) e Maranhão do Sul FM (87,9 MHz).

A Rádio Nativa FM faz parte do Sistema Nativa de Comunicação, composto ainda pela TV Nativa e de propriedade do empresário Raimundo Cabeludo. Os dois veículos dividem o mesmo prédio, situado na Avenida das Nações Unidas, s/nº, sentido João Lisboa. O sinal da emissora alcança 29 localidades no Maranhão, 23 no Tocantins e quatro no Pará, entre municípios e povoados dos respectivos estados. A Nativa FM mantém um dos programas com informações mais populares em Imperatriz e região, o “Rádio Alternativo”, no ar de segunda a sexta-feira, das 8h15 às 11h, com apresentação de Arimatéia Júnior e Edy Soares. Ao lado deste, a rádio possui os seguintes programas informativos: “Bom Dia Nativa”, apresentado por Valdinês Lima de segunda-feira a sábado, das 5h às 7h; “Nativa News”, veiculado de segunda a sexta-feira, das 7h às 8h15, com apresentação de Arimatéia Júnior e Edy Soares; e o “Giro

Esportivo Nativa”, apresentado pelos locutores Edivaldo Cardoso, Gil Rodrigues e Wagner Montenegro, de segunda a sexta-feira, das 20h às 21h.

A rádio Difusora Sul FM é um dos veículos do Sistema Difusora de Comunicação, uma das principais empresas de mídia maranhense, de propriedade do político e empresário Edison Lobão Filho. A emissora de Imperatriz funciona em um prédio de três andares na Rua Monte Castelo, nº 205, bairro centro, onde também opera a TV Difusora Sul e a Rádio Líder FM. As instalações pertencem ao grupo Difusora e foram construídas na década de 1980 (SANTOS, 2013). A rádio possui uma área de abrangência formada por 14 localidades do Maranhão e 14 do Tocantins. Quanto aos programas jornalísticos, o veículo radiofônico transmite o “Repórter Difusora” de segunda a sexta-feira das 12h às 13h; e “Ponto e Vírgula” de segunda a sexta-feira das 18h às 19h. Ambos são apresentados pelo jornalista Paulo Negrão, sendo que o último funciona em rede com a participação de São Luís e outras cidades do estado.

Outra rádio vinculada a um conglomerado de mídia é a Mirante FM. Ela integra o Sistema Mirante de Comunicação, sediado em São Luís e pertencente à família Sarney. Com mais dois produtos do grupo (a TV Mirante e o portal Imirante), a emissora ocupa um imóvel comercial na Rua Alagoas, nº 497, no bairro Juçara. O veículo radiofônico possui uma área de cobertura que abrange 61 locais distribuídos nos estados do Maranhão, Tocantins e Pará. Na programação, a rádio não possui espaços exclusivos de notícia. As informações são veiculadas juntamente com músicas, opiniões, entrevistas, prestação de serviço, horóscopo, resumo das novelas, etc. Os programas que seguem este perfil de segunda a sexta-feira são: “Mano Santana” (8h às 12h); “Estopim” (12h às 14h); e “Show da Tarde” (15h às 18h).

A quarta rádio local é a FM Terra. Com o slogan “a frequência do sucesso”, a emissora se configura como uma empresa familiar, administrada pelos irmãos: João Donizetti, Marcos André e Fausto Divino Fagundes. Ela tem sede própria, instalada na Rua Piauí, nº 861, terceiro andar, no centro da cidade. Apresenta uma programação voltada para o segmento musical e promoção de shows, sem a presença de radiojornais. Possui somente dois quadros com boletins informativos de hora em hora: “Terra informações”, de segunda a sexta-feira das 8h às 17h; e “Fique por dentro”, de segunda-feira a sábado das 8h40 às 17h40. Em área de abrangência, a emissora atinge 38 lugares, 18 no Maranhão, 16 no Tocantins e quatro no Pará.

Somado a este conjunto, temos as rádios com conteúdo voltado ao público cristão. Uma delas é a Cidade Esperança, integrante do complexo de comunicação da igreja Assembleia de Deus. A rádio funciona em um prédio arrendado no mesmo endereço da TV Cidade Esperança, no bairro Mercadinho. Sua área de cobertura abrange 56 cidades e/ou povoados nos estados do Maranhão, Tocantins e Pará. A programação é composta basicamente por entrevistas, orações,

promoções e músicas. Além disso, a emissora disponibiliza conteúdo jornalístico no programa “Nossa tarde é show” (de segunda a sexta-feira das 14h às 17h) e em programetes informativos veiculados de hora em hora durante a semana.

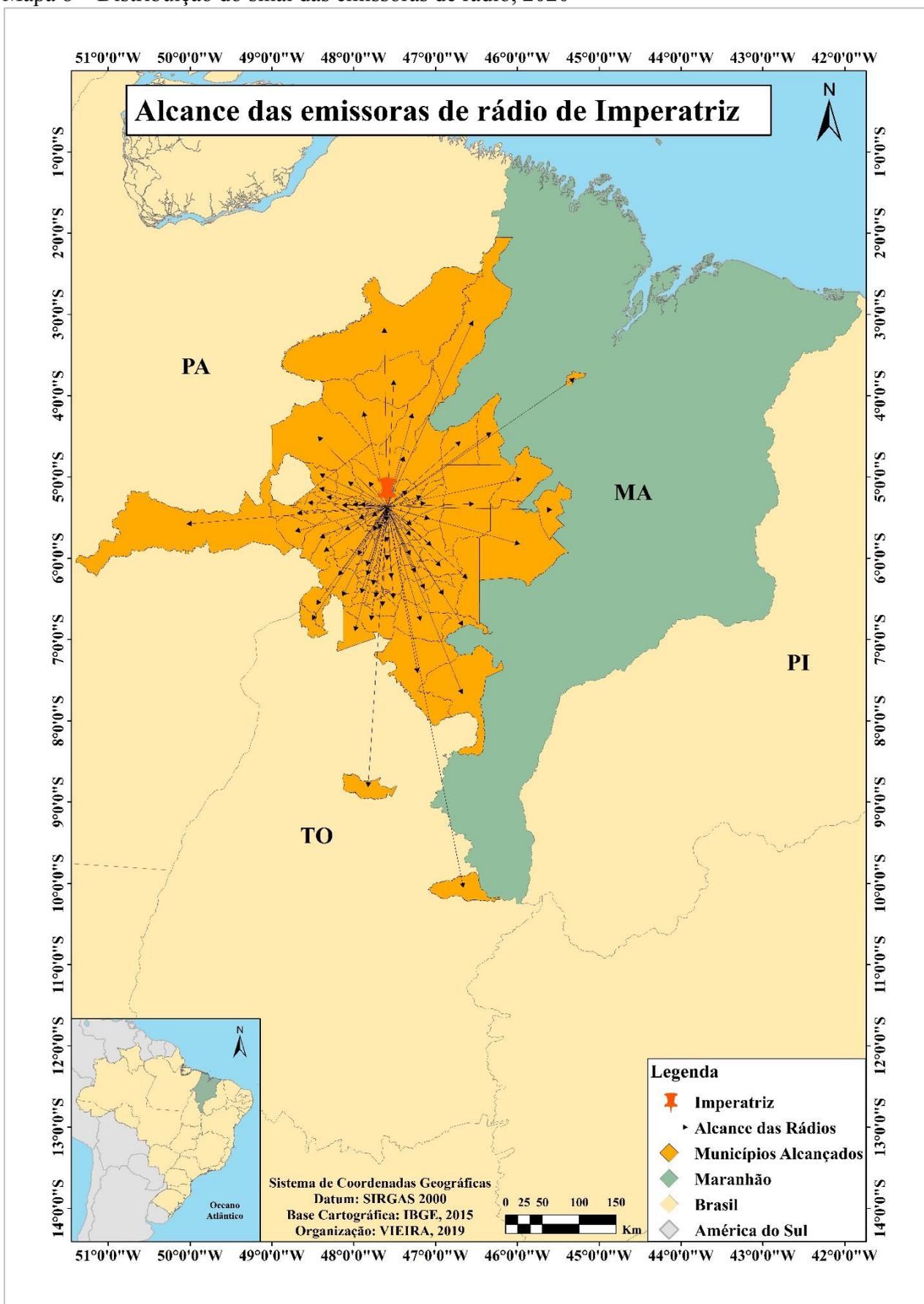
A segunda emissora radiofônica dedicada ao segmento gospel na cidade é a Líder FM. Ela está montada no segundo andar do prédio do Sistema Difusora, na rua Monte Castelo, bairro centro. Sua área de cobertura é formada por 23 municípios – 13 do Maranhão e dez do Tocantins. A programação da rádio é focada em música, orações, reflexões, promoções, enquetes e debates sobre assuntos de interesse cristão. O jornalismo fica restrito a boletins informativos de hora em hora.

Em relação às duas rádios comunitárias de Imperatriz, Rádio Açai e Maranhão do Sul FM, a cobertura é restrita ao território municipal. Quanto ao conteúdo informativo, a Maranhão do Sul exhibe dois programas de segunda a sexta-feira: o “Esporte Maranhão do Sul” das 11h às 12h e o “Debate Comunitário” das 14h às 15h. A emissora fica localizada em um imóvel alugado na rua Raimundo de Moraes, bairro Bom Sucesso. Já a Rádio Açai (ex-Rádio Missão FM) está situada na praça da Bíblia no bairro Bacuri. O veículo ficou dois anos fora do ar e retornou às atividades em dezembro de 2019 sob a administração do comunicador Ernando Timóteo. Durante a pesquisa não encontramos dados sobre a nova programação da emissora.

Diante dessas informações, observamos que o mercado radiofônico em Imperatriz é formado majoritariamente por veículos com programação baseada em entretenimento, música e publicidade. O espaço para notícias é reduzido e não há equipes estruturadas com repórteres, editores, produtores e chefes de reportagens para produzir material jornalístico local. Os programas com cunho informativo são desenvolvidos basicamente pelos apresentadores por meio da captação de informações de *sites*, *blogs*, agências de notícias e grupos de WhatsApp. No caso das rádios pertencentes a grupos de comunicação, ainda é comum os apresentadores aproveitarem as matérias dos telejornais. Entendemos, portanto, que o radiojornalismo ainda precisa ser incorporado à rotina das emissoras, especialmente por meio da produção local e/ou regional. Mas essa é uma situação que depende, como assinala Kischinhevsky (2016), de investimentos: em pessoal, em gestão competente e em remuneração digna.

Outro aspecto relevante ao ambiente radiofônico diz respeito à direção e o alcance do sinal das emissoras. A partir das informações fornecidas pelas empresas, cartografamos uma área formada por 70 municípios distribuídos entre os estados do Maranhão, Tocantins e Pará que captam as ondas hertzianas de Imperatriz.

Mapa 8 – Distribuição do sinal das emissoras de rádio, 2020



O cenário está representado no Mapa 8, onde o marcador em laranja indica a localização das rádios e os raios em preto representam o alcance do sinal. As informações dispostas no mapa indicam que os fluxos estão concentrados no sudoeste e sul maranhense, sendo mais intensos nas cidades da região metropolitana sob a influência de Imperatriz. Eles também se irradiam para cidades do centro e leste do estado. Ao mesmo tempo, as ondas hertzianas ultrapassam os limites do Maranhão, chegando a localidades do extremo norte do Tocantins (no Bico do Papagaio) e sudeste do Pará. Tal desempenho faz com que o sinal radiofônico forme uma área de cobertura superior à do impresso e também das TVs de Imperatriz, e coloque o rádio como o meio de comunicação mais influente no quadro regional investigado.

A rede de fluxos radiofônicos apresentada é constituída apenas por emissoras em FM, contexto resultante do processo de migração das emissoras AM para FM (Decreto nº 8.139/13, de 07 de novembro de 2013) que estipulou a adaptação das outorgas de 1.781 rádios brasileiras operando em Amplitude Modulada (AM) para a Frequência Modulada (FM). Em Imperatriz, apenas a rádio Cidade Esperança, dentre as que operavam em AM, funciona em FM. Ela assinou o termo de outorga em 2016 e deu início às transmissões em Frequência Modulada em 2018 (JUNIOR *et al*, 2018). Até o momento da pesquisa, a rádio Mirante AM não havia migrado para FM e estava fora do ar.

Um dos efeitos da migração do AM para FM que implicou na cartografia do espectro radiofônico refere-se à redução da área de cobertura das emissoras quando migram para FM. A Rádio Cidade Esperança, por exemplo, cobria mais de 60 localidades. Na frequência FM atinge menos locais, especialmente nos estados do Maranhão e Pará. A partir dessa configuração, podemos inferir que o encolhimento do alcance prejudicou “justamente o público mais dependente do modelo AM: as populações das pequenas cidades, campo, sertões e florestas. Ou seja, mais convergência e menos abrangência” (BERTOLOTTO, 2018, s.p).

Outra situação que pode alterar nos próximos anos o mapa de fluxos radiofônicos desenhado é a revisão da Lei nº 13.649, de 11 de abril de 2018, que dispõe sobre o Serviço de Retransmissão de Rádio – RTR para a Amazônia Legal. No artigo 3º, parágrafo 1º da legislação, está previsto que somente as emissoras de rádio FM das capitais da região amazônica podem retransmitir seus conteúdos para outras localidades do mesmo estado. No entanto, o Projeto de Lei 4145/19, proposto pelo Partido Liberal (PL) e aprovado pela Comissão de Integração Nacional, Desenvolvimento Regional e da Amazônia em setembro de 2021, altera essa norma de modo a permitir a retransmissão da programação de estações de rádio entre municípios de um mesmo estado da Amazônia Legal e da região nordeste. Com isso, as rádios de Imperatriz poderão funcionar como estações geradoras, o que significa um maior alcance das ondas

hertzianas, a redução do isolamento das pequenas cidades e/ou povoados distantes da capital e a presença de informação de proximidade nestes espaços.

### 5.2.3 Televisão

Algumas emissoras deixaram de funcionar nos últimos anos no mercado de TV em Imperatriz. É o caso da TV Tocantins, que teve suas atividades interrompidas em 2017, e da TV Capital que saiu do ar em 2018 por não conseguir migrar para o sinal digital. As emissoras ativas e com programação local no momento da pesquisa (2020) são: Nativa, canal 13; Difusora Sul, canal 7; Mirante, canal 10; TVI, canal 4.1; e Cidade Esperança, canal 14. A destacar que a TV Anajás, retransmissora da Rede Vida, ainda funciona em Imperatriz, mas sem produção de conteúdo local.

A TV Nativa é afiliada à Rede Record e é mais um dos produtos de mídia do Sistema Nativa de Comunicação. Ela possui uma área de cobertura formada por 19 municípios (dez no Maranhão e nove no Tocantins). A programação local da emissora apresenta três telejornais exibidos de segunda a sexta-feira: “Nativa News” (7h às 8h), “Balanço Geral” (12h às 13h30) e “Cidade Alerta” (18h às 19h). A equipe de jornalismo é formada por dois repórteres, três apresentadores, uma produtora, uma diretora de jornalismo, um cinegrafista e um motorista. Todos os jornalistas trabalham com carteira assinada e carga horária de cinco horas diárias, com exceção da diretora de jornalismo, que não possui uma jornada fechada por também desempenhar a função de diretora administrativa e ser filha do proprietário da emissora.

Na TV Difusora, afiliada ao SBT e integrante do Sistema Difusora de Comunicação, o alcance do sinal é o mesmo da rádio, ou seja, 28 municípios distribuídos entre os estados do Maranhão e Tocantins. O setor jornalístico da emissora conta com 20 profissionais envolvidos na produção de conteúdo informativo para três programas de segunda a sexta-feira: “Bom dia Maranhão” (7h às 8h), “Na Hora D” (12h às 13h) e “Jornal da Difusora” (19h15 às 19h45). Além destes, é exibido o programa policial “Bandeira 2” de segunda-feira a sábado das 6h30 às 7h. Cabe destacar que o “Bom dia Maranhão” e o “Jornal da Difusora” são telejornais retransmitidos da TV Difusora de São Luís, com matérias de Imperatriz e demais praças do estado. A redação da TV está organizada da seguinte maneira: cinco repórteres, dois apresentadores, cinco cinegrafistas, três editores de imagens, três motoristas, um estagiário e uma coordenadora de jornalismo. Quase todos os jornalistas com carteira assinada atuam cinco horas diárias na empresa, exceto a coordenadora que trabalha oito horas ou mais.

A TV Mirante de Imperatriz, afiliada à Rede Globo, é uma das quatro emissoras de televisão do Grupo Mirante no Maranhão. O veículo é responsável pela cobertura de 48

municípios do sudoeste do estado e desenvolve três programas jornalísticos de segunda-feira a sábado. São eles: “JMTV 1ª edição” (12h às 12h50), “Globo Esporte” (12h50 às 13h20), “JMTV 2ª edição” (19h15 às 19h35). O “Bom dia Mirante”, exibido das 6h às 7h30, antes produzido e apresentado em Imperatriz, hoje vem pronto de São Luís e conta somente com a participação das emissoras do interior do estado. A equipe da emissora possui um diretor de jornalismo, um chefe de reportagem, quatro repórteres, um editor, três apresentadores, três editores de imagens, cinco cinegrafistas, cinco motoristas, dois diretores de TV, um operador de TP e dois operadores de caracteres. Referente ao vínculo profissional, os jornalistas trabalham cinco horas diárias com registro em carteira. Os cargos de chefia cumprem uma jornada diferenciada – chefe de reportagem e diretor de jornalismo, por exemplo, trabalham pelo menos oito horas.

Lançada no início de 2019, a TVI é a mais nova televisão de Imperatriz. Ela foi idealizada por um grupo de empresários da cidade que arrendaram a TV Chico do Rádio, afiliada à Record News, com o objetivo de desenvolver uma programação local. Seu sinal alcança 15 cidades do Maranhão e 16 do Tocantins, de acordo com dados do departamento comercial. Na grade de programação, a emissora exibe três programas informativos de segunda a sexta-feira: o esportivo “A Grande Jogada” (12h às 12h15); “Edição da Tarde” (12h15 às 12h45); “TVI Cidadã” (12h45 às 13h45); e “Cidade Urgente” (18h às 19h30). De segunda-feira a sábado vai ao ar o “Rota Policial”, das 6h às 7h, com informações das ocorrências policiais. O departamento de jornalismo é composto por uma diretora, um chefe de redação, um produtor, quatro repórteres, três editores de imagens, quatro cinegrafistas, dois apresentadores e dois motoristas. Deste grupo, metade dos jornalistas trabalha com carteira assinada e metade com contrato. A carga horária varia de acordo com a função, os repórteres cumprem cinco horas diárias, produtores e cinegrafistas seis horas e os cargos de direção trabalham oito horas.

A última televisão encontrada é a Cidade Esperança. Trata-se de uma das retransmissoras da Rede Boas Novas (RBN) – um dos principais grupos de comunicação evangélica do país. A emissora não tem equipe de jornalismo nem programas com conteúdo informativo. A programação local é composta por transmissão de cultos, clipes musicais, orações, debates e entrevistas sobre temas do universo cristão. Sua área de cobertura é restrita ao território da cidade, conforme informado pela TV.

Os dados das emissoras de televisão localizadas evidenciam parte da centralidade de Imperatriz em relação à infraestrutura de mídia. Segundo o Regic 2018, as cidades que possuem pelo menos uma emissora afiliada à rede nacional, como aqui mostrado, têm centralidade, uma vez que “intermedeiam informações veiculadas pelas geradoras, adicionam propaganda,

reportagens e noticiários locais e/ou regionais, e reenviam o resultado a seus telespectadores, sendo, portanto, formadores de opinião pública” (IBGE, 2020, p. 124).

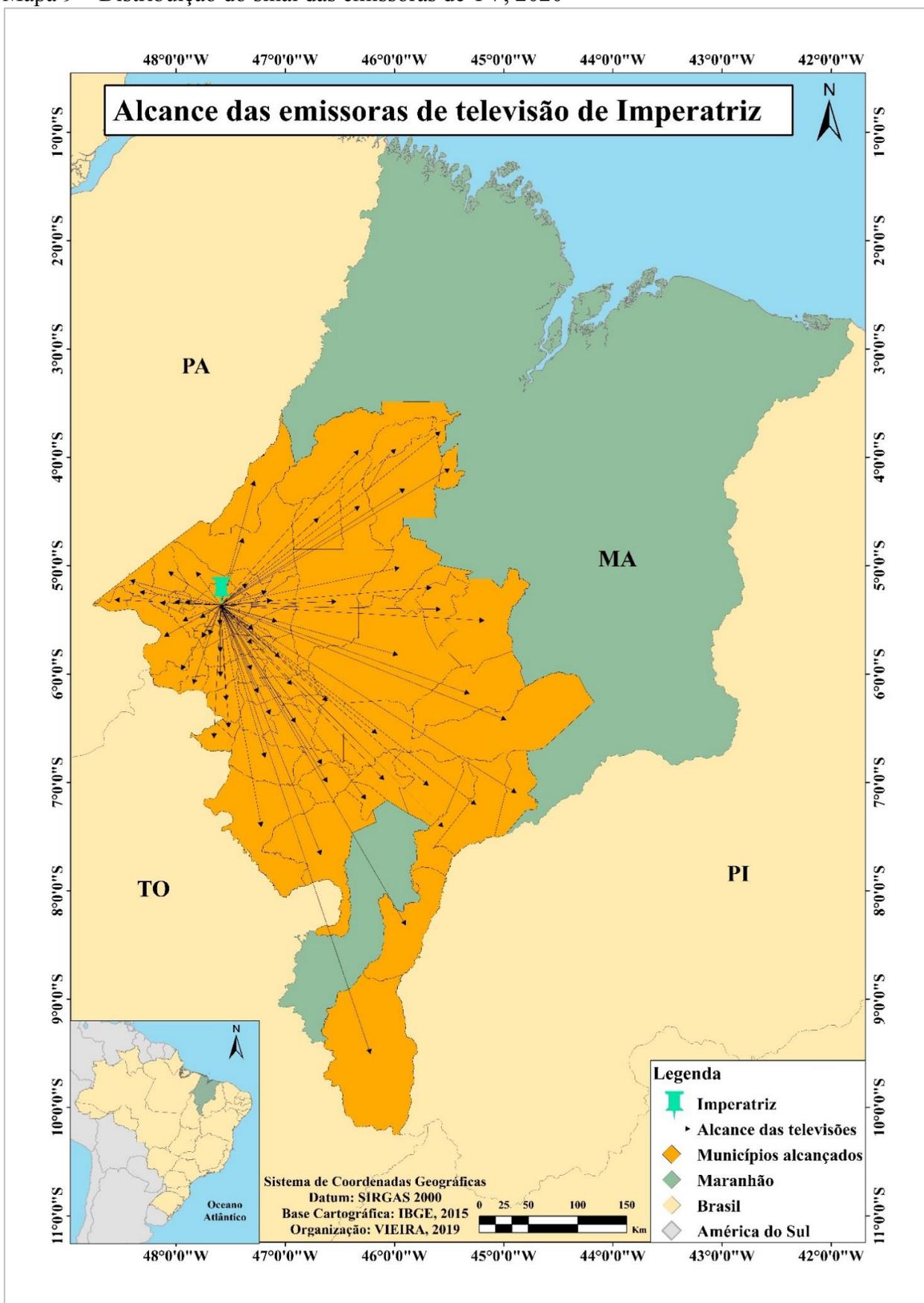
As emissoras de TV de Imperatriz demonstram uma melhor performance jornalística se comparada às demais mídias locais. Possuem redações consideradas grandes e especializadas para o contexto de extinção de funções e enxugamento das equipes profissionais. Ao mesmo tempo, a divisão do trabalho nas TVs, que preserva alguns cargos tradicionais (como o produtor de notícia), não exclui o acúmulo de atividades. Encontramos situações em que o produtor vai para a rua cobrir alguma pauta, o diretor de jornalismo faz apresentação e/ou reportagens e o repórter participa ao vivo dos programas de rádio do grupo quando há ocorrências factuais.

Em termos de programação, os canais de TV chegam a exibir diariamente três horas de conteúdo local, característica comum às retransmissoras amazônicas. Conforme o Decreto nº 5.371/2005, que regulamenta o serviço de retransmissão de televisão (RTV) no país, os municípios situados em “regiões de fronteira de desenvolvimento” (considerada como a Amazônia Legal pela portaria nº 93/1989) podem ocupar com assuntos e publicidade local até 15% da grade transmitida pela estação geradora. Os programas inseridos devem ter finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, em benefício do desenvolvimento geral da comunidade (DECRETO nº 5.371/2005).

Com relação ao alcance das TVs, contabilizamos um total de 65 cidades que recebem os sinais emitidos e integram as áreas de cobertura das retransmissoras de Imperatriz. A organização dessa rede de fluxos está cartografada no Mapa 9, onde o marcador em verde representa a localização das emissoras de televisão e os raios em preto correspondem ao alcance de seus sinais. O mapa mostra que os fluxos televisivos provenientes de Imperatriz se espalham pelas regiões sudoeste, sul, central e leste do Maranhão, alcançando uma pequena parte da região do Bico do Papagaio no Tocantins. Vemos aqui uma área de alcance predominantemente estadual, em que as emissoras de TV buscam seguir o padrão de cobertura das redes nacionais às quais estão afiliadas, ou seja, limitado ao estado onde funciona sua sede. Ainda assim, alguns sinais acabam atingindo as cidades tocantinenses mais próximas, como Axixá do Tocantins, distante a 43 km de Imperatriz.

As ligações entre as cidades representadas no Mapa 9 também evidenciam a sobreposição de todas as áreas de cobertura das emissoras mapeadas na pesquisa, de modo que uma mesma cidade pode receber os fluxos de mais de uma televisão de Imperatriz. A título de ilustração, podemos citar as cidades de Davinópolis, João Lisboa, Governador Edison Lobão, Senador La Rocque e Cidelândia, que abrigam simultaneamente os sinais das TVs Mirante, Difusora Sul e Nativa.

Mapa 9 – Distribuição do sinal das emissoras de TV, 2020



#### 5.2.4 Sites de notícias

No meio digital, Imperatriz conta com três *sites*: Imirante (<https://imirante.com/>), Correio MA (<https://www.correioma.com.br/>) e Imperatriz Online (<https://imperatriz.online/>). O portal Imirante foi criado em São Luís em 2000 e pertence ao Grupo Mirante de Comunicação. O veículo começou a funcionar em Imperatriz em 2013 com uma equipe de seis profissionais contratados para realizar a cobertura jornalística da cidade (BUENO; MAGALHÃES, 2015). Com o passar dos anos, a equipe foi sendo reduzida até chegar à configuração de 2020 com apenas uma jornalista, responsável pela produção e postagem dos materiais.

O Correio MA é um produto da agência de publicidade Implay Entretenimento, lançado em Imperatriz em 2018. No início, o *site* era produzido pela equipe do jornal impresso *Correio* – veículo administrado pela Implay, com distribuição impressa e digital (por WhatsApp). Com o encerramento das atividades do jornal em papel em 2017, e depois do envio por WhatsApp, em dezembro de 2019, a equipe foi desfeita e o *site* passou a ser atualizado por uma das jornalistas do impresso que permanece na Implay desenvolvendo outras atividades, além do próprio diretor da agência.

O Imperatriz Online é oriundo de uma página no Facebook criada em 2013 para cobrir curiosidades da cidade. Ele surge como *website* em 2017, desenvolvido pela agência de marketing digital 9Talk. Além da produção de notícias sobre Imperatriz e região, o *site* desenvolve conteúdos de entretenimento. A equipe do veículo conta com cinco profissionais, sendo duas jornalistas e três estagiários encarregados das publicações na plataforma e nas redes sociais.

Com relação à distribuição dos fluxos, as empresas não forneceram as estatísticas a respeito das cidades que acessam os *sites* de notícias. Por esse motivo, não conseguimos delimitar o mapa com o alcance dos fluxos digitais de Imperatriz, como fizemos nas outras mídias.

Após discorrer sobre os serviços de mídia e fluxos informativos de Imperatriz, comentamos a seguir a percepção dos jornalistas das redações do jornal impresso e das TVs sobre a produção noticiosa da cidade.

### 5.3 **Percepções dos jornalistas sobre notícias e produção regional**

Esta seção apresenta os resultados das entrevistas realizadas com os jornalistas das redações de dois jornais impressos e três emissoras de televisão existentes em Imperatriz na

época da pesquisa em 2019. No total, conversamos com 17 profissionais, sendo três do jornal *O Progresso*, quatro do jornal *Correio*, quatro da TV Difusora Sul (afiliada ao SBT), três da TV Mirante (afiliada à Rede Globo) e três da TV Nativa (afiliada à Rede Record TV).

As informações coletadas foram sistematizadas em duas categorias analíticas: 1) classificação das notícias; e 2) rotinas de trabalho na cobertura regional. A primeira categoria contempla o modo como os jornalistas percebem e entendem o tipo de notícia que produzem – se local e/ou regional. A segunda categoria foca na cobertura jornalística da região. Abordamos questões relativas ao contato das redações com as comunidades fora de Imperatriz, as ferramentas utilizadas, as fontes acionadas, os deslocamentos e as dificuldades enfrentadas para produzir conteúdo regional.

### 5.3.1 Classificação das notícias

Consideradas unidades básicas da informação do jornalismo (Filho, 2012), as notícias podem ser classificadas de diferentes formas – pela relevância social (*hard news* e *soft news*), pelo tempo em que ocorrem (factuais e não-factuais), pelo tema (política, cultura, esporte, etc.) e pelas escalas geográficas (local, regional, estadual, nacional). Diante essas possibilidades, quando investigamos a notícia local e regional não encontramos definições precisas dos termos na literatura acadêmica. Geralmente são usados em referência a limites territoriais. Mas seria apenas isso? O que os jornalistas, em suas práticas cotidianas, pensam sobre o assunto? Eles veem diferença entre as notícias locais e regionais? Sobre estes aspectos comentamos a seguir.

É consensual entre os jornalistas de Imperatriz que as notícias locais não são iguais às regionais no processo produtivo, mas as distinções entre elas são percebidas de forma diferente pelos profissionais. Alguns consideram o ‘local’ como a cidade, no caso Imperatriz, e o ‘regional’ como outras cidades do Maranhão e até mesmo de outros estados. O comentário do jornalista 2, do jornal *Correio*, ilustra essa percepção: “As notícias locais são aquelas que acontecem aqui mesmo em Imperatriz, e da região são das outras cidades” (J2, Jornal *Correio*, 2019).

Os entrevistados J4, do jornal *Correio*, e J5, do jornal *O Progresso*, também compartilham do mesmo entendimento: “A notícia local é basicamente da cidade, de Imperatriz no caso, aonde nós estamos. E a regional é do estado ou até mesmo uma região, pegando outros estados” (J4, jornal *Correio*, 2019). “Quando a gente trata de local é da cidade, as notícias de Imperatriz. Regional a gente trata mais as notícias de cidades da região ou mesmo do estado” (J5, Jornal *O Progresso*, 2019).

No caso da notícia regional, identificamos em algumas declarações uma delimitação mais precisa, associada tanto à região Tocantina<sup>51</sup> quanto a do Bico do Papagaio<sup>52</sup>. “As notícias locais são aquelas mais focadas na nossa cidade. [...]. Regional a gente já amplia um pouco mais até essa região do Bico do Papagaio, a região Tocantina” (J7, *Jornal Correio*, 2019). Na mesma linha, o jornalista 8, da TV Nativa, afirma:

Eu defino a notícia local como aquela do interesse do cidadão de Imperatriz. [...] É uma notícia que versa muito sobre educação, transporte municipal, segurança, as questões de ordem social, do dia a dia do cidadão que mora na periferia. [...] Já a notícia regional diz respeito às informações, no nosso caso, dos estados vizinhos como no caso do Bico do Papagaio, no Tocantins, parte do sul do estado do Pará, ou das cidades aqui do lado, Açailândia, São Pedro da Água Branca, Amarante, Estreito, entre outras (J8, TV Nativa, 2019).

Com relação à notícia local, dois entrevistados a entendem em uma escala mais ampla, formada não apenas por Imperatriz, mas por outras cidades. “A notícia local é aqui de Imperatriz, Açailândia, Estreito, Porto Franco, da região Tocantina. A notícia regional é no meu entendimento a que abrange todo o estado” (J11, *jornal O Progresso*, 2019). “O sul do Maranhão é local e quando eu tratar do estado do Maranhão e me alongar até Araguaína, no Tocantins, chegar mais longe no Bico, um pouco do Pará, aí seria uma regional” (J15, TV Nativa, 2019).

Fora o aspecto territorial, alguns dos jornalistas diferenciaram a notícia local da regional a partir do impacto dos acontecimentos. Há notícias produzidas em Imperatriz que afetam apenas os moradores da cidade, por isso são locais, e há aquelas que atingem tanto os imperatrizenses quanto as populações de outros municípios, são então regionais. Esta visão está expressa nos depoimentos a seguir:

A notícia local pra mim é a que interessa só para Imperatriz. Por exemplo, a gente faz uma matéria em um bairro, é de interesse só da população daqui. Mesmo as pessoas que não moram nesse bairro, elas se preocupam devido a questão da proximidade. Mas quem mora em Açailândia não tá preocupado com esse tipo de informação. Por outro lado, quando fazemos uma matéria do Ciretran ou do INSS, que atendem os municípios da região, ela é uma notícia regional, porque as pessoas das outras cidades são atendidas aqui. [...] Imperatriz é essa capital regional de serviços, então muitas coisas que acontecem aqui ganham uma dimensão regional porque são de interesse das cidades próximas (J3, TV Mirante, 2019).

A notícia local é aquela que acontece exatamente em Imperatriz e que atinge a população daqui. Notícia regional é a que pode acontecer em Imperatriz, mas impacta toda a região. Por exemplo, greve de funcionários no Socorrão é uma notícia regional porque ela vai atingir diretamente todo mundo que depende do hospital. Rua esburacada no Camaçari é notícia local porque vai atingir os imperatrizenses, necessariamente os moradores daquele bairro que estão precisando daquele espaço

<sup>51</sup> Formada por municípios do extremo norte do estado do Tocantins, o sul/sudeste do Pará e o centro-sul do estado do Maranhão (SOUSA, 2005).

<sup>52</sup> Microrregião do extremo norte do Tocantins, composta por 25 cidades.

para trafegar. Tipo assim, as ruas esburacadas do Camaçari para quem mora em Davinópolis não interessa muito, mas uma greve de funcionários no Socorrão já interessa, pois é um hospital que atende pessoas de várias cidades do entorno (J10, TV Difusora Sul, 2019).

Quando a gente faz matérias de comunidade, que a gente vai nos bairros cobrir algum problema relatado pelos moradores, essas são notícias estritamente locais porque têm uma abrangência menor e interessam a um grupo específico. Agora quando a gente trabalha com informações dos órgãos oficiais, ações do governo do estado que são importantes para o desenvolvimento de uma região, que refletem na economia, aí você tem notícia regional. [...] Por exemplo, a instalação de uma indústria em Imperatriz, que a princípio você pode até considerar como uma notícia local, mas essa indústria emprega gente de vários municípios aqui vizinhos, às vezes é até uma indústria que o produto final acaba sendo exportado, então ela já tem uma importância maior para esse estado em relação à produção, economia, ao que se gera aqui, ao que se cria aqui, e isso já deixa de ser uma notícia local para ser uma notícia regional. Então, eu acho que o local e o regional não estão diretamente relacionados a ser só de um município pelo que a gente entende da palavra localidade, mas a importância daquela notícia que está sendo veiculada para um contexto, se é só para um grupo pequeno de pessoas daquela cidade ou se é para uma região como a gente costuma dizer, região Tocantina, ou se é realmente para todos os maranhenses (J14, TV Mirante, 2019).

Frente a essas respostas, percebemos que a classificação geográfica das notícias, além dos limites territoriais, está relacionada à “implicação dos sujeitos”. Alsina (2009) assinala que toda notícia possui uma implicação sobre o destinatário, que pode variar de acordo com as peculiaridades pessoais dos indivíduos. Os tipos de implicação podem ser: 1) direta e pessoal (notícias que atingem diretamente o cotidiano do indivíduo); 2) direta e não pessoal (afeta o público de forma emotiva ou ideológica); 3) indireta (notícia sobre outro contexto de espaço e tempo ou pessoas que não afeta diretamente o indivíduo); 4) ausência de implicação (o público se sente indiferente à notícia) (ALSINA, 2009).

Associando esse entendimento com dois recortes espaciais – do estado (unidade da Federação) e da região de influência (Regic, 2018) a que pertence a cidade média – propomos uma classificação noticiosa em cinco principais escalas geográficas, utilizadas na análise de conteúdo posteriormente:

- a) **Notícias locais** – Compreende desde histórias e reivindicações dos moradores nos bairros a informações que interferem diretamente na vida cotidiana da população da cidade média, como por exemplo, saúde, educação, sistema de transportes, segurança pública, política local, questões econômicas, meio ambiente, planejamento urbano, cultura e lazer, etc.;
- b) **Notícias locais-regionais** – Informações referentes a serviços, instituições, eventos e atividades que afetam ou envolvem tanto a população residente na cidade média quanto as que moram nos centros urbanos da sua região de influência;

- c) **Notícias regionais** – Acontecimentos, demandas e reivindicações ligadas principalmente à ineficiência das gestões municipais (falta de atendimento em postos de saúde, problemas nas escolas, infraestrutura, etc.) das cidades da região de influência. Afetam diretamente as comunidades ali residentes;
- d) **Notícias locais-estaduais** – Informações produzidas na capital estadual que atingem diretamente a vida de todos os habitantes do estado. Geralmente estão ligadas às ações e medidas do governo estadual;
- e) **Notícias estaduais** – Fatos que ocorrem em cidades do interior do estado que não estão sob a influência da cidade média, nem ligadas a ações de governos, e que geram implicações diretas apenas a seus moradores.

Deste conjunto, um achado interessante são as notícias locais-regionais, aqui também chamadas de “notícias polarizadoras”. São informações geradas especificamente nas cidades médias não metropolitanas, que conseguem polarizar a produção jornalística local por estarem ligadas a **serviços urbanos** – saúde (hospitais e clínicas especializadas), educação (cursos de graduação e pós-graduação), comércio atacadista e varejista, serviços bancários, de gestão (administração pública) etc. – que atendem às populações da região; **instituições** – religiosas, sindicais, associações – que representam as populações das cidades do entorno regional; ou a **eventos e atividades** capazes de atrair pessoas, bens e capitais que criam uma rede de relações com a região. Devido a isso, conseguem estabelecer implicações diretas pessoais e não pessoais (ALSINA, 2009) para os moradores da própria cidade, dos habitantes dos pequenos centros e povoados vizinhos.

Além da tipologia construída acima, é possível encontrar nas cidades médias notícias nacionais e internacionais, capazes de conectá-las a centros urbanos de maior hierarquia. Verifica-se nesse tipo de cidade uma multiescalaridade noticiosa, relacionada às interações espaciais que se realizam *de e para* seu território (CORRÊA, 2007).

Considerando as distinções entre as notícias, perguntamos aos jornalistas se a produção noticiosa desenvolvida pelos veículos em que trabalhavam era local e/ou regional. Para a maioria, a produção é local e regional, sendo que na opinião de alguns entrevistados o local predomina sobre o regional, como evidenciado na seguinte fala:

Fazemos os dois tipos de produção, com prioridade para o que é local. [...] Veja só, o telespectador de Imperatriz se você coloca muitas pautas de São Luís, por exemplo, e que não tem repercussão aqui, ele já reclama. [...] Então sempre buscamos priorizar as notícias locais, pois elas despertam maior interesse nas pessoas que estão nos acompanhando (J9, TV Difusora Sul, 2019).

Dos profissionais que apontaram a produção em duas escalas informativas, J1 e J14, ligados a TV Mirante, justificaram suas respostas a partir do programa em parceria com outras afiliadas. J3, da TV Mirante, por sua vez, argumentou com base na área de cobertura do veículo, e J5, do jornal *O Progresso*, fundamentou seu posicionamento na publicação de uma página regional pelo periódico.

Nós trabalhamos com os dois tipos de notícia – local e regional – porque temos programas feitos em rede. É o caso do Bom dia Mirante, nosso primeiro jornal, que tem duas horas de duração e fazemos em conjunto com as outras praças da emissora. São Luís é a âncora do jornal e todas as outras praças do Maranhão participam desse jornal, principalmente com links ao vivo, apresentadas em tempo real, mas também tem conteúdo gravado porque é um jornal longo de duas horas. Esse jornal é regional! A partir do meio dia, Imperatriz especificamente começa a produzir jornalismo local, nós temos os nossos apresentadores, nossos repórteres, os nossos conteúdos (J1, TV Mirante, 2019).

O jornal tem sede em Imperatriz, mas a gente tem essa preocupação de não veicular só matérias daqui. [...] Um exemplo disso é o próprio Bom dia Mirante, que é um dos programas que eu faço parte e que entro todos os dias ao vivo com o link. Nesse jornal, geralmente eu trago as notícias da área policial apuradas à noite e sempre tem muita coisa desses municípios vizinhos que a gente acaba noticiando (J14, TV Mirante, 2019).

A gente procura fazer um misto das duas notícias [...] até porque o jornal da TV Mirante não é apenas de Imperatriz, mas é um jornal que vai para a metade do estado. São pelo menos 43 municípios que recebem o sinal da Mirante aqui de Imperatriz. [...] Devido a isso, buscamos atender esses outros municípios, que são, de certa forma, da nossa “responsabilidade” (J3, TV Mirante, 2019).

Nós temos as duas produções – local e regional. Temos uma página destinada exclusivamente para notícias regionais, porque a gente precisa dar notícias das outras cidades, principalmente da região Tocantina, que fazem parte da ‘metrópole’ de Imperatriz. Imperatriz é uma ‘metrópole’ aqui para nossa região e tudo converge para cá. [...] Então, precisamos noticiar o que acontece nas cidades aqui próximas (J5, Jornal *O Progresso*, 2019).

Quanto aos demais jornalistas, quatro consideraram a produção como local, apesar de reconhecerem a presença das informações regionais em suas rotinas e nos produtos jornalísticos. Outros três disseram que a produção é regional, dos quais dois (J6 e J10, da TV Difusora Sul) usaram a área de abrangência das empresas como explicação para suas respostas.

Com base no reconhecimento pelos jornalistas de uma produção regional nos veículos de Imperatriz, abordamos a seguir os fatores envolvidos no processo de cobertura e atendimento das cidades da região.

### 5.3.2 Rotinas de trabalho na cobertura regional

O trabalho jornalístico envolvendo a produção de notícias e o atendimento das comunidades da região de Imperatriz é desenvolvido, majoritariamente, dentro das redações

com o suporte do telefone, WhatsApp, e-mail e redes sociais. Desse conjunto, o WhatsApp é o principal canal de entrada das mensagens sobre outras cidades às redações. Pelo aplicativo, os moradores enviam suas demandas aos veículos e os profissionais, inseridos em grupos locais, ficam sabendo o que acontece nas cidades, conforme comentam os jornalistas:

Muita coisa a gente recebe hoje pelo WhatsApp. [...] O próprio público, quando é uma denúncia, entra em contato com a gente pelo aplicativo e solicita uma equipe. Não vou muito longe, semana passada nós fizemos uma reportagem, não foi eu, foi a colega que foi em Montes Altos para cobrir um açude que embarreirou em determinado ponto, que ia cortar uma estrada importante para o escoamento da produção agrícola e para a passagem de fazendeiros com gado. [...] Ficamos sabendo dessa situação porque os moradores mandaram vídeos por WhatsApp para a gente. Nós até poderíamos dar a informação só com os vídeos, mas enviamos a equipe para a cidade (J14, TV Mirante, 2019).

Com o WhatsApp recebemos várias demandas de outras cidades que a gente nem imagina que o sinal da TV Difusora Sul chega. Por exemplo, Sítio Novo do Maranhão estava há mais de dez dias sem água no mês passado, e os moradores de lá mandaram vídeos das pessoas carregando os baldes de água. Por meio desse vídeo, o apresentador fez o comentário no jornal, cobrou providências e o prefeito da cidade entrou em contato com a gente e deu a resposta (J12, TV Difusora Sul, 2019).

O negócio hoje é o WhatsApp! Então ou você faz parte disso, ou você não vai saber o que acontece em lugar nenhum. [...] Por isso é que eu estou em grupo de Whats de tudo quanto é lugar – de Açailândia, Buriticupu, Amarante, João Lisboa, e por aí vai. [...] Nesses grupos, eu vou olhando para identificar alguma coisa que é necessária, relevante de ser noticiada nesses locais. Infelizmente a gente gasta um tempo danado para ver tudo, mas é o jeito fazer. [...] O morador comum desses lugares mais distantes também manda muita coisa pra gente. Ele vê nosso número de WhatsApp, salva o contato e manda tudo para gente – ideias, sugestões. Eu já descobri muita coisa legal em municípios próximos pelo próprio telespectador que manda. Eles são bem antenados nisso aí, inclusive hoje, muitas pautas, denúncias, a maioria é enviada pelas pessoas que veem nosso número e de alguma forma acreditam naquilo que a gente faz (J16, TV Nativa, 2019).

Após receber as primeiras mensagens, os jornalistas seguem utilizando o WhatsApp para fazer a apuração e checagem das informações. Eles conversam com as fontes, solicitam áudios, vídeos e fotos, que no caso das TVs são colocados “no ar” quando a equipe não consegue se deslocar até a cidade. Quando há deslocamento para as cidades, o agendamento das entrevistas também é feito pelo aplicativo.

Mesmo que a equipe não vá até a cidade, [...] se acontece algo que seja de interesse público, a gente coloca uma nota com foto, nota coberta ao vivo. Alguém sempre manda vídeo, hoje com a internet facilitou muito esse trabalho por meio do WhatsApp. As pessoas mandam os vídeos, as fotos, a gente apura as informações, entra em contato com as partes responsáveis, pega as declarações e consegue fazer a nota e colocar no ar durante o jornal (J3, TV Mirante, 2019).

A partir do momento em que o telespectador faz contato com a gente no WhatsApp do jornalismo ou no contato pessoal de algum colega, nós checamos as informações e no caso de irmos para a cidade, nossa produção retorna o contato com as pessoas para articular o dia, horário da gravação e os entrevistados. [...] Muitos telespectadores desses locais, inclusive, nos ajudam a articular as entrevistas para gente poder ir lá

gravar. Isso aconteceu em João Lisboa, o telespectador disse pra mim: “Olha, eu articulo o pessoal lá pra falar, tem eu e outras pessoas que precisam. Também tem uma médica que vai falar sobre as dificuldades do atendimento de Fisioterapia” (J9, TV Difusora Sul, 2019).

Dependendo do acontecimento, a direção avalia se vale a pena mandar equipe ou não para a cidade. [...] Em certos casos, de menor relevância, a informação é dada na forma de nota coberta com fotos, vídeos que a população envia para a redação. Em outros, acabamos indo até o local fazer a matéria, como aconteceu esses dias quando fomos em Governador Edison Lobão verificar o problema na telefonia móvel do município. Os moradores falaram com a gente pelo WhatsApp dizendo que os telefones não pegavam dentro da cidade, apenas em alguns pontos ali na margem da BR. A direção achou interessante a gente ir até lá investigar e nós fomos. Ouvimos os moradores e colocamos eles para ligarem ali mesmo na nossa frente para ver se prestava ou não o sistema (J6, TV Difusora Sul, 2019).

Durante o tratamento das mensagens recebidas por WhatsApp, as fontes oficiais e institucionais são as mais acionadas pelos jornalistas para a confirmação dos eventos em outras cidades e o aprofundamento das informações. Os trechos seguintes demonstram isso:

Com o WhatsApp aparece mais as notícias, mas são somente os topicozinhos. Então você precisa buscar mais informações para fazer as matérias. [...] Nos casos policiais, por exemplo, eu recorro muito ao IML, porque todos os corpos da região, fora Açailândia, vêm para Imperatriz, para o IML daqui. Quando eu vejo alguma foto ou mensagem de crime nos grupos de WhatsApp dessas cidades vizinhas, eu já vou no IML apurar melhor a informação. Pego o nome completo da pessoa, as causas, falo com os familiares, pois eles vêm até aqui acompanhando. [...] Eu também pego muita informação com os policiais, tanto de Imperatriz, como dessas outras cidades (J2, *Jornal Correio*, 2019).

A gente ganhou muito mais agilidade no nosso trabalho, na produção da notícia, com o WhatsApp. [...] Mas é uma ferramenta que requer muito cuidado, muita cautela e uma apuração até às vezes mais rigorosa do que antes que você ia atrás, estava no local e já confirmava as informações. E o WhatsApp, por esse imediatismo, te instiga a querer publicar no ato para sair na frente ou para ganhar tempo e é preciso sempre checar realmente com os órgãos oficiais, “ah, é um acidente em cidade x”, então liga logo para os bombeiros para a equipe não deslocar, chegar lá e não ter nada por ser uma *fake news* (J14, TV Mirante, 2019).

Na verdade, eu considero o WhatsApp o produtor mais importante que você tem hoje nos meios de comunicação, agora depende muito, nem tudo que chega por ele dá para noticiar. [...] A primeira coisa que a gente faz quando vê alguma informação nos grupos é recorrer às fontes oficiais. Elas são extremamente importantes nesse processo de apuração. Ocorreu um acidente em tal cidade e tá em tudo que é grupo, mas a gente precisa saber se é verdade mesmo, se de fato aconteceu. E vamos ligar para quem? Para o Samu, Corpo de Bombeiros e PRF, ou seja, as fontes oficiais. [...] Por isso, eu sempre mantenho o telefone de todo mundo dessas cidades, de prefeituras, de assessorias, do pessoal do Samu, dos comandantes da PM, pois são para eles que eu vou ligar para confirmar determinada notícia (J16, TV Nativa, 2019).

Além do WhatsApp, a produção regional feita pelos veículos de Imperatriz conta com o apoio das assessorias de imprensa e departamentos de comunicação das instituições públicas – Ministério Público, Defensoria Pública Estadual, Polícia Civil e Militar – e de grandes empresas privadas – Suzano Papel e Celulose, Vale, Equatorial Energia, por exemplo. As

assessorias atuam tanto no envio de *releases* sobre ações nas cidades do interior do Maranhão pelas entidades quanto no contato com as fontes oficiais.

As assessorias das prefeituras, conforme os entrevistados, praticamente não funcionam, ou “funcionam como puxa-saquismo, só para divulgar o que o gestor faz”, segundo um comentário. Uma exceção observada em algumas declarações foi a assessoria da prefeitura de Montes Altos, que desenvolve um trabalho mais ativo junto à mídia imperatrizense. O assessor de lá é um dos poucos na região formado em jornalismo (UFMA em Imperatriz).

A rede de contatos estabelecida pelos jornalistas também facilita a produção de notícias regionais em Imperatriz. Durante as entrevistas, dois profissionais disseram que mantêm diálogo frequente com os comunicadores das rádios comunitárias e de outros veículos da região para fazerem a cobertura dos acontecimentos nas cidades circunvizinhas do estado do Maranhão e Tocantins.

Nós temos vários parceiros nas cidades aqui da região Tocantina – em Augustinópolis (TO) nós temos o Paulo Palmares, Araguatins (TO) nós temos Eliezer Almeida, na condição de correspondentes, só como exemplos. Também nos municípios contamos com o apoio das emissoras comunitárias, cujos apresentadores nos informam quando o acontecimento é interessante. Cada cidade dessas tem uma emissora de rádio ou uma repetidora de televisão, tem sempre alguém que cuida da comunicação e que mantém contato conosco. A gente firma parceria, aquele *feedback* onde eles nos passam informações de lá, e a gente repassa as daqui que são de interesse de lá (J8, TV Nativa, 2019).

Eu tenho o privilégio, digamos assim, de ter uma rede muito ampla de apoiadores nessas cidades da região, resultado do meu trabalho na Pastoral da Comunicação e como presidente da Associação de Imprensa da Região Tocantina (AIRT), em que a gente formava comunicadores, radialistas por meio de oficinas no interior. Graças a esses contatos, eu consigo trazer notícias regionais para o jornal. Ontem mesmo no jornal de meio dia, ‘Na Hora D’, eu noticiei a morte do professor e jornalista Waldir Braga, que foi membro da Academia Imperatrizense de Letras e estava morando em Carolina, com o suporte do radialista de lá, Josivaldo Sales. Então, o que acontece nesses municípios, como Carolina, Balsas, Riachão, Açailândia, Bom Jesus das Selvas, Buriticupu, eu tenho o apoio de colegas da imprensa que vão trazendo essas notícias. [...] Geralmente, eu peço para esses contatos mandarem vídeos dos eventos e falo com eles ao vivo por telefone, coloco a foto dele, fulano de tal, de tal lugar. Depois eu peço para o pessoal da censura cortar esse material e mandar pra ele. (J9, TV Difusora Sul, 2019).

O aproveitamento de material de outras emissoras afiliadas pelas TVs, de *sites* e assessorias pelos jornais impressos é outro recurso adotado pelas redações para suprirem o espaço das notícias regionais. Um jornalista (J9, da TV Difusora Sul) demonstra essa situação ao comentar: “A gente tem pautas aqui que vão ao ar ‘Na Hora D’ produzidas pela equipe de São Luís e por outras filiadas da rede em qualquer outra cidade do Maranhão” (J9, TV Difusora Sul, 2019). Na mesma linha estão as seguintes declarações:

O que a gente faz aqui em Imperatriz, a gente coloca no e-mail de todo mundo que tem Record no Maranhão, do mesmo jeito eles fazem. [...] Algumas matérias, por exemplo, não são tão bem trabalhadas, mas o que importa para nós é a imagem e a sonora, então eu me viro e faço do jeito que eu quiser aqui. No caso do roubo de moto em Bacabal, tem uma equipe da Record próxima da cidade, então nós usamos o material deles, não precisamos deslocar ninguém de Imperatriz que fica muito longe, muito menos de São Luís, a gente usou o que eles fizeram (J16, TV Nativa, 2019).

Todo dia sai uma matéria regional, mas nem sempre é produzida pelo jornal, às vezes é uma reprodução ou *release* de assessoria. [...] Desses dois é mais reprodução de *sites* ou *blogs* de notícias, porque *release* de assessoria de outras cidades a gente não recebe. [...] Nas reproduções buscamos muito colocar dos *sites* aqui da região, até do Tocantins. Tem dois *sites* que a gente vê mais que são o Voz do Bico e Folha do Bico, que pautam cidades aqui próximas, Araguaatins, Araguaína, São Miguel do Tocantins, Sampaio, que tem essa relação com Imperatriz (J13, Jornal *Correio*, 2019).

Os deslocamentos até outras cidades para o acompanhamento *in loco* dos acontecimentos são mais raros nos jornais impressos e acontecem em situações factuais de grande impacto, crimes ou tragédias, como garante um jornalista do jornal *O Progresso*:

Só deslocamos algum jornalista para fora quando há fatos importantes, como esse que houve do assassinato do prefeito de Davinópolis. [...] Agora, quando a notícia é de menor impacto, aí a gente procura outros meios, através de colegas que militam nessas outras cidades, a gente liga, pede que eles mandem alguns dados por WhatsApp e aqui a gente trabalha a matéria (J5, Jornal *O Progresso*, 2019).

Nas emissoras de televisão é mais frequente a ida das equipes para outras cidades, sobretudo aquelas que estão nos arredores de Imperatriz, como Açailândia, João Lisboa, Senador La Roque, Buritirana, Ribamar Fiquene, Davinópolis e Governador Edison Lobão. “Por ser uma distância pequena, a gente consegue ir bastante até as cidades vizinhas. [...] A gente manda, por exemplo, uma equipe lá em João Lisboa pela manhã, a equipe vai e volta e a matéria está no ar meio dia” (J9, TV Difusora Sul, 2019). Deslocamentos mais distantes também acontecem, mas não regularmente, apenas em casos de coberturas factuais ou de reportagens turísticas, como explica este profissional da TV Mirante:

Nas cidades mais distantes que estão na nossa área de operação, como Barra do Corda, que fica a uns 300 km de Imperatriz, a gente vai quando se trata de uma cobertura factual. [...] Por exemplo, semana passada teve um assalto de um ônibus feito por índios na área da reserva Cana Brava, entre Barra do Corda e Grajaú. Quando a gente ficou sabendo fomos para lá. [...] Em Sítio Novo no Maranhão caiu um avião e nós também fomos até o local. Agora, uma situação diferente é Carolina, que fica também longe de Imperatriz, mas é uma cidade turística. Ali a gente não precisa ser pautado, a gente pauta aquela cidade porque lá é um ambiente de turismo maravilhoso. Então, mais ou menos nessa dinâmica que a gente faz (J1, TV Mirante, 2019).

Essa realidade de deslocamentos eventuais ou limitados ao conjunto de cidades mais próximas geograficamente de Imperatriz está relacionada a uma das principais dificuldades para o desenvolvimento da cobertura regional apontada pelos jornalistas: as equipes enxutas.

Falta uma equipe maior para atender tanto as cidades da região quanto Imperatriz, que por si só já nos oferece diariamente inúmeros fatos que rendem notícias. [...] Com a equipe que temos hoje não conseguimos dar conta de tudo. [...] A gente lamenta por isso, pois o ideal seria estar mais presentes nos municípios mais distantes, na região do Bico do Papagaio, trazer notícias lá de Praia Norte que nos acompanha, de Araguatins, enfim. Mas temos essa dificuldade de pessoal (J9, TV Difusora Sul, 2019).

Eu acho que existe uma dificuldade para nossa produção regional que é a nossa equipe pessoal. Nós já fomos um grupo bem maior, e hoje nós temos apenas duas equipes de externa de manhã, e duas equipes à tarde, não temos equipe à noite. [...] Quando tem algum evento ou posse de alguém na parte da noite, precisamos reorganizar a tabela, tirando alguém da manhã para tarde, uma equipe da tarde entra mais tarde. Isso por questões de custos, é uma empresa (J14, TV Mirante, 2019).

Trabalhamos com uma equipe pequena que não nos permite ter essa logística disponível para cobrir Imperatriz e ao mesmo tempo estar em Amarante do Maranhão ou outra cidade longe. [...] Já tivemos casos de ir cobrir pautas em Grajaú, Porto Franco, até mesmo em Tocantinópolis e Cachoeirinha no Tocantins, mas isso é uma vez na vida porque se você vai para lá você descobre a cidade daqui (J15, TV Nativa, 2019).

Ainda em relação às organizações, os jornalistas destacaram como dificuldade para a produção regional o acúmulo de funções, a falta de tempo, as questões financeiras envolvidas nos deslocamentos para outros municípios da região, especialmente os mais afastados das sedes das empresas.

Primeira dificuldade que nós temos é de pessoal. Você sabe que nos grandes jornais uma edição de esporte, além de ter o editor, tem os repórteres, e às vezes até repórteres nas cidades onde acontecem as partidas e algum evento. No nosso caso não, só eu mesmo que faço – sou editor, sou repórter. Então a gente vai fazendo assim, tipo aquela história no futebol – que tem de bater para o escanteio e correr para área para cabecear para fazer o gol (J4, Jornal *Correio*, 2019).

A dificuldade de deslocamento, não apenas pela estrutura do jornal, mas pelo tempo. A gente precisa noticiar tudo muito rápido e tudo pra ontem. Então esse processo de se deslocar, ir até a cidade, de apurar, tudo isso leva tempo. E tempo hoje no jornalismo é muito crucial (J7, Jornal *Correio*, 2019).

Os custos com deslocamentos acabam dificultando a cobertura regional porque quando a gente tem uma viagem mais longa precisa de mais combustível, a depender da cidade tem que pagar hora extra para o jornalista, motorista, pagar diária. [...] Então a empresa acaba optando por uma produção feita aqui da redação, com o suporte do que o público manda (J12, TV Difusora Sul, 2019).

No contexto das cidades, o entrevistado J7, do jornal *Correio*, citou como obstáculo à cobertura jornalística as condições das tecnologias da informação e comunicação. “Tem algumas cidades que não pega celular direito, não pega internet direito. Então tudo isso dificulta no momento de confirmar alguma informação, de trazer informação até a gente” (J7, jornal *Correio*, 2019). Por sua vez, J10, da TV Difusora Sul, assinalou a escassez de jornalistas com formação nas cidades do interior.

A falta de profissionais de jornalismo com formação acaba dificultando quando a gente precisa usar um correspondente ou falar com alguém de alguma dessas cidades, pois as pessoas que estão envolvidas com a comunicação, mesmo que trabalhem há muito tempo na área, tem dificuldade com texto, com formato da matéria (J10, TV Difusora Sul, 2019).

Apesar de a maioria dos entrevistados admitir a existência de dificuldades para a produção regional, especialmente no que diz respeito aos deslocamentos, alguns deles reforçaram que a internet facilitou o trabalho de atendimento às populações da região. “[...] Hoje a internet ajuda demais a gente a cobrir as notícias dessas cidades. Então é algo que a gente não pode ignorar de forma alguma” (J16, TV Nativa, 2019). Nesse cenário, o WhatsApp e as redes sociais via grupos, páginas e perfis das cidades favorecem o acompanhamento da vida cotidiana desses locais pelos jornalistas.

A partir dos depoimentos, é possível perceber que o WhatsApp, além de ser uma das principais ferramentas utilizadas nas redações brasileiras, é um elemento chave na cobertura regional e atendimento das populações vizinhas de Imperatriz. Seu uso faz parte do processo de reconfiguração da produção noticiosa para o exercício de uma prática mais ágil e de fácil acesso às fontes e acontecimentos de modo instantâneo. Esta é a versão positiva mais popular entre os profissionais. Em paralelo, Grohmann (2021) aponta o mesmo cenário como dependente de plataformas de trabalhos, com a utilização do WhatsApp reforçando práticas de comodismo ou da conhecida metáfora do ‘jornalista sentado’. (NEVEU, 2006; PEREIRA, 2004).

Se antes era complicado o jornalista ‘levantar’ para ir às cidades vizinhas, agora é mais difícil. Por isso os depoimentos dos jornalistas de Imperatriz convergem principalmente para a chegada da ferramenta como solução para a cobertura regional, porque raramente esta existia. Antes da ferramenta tecnológica, boa parte das localidades do entorno eram invisíveis, salvo em caso de fatos de extremo interesse público, como tragédias e mortes de personalidades. Será que o caso da falta de água na cidade de Sítio Novo do Maranhão, conforme relatado anteriormente, teria chegado a ser pautado no programa Na Hora D? Provavelmente não.

Por outro lado, a presença do WhatsApp nas redações favorece o recebimento de uma alta demanda de informações das cidades vizinhas e, conseqüentemente, um desperdício de tempo dos jornalistas para, primeiramente, selecionar o que é noticiável ou não e depois checar a procedência, evitando assim cair nas armadilhas das *fake news*. Um áudio sem identificação informando transtornos em atendimento hospitalar local torna-se uma peça estressante de apuração: quem encaminhou é a fonte? Se não é, de quem é a denúncia? São pequenos dramas ocasionados na maioria das vezes pela falta de clareza dos moradores de comunidades locais,

que agem de modo intuitivo no trato com os meios de comunicação. Isto é, informando aquilo que ‘espanta’, que incomoda a rotina, sem necessariamente saber se seria o jornalismo o canal apropriado para resolução de determinadas problemáticas.

Como não há protocolos ou manuais com orientação do uso do WhatsApp, a cada jornalista cabe enfrentar a rotina da melhor forma possível. Daí os relatos de participação em tantos grupos e a exposição da conta pessoal. Desse imbróglio, focando na capacidade de influência regional de Imperatriz e na potencialidade do WhatsApp, concluímos que há um sub aproveitamento da ferramenta, pois é utilizada praticamente para o recebimento de pautas, checagem das mesmas e agendamento de entrevistas quando se constata a necessidade da presença do jornalista, sempre uma postura passiva. Não se verifica uma produção ativa que pense pautas para o entorno além do factual. Alguns jornalistas até tentam formar um banco de fontes regionais, mas estes raramente são procurados para iniciativa jornalística de investigação. O raio de cobertura das emissoras, o porte de Imperatriz e a audiência das cidades vizinhas são argumentos suficientes para inclusão da pauta regional.

Além das percepções dos jornalistas, outro elemento significativo da pesquisa é o conteúdo divulgado pelas empresas de mídia de Imperatriz. O tópico seguinte aborda esse outro ângulo para compreender se os muitos depoimentos das matérias jornalísticas traduzem as expectativas de uma cobertura regional.

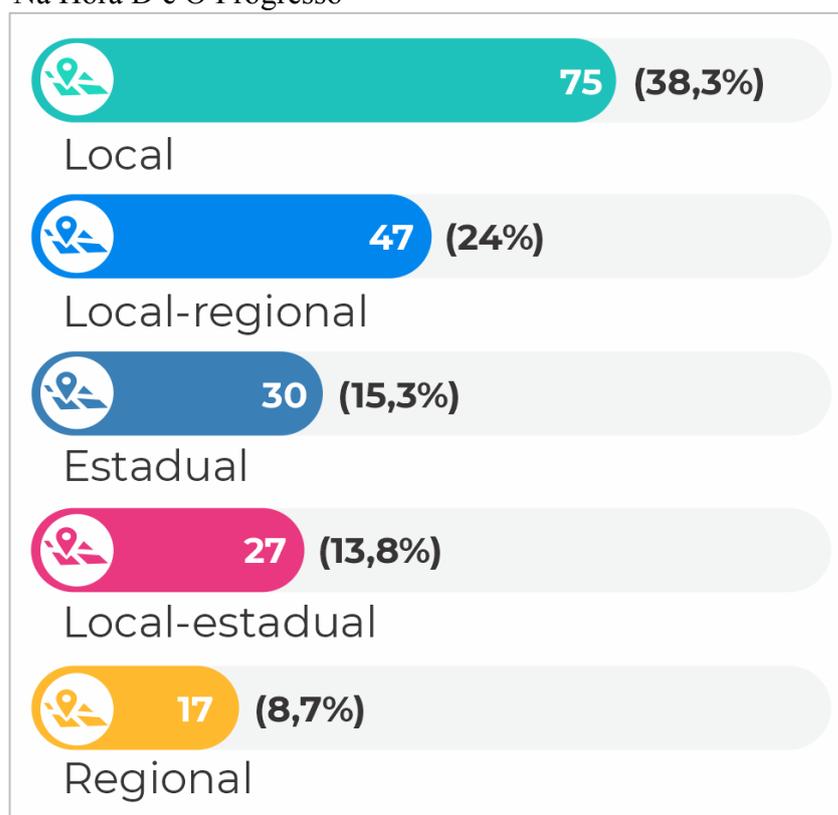
#### 5.4 Análise de conteúdo

Com o intuito de aprofundar a investigação sobre o jornalismo de Imperatriz, que até agora observou aspectos estruturais, organizacionais e profissionais, examinamos nesta seção o conteúdo veiculado por dois telejornais e um veículo impresso da cidade: JMTV 1ª edição (TV Mirante), Na Hora D (TV Difusora Sul) e o jornal *O Progresso*, durante a segunda semana de fevereiro de 2020, entre os dias 10 e 14. Neste período, foram coletadas 196 matérias, sendo 56 do JMTV 1ª edição, 44 do Na Hora D e 96 do jornal *O Progresso*. A análise do material foi orientada por cinco categorias: 1) Tipo da notícia; 2) Tema; 3) Origem da informação, 4) Valores-notícia; e 5) Fontes jornalísticas, conforme detalhado anteriormente no capítulo metodológico.

Os primeiros resultados expostos no gráfico abaixo (Gráfico 13) referem-se à quantidade de notícias por escala geográfica encontrada nos três veículos de Imperatriz. Os dados, tomados em conjunto, confirmam a apreensão de alguns jornalistas entrevistados quanto à predominância da notícia local nos noticiários – elas representam 38,3% do *corpus* analisado.

Esta configuração, segundo Dornelles (2013, p. 79), está correta do ponto de vista da viabilização dos produtos jornalísticos do interior, que priorizam na cobertura “os acontecimentos locais, os problemas que afetam a cidade, as personalidades locais, a economia do município, os representantes políticos, os crimes que ocorrem na cidade, seus atletas e artistas”.

Gráfico 13 – Tipos de notícias identificados no JMTV 1ª edição, Na Hora D e O Progresso



Fonte: Elaborado pela autora

Quando olhamos os veículos individualmente na Tabela 7, percebemos que o JMTV 1ª edição apresenta uma situação diferente dos demais – mais notícias estaduais (9,2%) do que locais (7,7%). Isso significa que ao invés do telejornal da TV Mirante privilegiar em sua cobertura acontecimentos que interessam e/ou atingem de forma específica o público de Imperatriz ou da região, ocorre um aproveitamento de matérias produzidas por outras praças do grupo Mirante, que não dialogam com a realidade da cidade ou geram implicações para seus moradores. A título de ilustração, podemos citar duas matérias da cidade de Codó: a primeira, no dia 12 de fevereiro, sobre assaltos a mulheres no centro da cidade, e a segunda, no dia 14 de fevereiro, sobre o assalto a um lavrador seguido de tentativa de homicídio. As duas produções tiveram origem na TV Mirante Cocais, em Caxias.

Tabela 7 – Distribuição das notícias por veículo jornalístico

NOTÍCIA	VEÍCULO							
	JMTV 1ª edição		Na Hora D		O Progresso		Total	
Local	15	7,7%	25	12,8%	35	17,9%	75	38,3%
Local-regional	11	5,6%	14	7,1%	22	11,2%	47	24,0%
Regional	9	4,6%	3	1,5%	5	2,6%	17	8,7%
Local-estadual	3	1,5%	2	1,0%	22	11,2%	27	13,8%
Estadual	18	9,2%	0	0,0%	12	6,1%	30	15,3%
<b>Total</b>	56	28,6%	44	22,4%	96	49,0%	196	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora

Esse mesmo perfil de conteúdo do JMTV 1ª edição também foi encontrado no estudo realizado por Silva e Tavares (2020) a respeito do (inter)agendamento entre telejornais de Imperatriz. As autoras constataram, entre outros aspectos, que o JMTV “recebe e noticia diversas matérias sobre outras cidades do Maranhão que não fazem parte do seu raio de cobertura, aparentando ser mais cômodo possuir um material já produzido por outras praças” (SILVA; TAVARES, 2020, p. 22).

Depois das notícias locais, as **locais-regionais** (24%) são as mais produzidas pelos veículos imperatrizenses, conforme revela o Gráfico 13. Essa forte presença na pesquisa confirma a capacidade das cidades médias, tradicionalmente reconhecidas como cidades regionais (SPOSITO, 2010), de polarizarem determinados acontecimentos jornalísticos, conferindo a eles especificidade na produção noticiosa. Como exemplo temos a matéria exibida no dia 14 de fevereiro no Na Hora D sobre o lançamento do programa de formação de professores “Caminhos do Sertão”, desenvolvido pela Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão (UEMASUL). O evento sediado em Imperatriz afeta diretamente a população regional, especificamente a localizada nos 22 municípios da Região Tocantina que serão contemplados com o projeto.

Nessa matéria, quando a repórter cita os quatro municípios da região de influência de Imperatriz – Itinga do Maranhão, Amarante, Vila Nova dos Martírios e Porto Franco – que receberão as primeiras unidades avançadas do projeto e que os professores imperatrizenses irão até essas cidades aos finais de semana para fazer a capacitação dos profissionais, vemos a expansão do local físico, onde acontece o fato (a cidade), para a região devido às suas implicações. Situação que pode ser explicada pela infraestrutura dos serviços de educação

superior de Imperatriz, capaz de atender a população imperatrizense e a residente em cidades da região.

Outras notícias locais-regionais encontradas nos veículos analisados são os eventos envolvendo as cidades da região de influência de Imperatriz. É o caso do Fórum Estadual de Saúde e do treinamento para projeto ecossociais. O Fórum, exibido no dia 11 de fevereiro no JMTV 1ª edição e Na Hora D, abordou o encontro na Gerência Regional de Saúde em Imperatriz com representantes das secretarias dos municípios de Balsas e Açailândia para discutir a mortalidade infantil, diabetes e o controle da hanseníase. O treinamento, divulgado em 11 de fevereiro no JMTV 1ª edição e *O Progresso*, e no dia 12 de fevereiro no Na Hora D, tratou da capacitação em gestão para 20 projetos comunitários do meio rural, 15 do Maranhão e cinco do Tocantins, contemplados com o edital público do Fundo de Promoção de Paisagens Produtivas Ecossociais (PPP-ECOS). Em ambos os casos, a cobertura jornalística tem contornos regionais a partir da própria cidade de Imperatriz, criada graças à atração temporária da localidade sobre um grupo de pessoas que mora no entorno (CORRÊA, 2018).

Na leitura das notícias locais-regionais por veículos, notamos que *O Progresso* (11,2%) se sobressai perante o Na Hora D (7,1%) e o JMTV 1ª edição (5,6%) (Tabela 7). Isso se deve à publicação diária de notícias do time de futebol do Imperatriz (Cavalo de Aço) na página de Esporte do jornal *O Progresso*: “Imperatriz enfrenta Vitória pela primeira fase da Copa Brasil” (11/02/2020); “Imperatriz fará dois jogos seguidos em casa pela Copa do Nordeste” (12/02/2020); “Cavalo de aço inicia preparação para o Fortaleza” (13/02/2020), são alguns exemplos. Nestas informações é possível reconhecer as implicações (emotivas e ideológicas) para torcedores de outras cidades, inclusive aquelas não pertencentes à região de influência de Imperatriz, já que tratam de um dos principais times do interior do Maranhão.

Para além das pautas factuais de eventos ou competições esportivas, o jornalismo de Imperatriz, assim como de outras cidades médias, pode explorar as atividades comerciais e de prestação de serviços, que costumam atrair consumidores da região, para produzir grandes reportagens com dados regionais e vozes tanto dos moradores imperatrizenses quanto das pequenas cidades, encontradas com facilidade nas esquinas, nos *shoppings*, centros comerciais, nas faculdades, nos hospitais, nos transportes públicos, etc. Trata-se de uma alternativa para desenvolver uma produção mais regionalizada, sem necessariamente ir até outras localidades, já que nas entrevistas os jornalistas apontaram os deslocamentos como um entrave para a cobertura regional.

A **notícia regional** em último lugar entre todos os tipos de notícias coletados, com apenas 8,7%, comprova a declaração dos jornalistas quanto à dificuldade de produção regional,

especialmente quando esta envolve deslocamentos para as cidades da região de influência de Imperatriz.

Desembrulhando os dados e separando-os por veículos, verificamos o JMTV 1ª edição com 4,6%; Na Hora D com 1,5%; e *O Progresso* com 2,6% de espaço para cobertura das cidades da região de influência (Tabela 7). Aparentemente o jornal da TV Mirante possui a maior cobertura regional, seguindo o critério do Regic. Porém, ao extrair os nomes das cidades noticiadas, nos deparamos com oito reportagens sobre a cidade de Balsas e uma nota sobre uma morte em João Lisboa. Balsas está a 390 km de distância de Imperatriz enquanto João Lisboa está a 12 km. As duas, segundo os critérios do Regic, são pertencentes à zona de influência de Imperatriz, mesmo assim causa estranhamento a prioridade e a taxa alta de inserções sobre uma cidade tão distante.

Na mira de tal aspecto, criamos títulos para os assuntos tratados a fim de evidenciar o estranhamento: “Profissões ligadas à tecnologia em Balsas” (10 de fevereiro); “Perigos na BR-230 em Balsas”, “Operação de fiscalização no carnaval em trecho de rodovia dentro de Balsas” e “Mutirão de Vacinação contra Sarampo e HPV em Balsas” (11 de fevereiro); “Colheita de Soja em Balsas” (12 de fevereiro); “Queda de árvores em Balsas” e “Chuva e doenças – arbovírus – em Balsas” (13 de fevereiro); e “Desmanche de veículos roubados em Balsas” (14 de fevereiro). Não se trata, assim, de uma preocupação de cobertura regional do veículo, mas do aproveitamento de matérias da praça de Balsas, muitas delas com tom local desta cidade, enquanto um episódio mais perto da sede do jornal teve espaço apenas como nota.

Os jornalistas já tinham sinalizado a falta de estrutura de transportes para coberturas na região, no entanto, não se esperava encontrar dado tão alarmante que poderia, inclusive, camuflar como positiva a cobertura regional do veículo. Embora a direção do JMTV 1ª edição o legitime como um programa local, sinalizamos que este espaço jornalístico tem um viés estadualizado ou de jornal em rede.

Por outro lado, o jornal Na Hora D apresenta, na semana analisada, três matérias sobre cidades da região: Governador Edison Lobão, Davinópolis e João Lisboa. Nesta última cidade, trata-se da mesma nota divulgada pelo jornal da TV Mirante a respeito da morte de um homem na cidade vizinha. Em Davinópolis, o veículo enviou um repórter para a cidade resultando em uma reportagem sobre um homicídio na localidade, com depoimentos de fontes oficiais e populares, além de imagens do local do crime. Temos aqui um dos exemplos de cobertura com deslocamento de equipe realizada graças à proximidade geográfica entre as duas cidades – cerca de 13km –, o que vai ao encontro da declaração dos jornalistas de privilegiar na rotina produtiva as cidades mais próximas devido a facilidade de locomoção.

Em Governador Edison Lobão, encontramos uma matéria que confirma a expectativa da cidade média como mediadora das demandas e necessidades regionais também pelo viés do jornalismo. Este é um aspecto não encontrado nos outros meios, e que aqui merece uma reflexão, pois ilustra a potencialidade do jornalismo localizado em cidades médias brasileiras. No dia 11 de fevereiro, o apresentador do Na Hora D, Josafá Ramalho, anunciou que o jornal foi procurado por famílias do povoado Sucupira, área rural de Governador Edison Lobão. As famílias disseram que cerca de 15 crianças estavam sem ir à escola por uma semana, porque o ônibus que as buscava não estava indo mais até dentro do povoado. Devido à distância e ao perigo de voltar à noite, no escuro, as crianças não foram às aulas.

O apresentador informou que entrou em contato com o secretário municipal de educação de Governador Edison Lobão pela manhã para cobrar medidas e ligou ao vivo para saber as providências do secretário. Na oportunidade, o secretário explicou que conseguiu uma Kombi para levar as crianças até a escola a partir da data da entrevista, informando ainda que a estrada passaria por obras de infraestrutura até que o antigo ônibus escolar conseguisse trafegar por ela normalmente. A entrevista trata de outros assuntos, como a matrícula de crianças e adolescentes em escolas da região. Por fim, o apresentador se despede agradecendo a participação tanto do entrevistado quanto da população que acompanha o jornal.

Essa matéria apoia amplamente a percepção dos geógrafos Santos e Silveira (2006) acerca dos órgãos de imprensa das cidades médias como instituições sensíveis às problemáticas dos indivíduos que moram nas cidades pequenas do entorno. Também reforça a constituição das cidades médias como verdadeiros fóruns regionais, lugares de debate em torno das necessidades mais imediatas da região e de formação de opinião (TRINDADE JR; PEREIRA, 2007). Assim, pode-se pensar o jornalismo desenvolvido nas cidades médias como um espaço de referência para os moradores dos pequenos centros urbanos.

O tipo de **notícia local-estadual** se apresenta em todos os veículos, totalizando 13,8%, de acordo com o Gráfico 13. É habitual noticiar conteúdos produzidos na capital do estado desde que tenha interesse/impacto a todos os habitantes do território maranhense. A audiência é contemplada, justamente pela proximidade cultural e política, sem tanto estranhamento perante a localidade do fato, como é possível observar no evento sobre a posse do novo comandante da Polícia Militar do Maranhão ocorrida em 12 de fevereiro de 2020, com ampla cobertura dos três veículos: *O Progresso* (11 de fevereiro – notícia sobre o anúncio do evento) e Na Hora D e JMTV 1ª edição (13 de fevereiro – resultado da cobertura ao vivo).

Vejamos. A posse ocorreu no quartel do Comando Geral da PM no bairro Calhau em São Luís. Porém, reforçamos, a proximidade aqui considerada não é geográfica, mas política.

Ao versar sobre o assunto, a preocupação dos telejornais não é somente noticiar a solenidade local, mas contextualizá-la para todo o estado. Desse modo, perguntas ao antigo comandante sobre o balanço das ações de combate à criminalidade em todos os municípios mostram tal preocupação. Da mesma maneira, o novo comandante é indagado sobre os desafios de policiamento nas ruas e o depoimento do secretário de segurança pública, representando o governador do estado, informa que houve um alinhamento sobre a repressão qualificada contra as organizações violentas e sincroniza a informação como de interesse para toda a população.

Do mesmo modo, uma capacitação em São Luís reuniu representantes de laboratórios públicos e privados do estado para indicar estratégias em caso de suspeita de contágio do novo coronavírus. A matéria veiculada pelo Na Hora D no dia 11 de fevereiro de 2021 informava que não havia nenhum caso registrado da doença no Brasil, porém circulava uma notícia falsa sobre um caso registrado em um hospital particular de São Luís. Mais do que desmentir o boato, a matéria mostrou a preocupação das autoridades maranhenses diante de um possível surto da doença no estado. Ou seja, temos aqui mais um episódio de evento local em São Luís com interesse e impacto estadual, uma situação que se comprovaria de extremo interesse público nos meses seguintes.

Ainda nesse tipo de notícia local-estadual, olhamos o peso desse item em cada veículo e percebemos uma quantidade expressiva de publicações com esse teor no jornal *O Progresso* (11,2%) em relação ao JMTV 1ª edição (1,5%) e Na Hora D (1%) (Tabela 7). Ora, como um jornal situado em Imperatriz pode ter tanta notícia local-estadual se não está inserido em uma rede de comunicação estadual conforme ocorre com os telejornais? Observando essa discrepância e recorrendo à leitura atenta das matérias referentes a esta porcentagem, percebemos a reprodução por parte do jornal impresso de dezenas de matérias advindas de assessorias de órgãos públicos e privados do estado, inclusive assinadas: Secap, Ascom TJMA, CCOMP-MA e Assessoria de Imprensa da Equatorial Energia Maranhão são exemplos.

Realmente são notícias de interesse para todo o estado, tais como: descontos e multas de IPVA, entrega de ambulâncias para cidades, redução do imposto do arroz, possibilidades de descontos na tarifa de energia elétrica, entre outras. Porém, isso põe a descoberto uma falta de problematização dos acontecimentos de interesse estadual pelo veículo analisado. Por exemplo, a matéria intitulada “Tarifa Social Baixa Renda pode garantir descontos de até 65% na conta de energia” fala sobre o direito de obtenção de descontos na conta de energia por parte de famílias maranhenses, mas não traz sequer um depoimento de uma família beneficiada, apenas as declarações de um analista comercial para explicar o programa. Como a matéria está assinada

pela assessoria, infere-se que ela reflete o posicionamento da empresa, encontrando acolhimento sem amplos questionamentos ou problematizações por parte do *O Progresso*.

Em menor quantidade, encontramos no mesmo veículo matérias autorais do tipo local-estadual tratando de assuntos esportivos ocorridos em São Luís, geralmente campeonatos envolvendo a participação de diversas cidades. De modo sintético, queremos dizer que a alta presença da notícia local-estadual no jornal *O Progresso* representa um fluxo de comunicação mais governamental e empresarial que se apropria das pautas com impacto no estado para promoção de medidas positivas. O porquê de encontrar ampla ressonância no impresso não foi objetivo desta pesquisa.

Acerca do **tipo de notícia estadual**, ela corresponde a 15,3% da apuração feita nos três meios. Esta porcentagem é maior do que a notícia local-estadual de 13,8% (Gráfico 13). Este dado contraditório seria difícil de ser admitido pelos jornalistas entrevistados, pois revela que os jornais locais têm noticiado, com frequência, acontecimentos de cidades maranhenses distantes à deriva da área de influência de Imperatriz. Porém, observando veículo por veículo, encontramos realidades totalmente opostas: o Na Hora D não teve nenhuma notícia de caráter estadual no período coletado, enquanto o JMTV 1ª edição contou com 18 inserções (9,2%) e *O Progresso* com 12 (6,1%) (Tabela 7).

Um pouco dessa discussão foi tratada logo no início desta seção, pois o habitual seria que todos os meios com sede na cidade de Imperatriz e intitulados locais tivessem uma porcentagem alta de notícias locais, mas o JMTV 1ª edição provoca esta assimetria em função de uma realidade particular e empresarial na qual aproveita conteúdo de outras praças. O estudo sobre a história da TV Mirante em Imperatriz, produzido por Reis e Macedo (2021, p.272), mostra que na década de 1990 os telejornais da emissora passaram a ser estadualizados com intercâmbio de matérias, naquela época, apenas entre São Luís e Imperatriz, porém “esse novo modelo de jornalismo estadualizado não agradou ao público, que ligava na emissora e reclamava da programação”. Ao que parece, mesmo sendo um jornal local, há evidências de contínua estadualização, conforme vimos.

*O Progresso* também costuma apresentar notícias de cidades distantes de Imperatriz, mas sem apresentar desproporcionalidade em relação ao local, local-regional e local-estadual. E, embora o Na Hora D não tenha publicado nenhuma matéria estadual durante uma semana, isto não quer dizer uma condição ideal, ou mesmo um caso exemplar, pois a depender dos valores-notícia, como veremos a seguir, a inserção de matérias de outras cidades pode conectar-se ao interesse do público local.

A respeito da tematização construída pelos três veículos jornalísticos analisados, a Tabela 8, exibida na sequência, mostra que “Polícia” (22,4%) e “Política” (16,8%) são os assuntos colocados no centro da atenção pública. Depois aparecem: “Esporte” (11,2%), “Saúde” (7,1%), “Infraestrutura” (6,6%), “Economia” (6,1%), “Cultura” e “Educação” (4,6%), “Religião” e “Trânsito” (4,1%), “Bairros”, “Meio Ambiente” e “Projetos Sociais” (3,6%) e “Outros” (1,5%).

Tabela 8 – Temas divulgados no JMTV 1ª edição, Na Hora D e O Progresso

Tema	Frequência	Percentual
Polícia	44	22,4%
Política	33	16,8%
Esporte	22	11,2%
Saúde	14	7,1%
Infraestrutura	13	6,6%
Economia	12	6,1%
Cultura	9	4,6%
Educação	9	4,6%
Religião	8	4,1%
Trânsito	8	4,1%
Bairros	7	3,6%
Meio ambiente	7	3,6%
Projetos sociais	7	3,6%
Outros	3	1,5%
Total	196	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora

As informações policiais presentes no noticiário de Imperatriz correspondem basicamente a crimes, que, segundo Hall et al (2016), são fenômenos permanentes e reincidentes na sociedade e, por isso, explorados pelos *media* de uma forma igualmente rotineira. Os autores ainda explicam que o ponto especial do crime como notícia é o estatuto da violência enquanto valor-notícia.

Qualquer crime pode ser levado à visibilidade noticiosa se estiver associada, visto a violência ser talvez o supremo exemplo das “consequências negativas dos valores-notícias”. A violência representa uma violação básica do indivíduo. [...] A violência é também o supremo contra a propriedade e contra o Estado. Representa, assim, uma ruptura fundamental na ordem social (HALL *et al*, 2016, p. 328).

Cabe pontuar que os crimes tematizados ocorrem, além da própria cidade média, em centros distantes de Imperatriz, como por exemplo, Codó, Santa Inês, Santa Luzia e Caxias. São notícias exibidas no JMTV 1ª edição e oriundas de outras praças da TV Mirante. Poucas ocorrências criminosas das cidades vizinhas, sob a influência imperatrizense, foram identificadas no período analisado.

A respeito da tematização política encontrada na pesquisa, ela segue a tendência identificada por Dornelles (2013) de comprometimento político dos veículos do interior com o *staff* governamental ou legislativo. De acordo com a autora, é comum encontrar nos jornais

matérias jornalísticas favoráveis a algumas correntes políticas, principalmente aquelas que estão no exercício do poder; a omissão do jornal em relação a desmandos do executivo, a práticas injustas e à negligência na administração pública, valorizando notícias contendo apenas um lado da história (DORNELLES, 2013, p.83).

Neste estudo, as matérias políticas em geral apenas divulgam eventos, ações, projetos e pronunciamentos de políticos ou do governo municipal e estadual. Não há críticas, problematizações, denúncias ou cobrança às autoridades, a não ser nas matérias de “bairros” e “infraestrutura”, onde observamos um tom de advertência dos problemas e registro de reivindicações da comunidade.

Quanto aos demais temas enfatizados nas notícias, os percebemos ancorados no cotidiano e nas necessidades das comunidades locais e regionais. No tema de “esporte”, as matérias trataram principalmente do time de futebol de Imperatriz; em “cultura”, as notícias pautaram com frequência os preparativos para o carnaval da cidade; no tema de “saúde”, as matérias abordaram desde eventos até campanhas de vacinação e prevenção no município e outras cidades da região; na temática de “educação”, as informações versaram, por exemplo, sobre o projeto da Universidade Estadual (o Caminhos do Sertão), palestras sobre gravidez nas escolas municipais, inscrições para cursos de especialização da UEMASUL; no tópico de “economia”, tivemos casos de matérias acerca do aumento do preço da gasolina nos postos de Imperatriz e do aquecimento das vendas no comércio para o carnaval; em “religião”, a cobertura do evento de apresentação do documento do Sínodo da Amazônia pelo bispo da igreja católica foi o principal conteúdo tematizado; na temática de “bairros” houve o registro de problemas – falta de água, ruas esburacadas, falta de iluminação pública – e cobrança dos moradores. Estas ocorrências, assim como outras tematizadas, são “assuntos de dentro”, de interesse direto e próximo do público local e/ou regional, que dificilmente são divulgados por veículos estaduais e nacionais.

Os temas encontrados na coleta são sustentados por diversos valores-notícia, por isso os dados desta categoria foram organizados manualmente, pois a contagem ultrapassa numericamente o valor fixo de 196 notícias coletadas. Dito de outro modo, uma notícia sobre crime, por exemplo, além de conter o valor-notícia tragédia/drama pode, a depender do fato, agregar proximidade, polêmica, justiça, impacto, entre outros. Partindo desse entendimento, 470 é o número de valores-notícia mobilizados pelas 196 matérias da nossa amostra. Desse total, a proximidade é o valor-notícia com mais inserções no noticiário, com 27,7%; seguido do impacto (22,3%), governo (13,6%), entretenimento/curiosidade (7%), conhecimento/cultura (5,7%), tragédia/drama (5,7%), justiça (5,5%), proeminência (4%), conflito e polêmica (3,8%), surpresa (0,9%) e raridade (0,6%) (Tabela 9).

Tabela 9 – Valores-notícia registrados nas informações imperatrizenses

Valor-notícia	Frequência	Percentual
Proximidade	130	27,7%
Impacto	105	22,3%
Governo	64	13,6%
Entretenimento/curiosidade	33	7,0%
Conhecimento/cultura	27	5,7%
Tragédia/drama	27	5,7%
Justiça	26	5,5%
Proeminência	19	4,0%
Polêmica	18	3,8%
Conflito	14	3,0%
Surpresa	4	0,9%
Raridade	3	0,6%
Total	470	100,0%

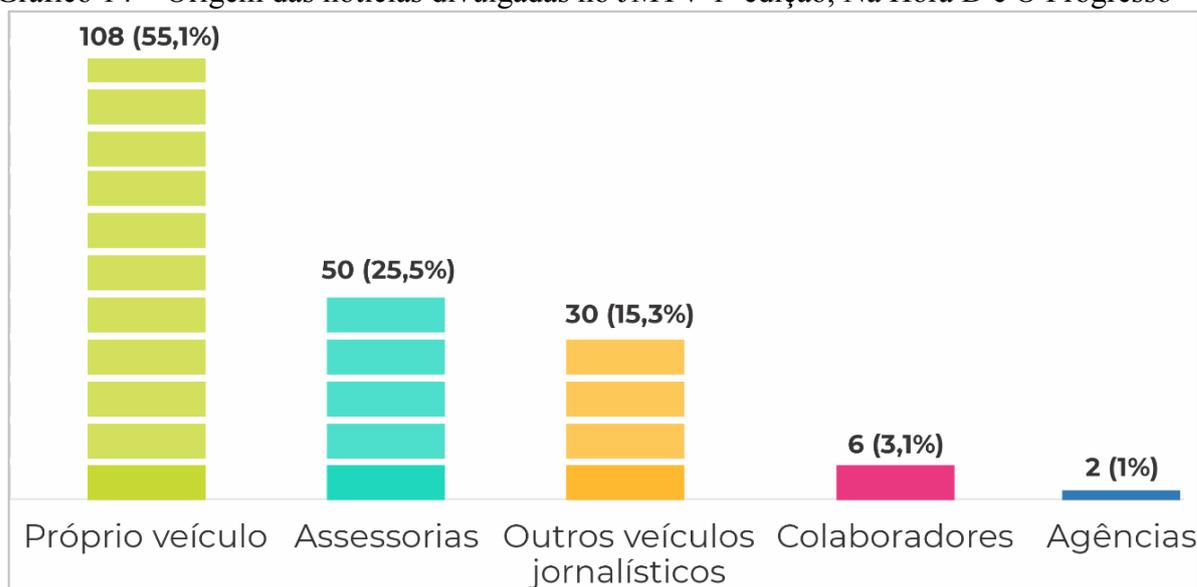
Fonte: Elaborado pela autora

A soberania da proximidade entre os valores-notícia corrobora com estudos anteriores (CAMPONEZ, 2002B; PERUZZO, 2003a, 2005; DORNELLES, 2010; FERNANDES, 2013; AGUIAR, 2016) que a consideram um elemento fundamental na imprensa do interior. Os acontecimentos que ocorrem mais perto dos moradores de Imperatriz e das cidades vizinhas, da região de influência, ou que estão ligados a eles por algum aspecto afetivo, cultural ou social prevalecem no noticiário investigado.

Outro aspecto que podemos depreender dos dados da proximidade é que sua vertente geográfica, reconhecida nas matérias regionais sobre João Lisboa, Davinópolis e Governador Edison Lobão, confirma os depoimentos dos jornalistas entrevistados sobre a predileção por informações das cidades mais próximas de Imperatriz devido às dificuldades de deslocamentos.

O impacto como o segundo valor-notícia mais encontrado nas matérias analisadas evidencia que os fatos que envolvem ou afetam um grande número de pessoas, como os locais-regionais e os locais-estaduais, são priorizados no noticiário imperatrizense. Os próprios jornalistas durante as entrevistas citaram o impacto como um dos crivos para escolher, por exemplo, entre um fato local e local-regional, ambos ocorrendo em Imperatriz, mas o local-regional tem prioridade em virtude da quantidade de pessoas que atinge e interessa.

Gráfico 14 – Origem das notícias divulgadas no JMTV 1ª edição, Na Hora D e O Progresso



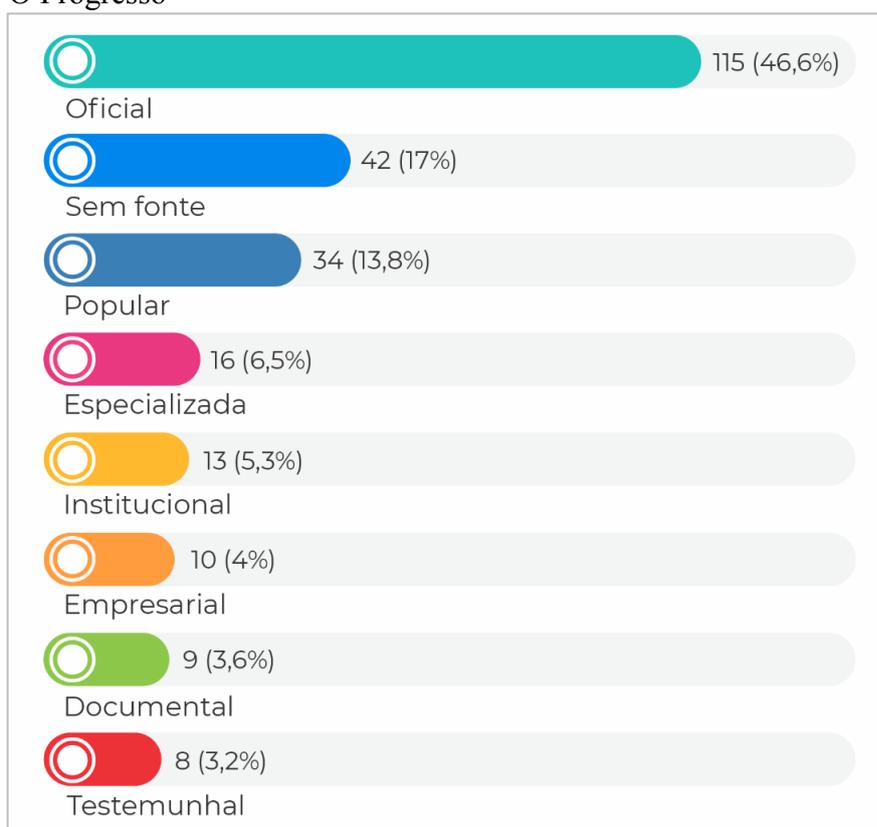
Fonte: Elaborado pela autora

Sobre a origem da notícia, o gráfico acima (Gráfico 14) evidencia que 55,1% das matérias são produzidas pelos próprios veículos de Imperatriz; 25,5% por assessorias; 15,3% por outros veículos jornalísticos concorrentes ou do mesmo grupo de mídia; 3,1% por colaboradores; e 1% são de agências. Nesse contexto, observamos que o alto índice de produção via assessorias, conforme antecipamos, ocorre basicamente via jornal *O Progresso* e trata-se exatamente de reprodução na íntegra da notícia, sem filtros feitos pelo veículo. Normalmente, as assessorias fornecem à imprensa *releases* para pautá-la, mas no caso do jornal imperatrizense, sabendo da abertura do impresso para publicação de notícias dos clientes, as matérias chegam prontas com o enfoque sempre positivo e fontes oficiais. Além disso, boa parte da origem da notícia provém de aproveitamento de matérias do mesmo grupo empresarial,

conforme ficou evidente no caso do JMTV 1ª edição. Ainda que a produção feita pelos próprios veículos ultrapasse mais de 50%, considera-se um quantitativo abaixo do esperado, uma vez que todos os veículos se propõem a cobrir a cena de Imperatriz e região.

Quanto às fontes, nos interessou constatar a presença dos tipos. Seguindo a contagem, encontramos: “Oficial” (46,6%), “Sem Fonte” (17%), “Popular” (13,8%), “Especializada” (6,5%), “Institucional” (5,3%), “Empresarial” (4%), “Documental” (3,6%) e “Testemunhal” (3,2%). Estas porcentagens fazem referência ao quantitativo de 247 fontes. Ou seja, coletamos a presença de 247 tipos de fontes nas 196 matérias. Evidenciamos que durante a análise de uma matéria, ao identificarmos uma fonte oficial, por exemplo, já colocávamos em nossa planilha e na presença de mais uma fonte oficial na mesma matéria esta não ia para a planilha, pois nosso objetivo foi identificar a presença do tipo e não fazer o quantitativo total das fontes das matérias; um dado interessante, mas não necessário para nossa investigação.

Gráfico 15 – Fontes identificadas nas notícias do JMTV 1ª edição, Na Hora D e O Progresso



Fonte: Elaborado pela autora

A forte presença de fonte oficial tem alta correlação com as matérias provenientes de assessorias, mas também por aquelas geradas pelos próprios veículos. São matérias com porta-vozes de cargos públicos. Em Imperatriz são as “preferidas da mídia, pois emite informação ao

cidadão e trata essencialmente do interesse público, embora possa falsear a realidade, para preservar seus interesses ou do grupo político” (SCHMITZ, 2011, p.25). Não é comum, mas é possível a realização de matérias “sem fonte”, geralmente as notas englobam mais esse aspecto. Por isso criamos a categoria “sem fonte” para captar tal situação e nos surpreendemos com esta sendo a segunda maior no quantitativo dos tipos de fontes. Isto revela a forte presença de matérias inteiramente descritivas, sem posicionamentos, sem outras versões do fato, com foco apenas na exposição do repórter/veículo. A maioria desse índice ocorreu na cobertura do jornal *O Progresso* em matérias sobre jogos de futebol e notícias policiais.

A fonte popular surge na cobertura dos meios atrelada principalmente a um contraponto sutil em relação às fontes oficiais (quando aparece). Percebemos quase um padrão: um buraco na rua, uma obra de infraestrutura, um evento, uma iniciativa do governo, entre outras abordagens, contata-se uma fonte oficial e uma fonte popular para confirmar o benefício, a oportunidade ou para expor a queixa que logo será resolvida pelo órgão competente. Os outros tipos de fontes foram: institucional, especializada, documental, empresarial e testemunhal, que tiveram dados similares, pois são acionadas conforme a conveniência e necessidade do tema.

Neste levantamento sobre os tipos de fontes é reforçada a importância de os jornalistas de Imperatriz manterem atualizada a lista de contatos dos representantes de órgãos oficiais das cidades da região de influência para acioná-los em determinadas pautas regionais, como fez o jornalista Josafá Ramalho no caso da escola de Governador Edison Lobão, comentado anteriormente. A preferência por fontes populares das cidades vizinhas em pautas locais-regionais enriquece o material jornalístico, à medida que contempla a audiência da área de influência. Reforçar o relacionamento com todos os tipos de fontes das cidades vizinhas pode ser uma chave para ampliar a pauta regional, uma vez que se trata de localidades sem produção noticiosa. Nesse processo, o jornalismo da cidade média consegue cumprir aquilo que para outros segmentos da Geografia já está bem adiantado: o papel de influência regional.

Como parte dos resultados apresentados neste capítulo, apresentamos a seguir os dados de consumo de notícias pelos moradores de Imperatriz nas diferentes mídias (jornal impresso, rádio, TV e internet) e o acesso à informação sobre a própria cidade.

### 5.5. Consumo de notícias

Neste tópico evidenciamos os dados da última etapa da pesquisa realizada em Imperatriz – o *survey* de consumo com os moradores. As informações apresentadas correspondem a 100

respostas recolhidas via questionário aplicado em espaços públicos da cidade no mês de fevereiro de 2019.

Tabela 10 – Dados sociodemográficos dos entrevistados em Imperatriz

Dados sociodemográficos		Cidade		Total	
		Imperatriz			
Sexo	Masculino	49	49,0%	49	49,0%
	Feminino	51	51,0%	51	51,0%
Idade	16 a 24 anos	37	37,0%	37	37,0%
	25 a 34 anos	21	21,0%	21	21,0%
	35 a 44 anos	22	22,0%	22	22,0%
	45 a 54 anos	13	13,0%	13	13,0%
	Mais de 55 anos	7	7,0%	7	7,0%
Escolaridade	Ensino Fundamental	14	14,0%	14	14,0%
	Ensino Médio	57	57,0%	57	57,0%
	Ensino Superior	29	29,0%	29	29,0%

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

A Tabela 10, acima, traça o perfil sociodemográfico dos entrevistados. Como podemos perceber, a participação dos habitantes do sexo feminino (51%) superou a do masculino (49%); e na idade, a faixa entre 16 a 24 anos (37%) foi a que mais respondeu a pesquisa. Em seguida, participaram mais expressivamente as faixas de 35 a 44 anos (22%) e de 25 a 44 (21%). A menor presença foi dos moradores entre 45 e 54 anos (13%) e com mais de 55 anos (7%).

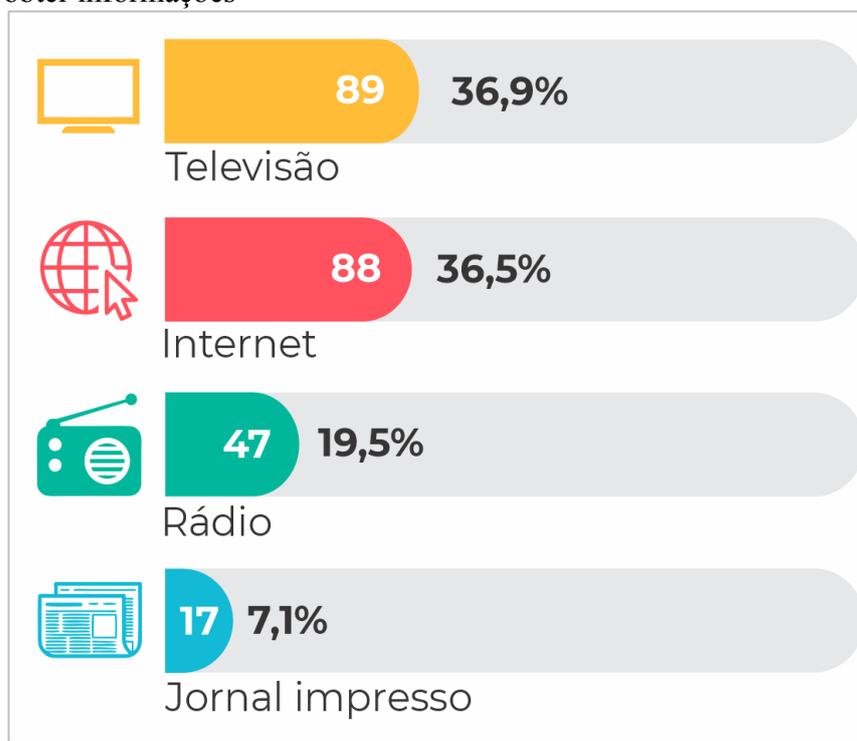
Quanto à escolaridade, 57% dos entrevistados possuem ou estão cursando o ensino médio, 29% o ensino superior e 14% o ensino fundamental. Não foram registrados participantes sem educação escolar, o que não significa que este perfil seja inexistente na cidade, até porque a taxa de analfabetismo no Maranhão em geral é elevada (PNAD, 2019). Mas a ausência deste tipo de entrevistado, mesmo nas faixas etárias mais velhas, em que há geralmente uma maior presença de analfabetos, sinaliza uma provável redução desse índice em Imperatriz.

Em relação à profissão dos participantes, tivemos respostas variadas, desde aquelas com pouco ou nenhum nível de instrução (vendedor, pedreiro, taxista, dona de casa, autônomo, balconista, motorista, repositor, vigilante, etc.) até as com mais instrução (professor, estudante,

funcionário público, enfermeira, técnica em edificações, administrador, designer, educador físico, jornalista, empresário, etc.).

A respeito dos dados do consumo de notícias, o Gráfico 16 mostra em conjunto as respostas positivas do acesso a cada mídia. A partir dos dados, observamos que a televisão (36,9%) é o meio mais utilizado pelos imperatrizenses para se manterem informados. Em seguida, aparece a internet (36,5%), o rádio (19,5%) e o jornal impresso (7,1%). Tal configuração coincide com os dados da Pesquisa Brasileira de Consumo de Mídia de 2016, na qual a TV (89%) aparece em primeiro lugar na preferência dos brasileiros como meio de informação, e a internet (49%) em segundo (SECOM, 2016).

Gráfico 16 – Mídias utilizadas pelos moradores de Imperatriz para obter informações

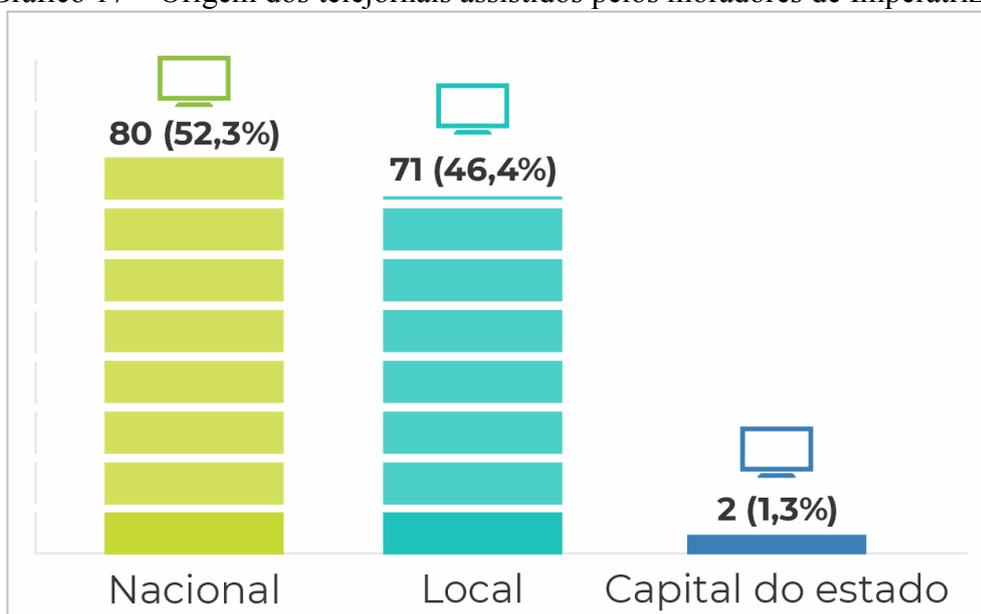


Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

Apesar da TV ser a mídia favorita dos imperatrizenses para acesso à informação, o consumo dos telejornais ocorre mais de forma irregular, “alguns dias da semana” (45%) e “finais de semana” (8%), do que regular, “todos os dias da semana” (36%). Esse resultado pode estar relacionado aos novos modos de assistir TV, que não se resumem hoje aos aparelhos tradicionais de televisão e à programação ao vivo, mas podem acontecer em outras telas (*smartphone*, celular, *tablets*) e posteriormente à exibição dos programas.

Os dados referentes à origem dos telejornais assistidos pelos entrevistados imperatrizenses (Gráfico 17) mostram que a maioria das produções (52,3%) é proveniente de São Paulo e do Rio de Janeiro. A título de ilustração, podemos citar: “Jornal Nacional”, “Band News”, “Globo News”, “Jornal Hoje”, “SBT Brasil”, “Jornal do SBT”, “Jornal da Record”, “Cidade Alerta” e “Bom dia Brasil”. Os telejornais locais, de Imperatriz, foram mencionados por 46,4% dos participantes e os estaduais, de São Luís, por 1,3%. Os nomes indicados foram: “Bom dia Mirante” e “JMTV 1ª e 2ª edição”, da TV Mirante; “Na Hora D”, “Bandeira 2” e “Ronda Cidadã”, da TV Difusora Sul.

Gráfico 17 – Origem dos telejornais assistidos pelos moradores de Imperatriz



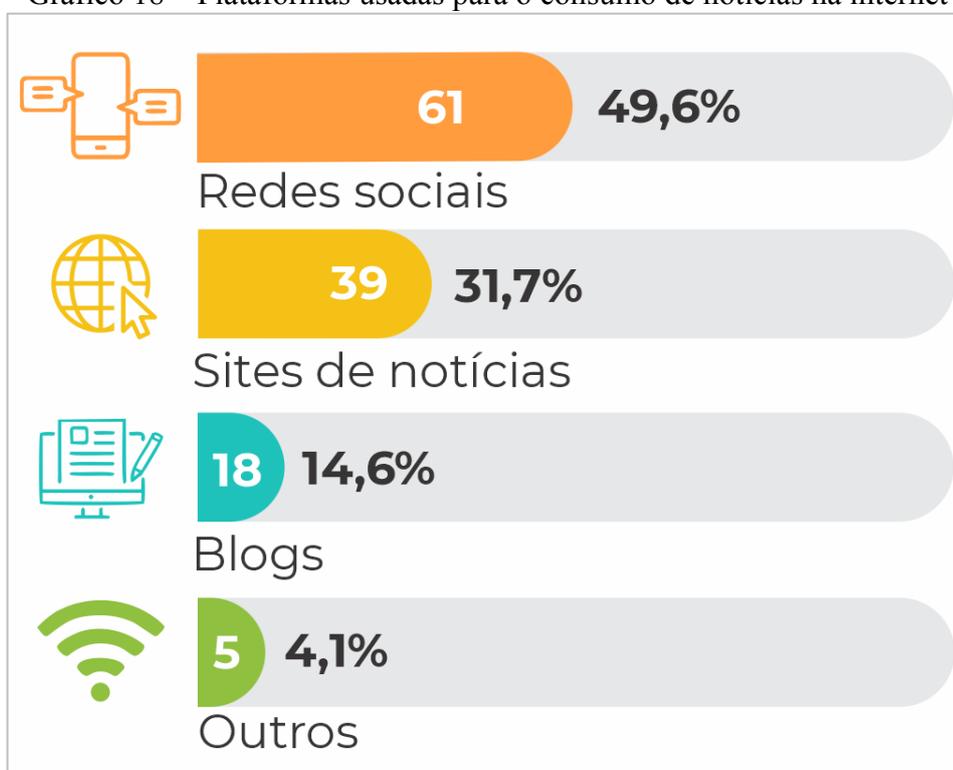
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

Chama atenção neste caso a predileção do público de Imperatriz por telejornais nacionais ao invés dos locais, mesmo havendo uma expressiva oferta na cidade. Uma possível explicação para isso é a falta de identificação, de reconhecimento dos imperatrizenses com as agendas locais, que os impulsionam a querer consumir notícias de abrangência nacional.

Avançando nos dados sobre o consumo na internet, verificamos que em Imperatriz essa é a mídia acessada com maior regularidade pelos entrevistados: 73% dos entrevistados afirmaram que leem notícias online diariamente e 13% disseram que leem em “alguns dias da semana”. Somente 2% dos moradores disseram que consomem notícias na internet aos “finais de semana”. A partir desse dado, é possível notar que o acesso à informação via as tecnologias digitais já é uma prática habitual, está presente no cotidiano das pessoas.

Os principais dispositivos indicados pelos entrevistados para consumo de notícias na internet foram: celular (78%), *notebook* (15%) e computador de mesa (7%). Em decorrência disso, as redes sociais (Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, etc.) aparecem na pesquisa como as plataformas digitais mais acessadas para o acesso à informação, com 61 (49,6%) respostas. Depois vieram os *sites* de notícias, com 39 (31,7%) ocorrências, os *blogs* com 18 (14,6%) e a categoria ‘outros’ com cinco (4,1%) indicações, conforme demonstra o Gráfico 18. Cabe destacar que os ‘outros’ correspondem à ferramenta de notícias do Google – o *Google News*.

Gráfico 18 – Plataformas usadas para o consumo de notícias na internet



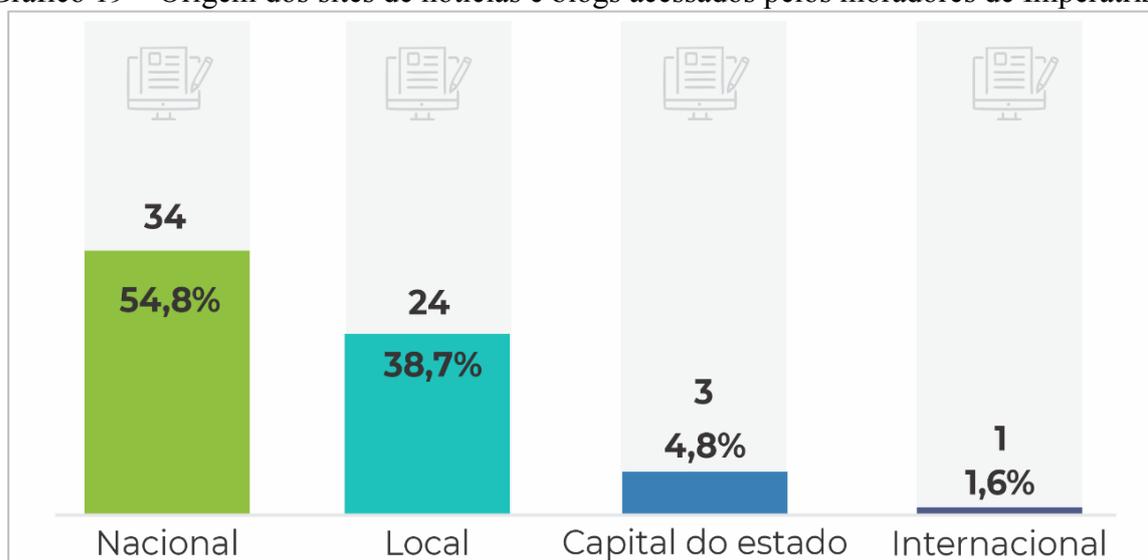
Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

Os resultados evidenciam os efeitos da plataformização do jornalismo (JURNO; D'ANDREA, 2020) e das notícias (MATTOS, 2021), que ocorre quando as organizações jornalísticas passam a fornecer seus conteúdos por meio das plataformas digitais, como Facebook, Twitter, Instagram. Nesse ambiente,

as notícias tendem a circular como conteúdos únicos, fora das narrativas tradicionais dos jornais, telejornais ou boletins informativos de rádio, influenciados pela curadoria algorítmica das plataformas e pelo potencial de partilha dos utilizadores comuns, que geralmente consomem estes conteúdos por smartphones e sem sair das redes, com ferramentas como o *Instant Articles* do Facebook (MATTOS, 2021, p. 02).

Ao analisar a origem dos *sites* de notícias e *blogs* acessados pelos entrevistados, os dados mostram que os veículos nacionais (do eixo Rio-São Paulo), mantidos por grupos ou empresas de mídia nacionais e internacionais, foram os que tiveram o maior percentual de respostas – 54,8%. Alguns dos citados foram: “G1” (Globo), “Globo.com” (Globo), “UOL” (Folha), “R7” (Record), “El País Brasil<sup>53</sup>” (PRISA), “Estadão” (Estado), “Folha de São Paulo” (Folha), “BBC Brasil” (BBC) e “DW Brasil” (DW). Depois destes, os *sites* e *blogs* locais foram os mais mencionados, contabilizando 38,7% das respostas (Gráfico 19). São eles: “Asmoimp” (*blog*), “Imperatriz online” (*site*), “Notícia da foto” (*blog*), “Blog da Kelly” (*blog*) e “Correio” (*site*). Por último, apareceram os *sites* da capital do estado (4,8%) – “Imirante” e “G1 Maranhão” – e internacionais (1,6%) – El País Internacional.

Gráfico 19 – Origem dos sites de notícias e blogs acessados pelos moradores de Imperatriz



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

O destaque do gráfico está, assim como no caso da televisão, na predominância de *sites* nacionais sobre os locais. Neste caso, diferente dos telejornais, a explicação pode ser atribuída ao próprio cenário do webjornalismo em Imperatriz, que ainda não possui *sites* de notícias com uma produção noticiosa consolidada, conforme demonstrado no mapeamento dos serviços de mídia da cidade.

Outro aspecto interessante que os dados revelam é a presença significativa dos *blogs* como mídias de informação local. Isso tem a ver com a facilidade técnica e o baixo custo de manutenção dos *blogs*, que, segundo Barros (2020), favorecem o seu desenvolvimento em quantidade elevada em diversas cidades maranhenses. Apenas em Imperatriz foram

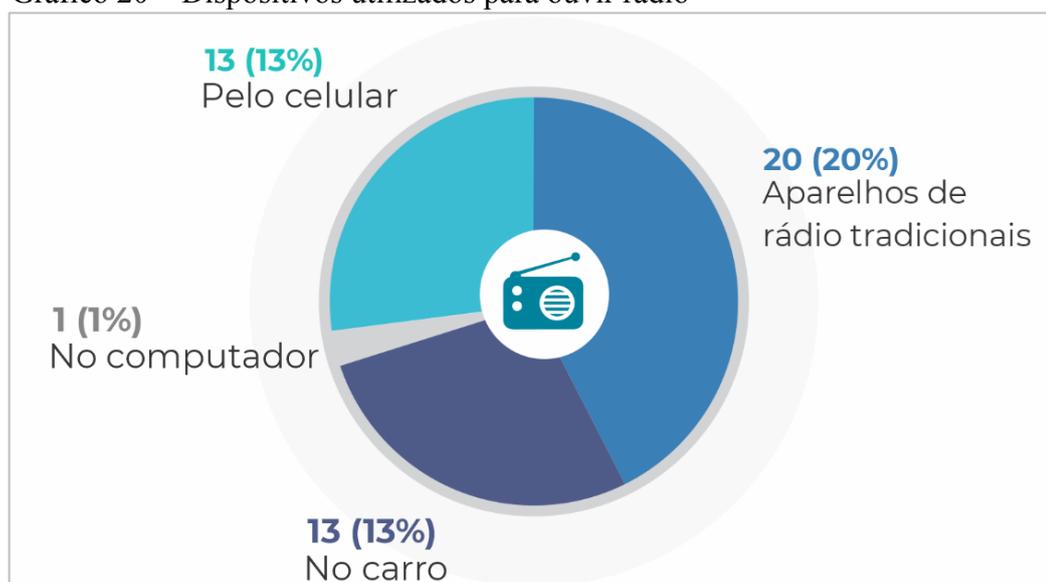
<sup>53</sup> O El País Brasil encerrou suas atividades em dezembro de 2021.

identificados 26 *blogs* ativos, desenvolvidos majoritariamente por homens e apresentando a seguinte estrutura: a) hospedagem nas plataformas *Blogger* e *WordPress*; b) frequência de postagens de pelo menos três a quatro vezes por semana; c) temáticas principais de política e polícia; e d) presença de anunciantes em suas páginas (BARROS, 2020).

Sobre os dados de consumo do rádio, ele é o único meio com origem exclusivamente local, ou seja, nenhum dos entrevistados disse que ouvia veículos fora de Imperatriz – de localidades vizinhas, São Luís ou outras cidades do Brasil. As rádios indicadas pelos entrevistados foram: “Nativa” (99,5 FM), “Terra” (100,3 FM), “Mirante” (95,1 FM), “Difusora Sul” (105,1 FM) “Líder” (102,9 FM) e “Cidade Esperança” (106,9 FM). Esse resultado demonstra a existência de uma audiência radiofônica local muito forte em Imperatriz, que pode ser observada e melhor explorada pelas emissoras para o desenvolvimento de programas jornalísticos.

A respeito dos dispositivos usados para o consumo de conteúdo via rádio, o Gráfico 20 evidencia que o aparelho tradicional continua sendo o mais adotado no cotidiano dos imperatrizenses, com 20% das respostas. Na sequência aparece o celular, com 13%, o rádio no carro, com 13%, e o computador, com 1%. A presença do celular e do computador entre as respostas é reflexo da configuração atual do rádio, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para outras plataformas: celulares, *smartphones*, computadores, *notebooks*, *tablets* e tocadores multimídia (KISCHINHEVSKY, 2016).

Gráfico 20 – Dispositivos utilizados para ouvir rádio



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

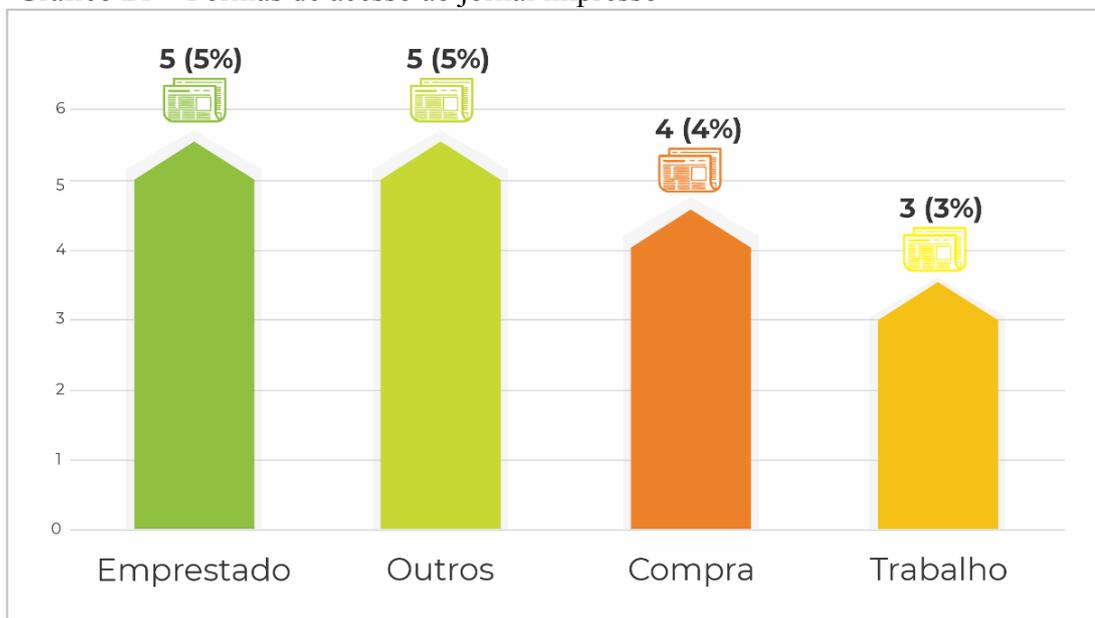
Quando questionados sobre a frequência do consumo, 27% dos entrevistados disseram que ouvem rádio “alguns dias da semana”, 13% afirmaram “todos os dias”, 4% responderam

“raramente” e 3% declararam aos “fins de semana”. Verifica-se, portanto, que a audição de rádio não é um hábito frequente dos entrevistados, ocorrendo mais de forma irregular.

Comentando agora os dados do jornal impresso, percebemos que além de ser a mídia de menor consumo (7,1%) em Imperatriz, é a que apresenta a menor frequência de acesso. Dos 17 leitores de jornais, somente três disseram que leem jornais “todos os dias”, oito entrevistados afirmaram que leem “apenas alguns dias da semana”, três “aos finais de semana” e três “raramente”.

Os jornais indicados para leitura pelos participantes foram os dois veículos existentes em Imperatriz na época da pesquisa – *O Progresso* e *Correio*<sup>54</sup> – e o impresso de São Luís – *O Estado do Maranhão*<sup>55</sup>. Eles eram mais lidos na versão impressa (12%) do que digital (2%) e adquiridos da seguinte forma: 5% “emprestado”, 5% “outros”, 4% “compra” e 3% “no trabalho” (Gráfico 21). A resposta “outros” compreende os casos em que os entrevistados recebiam o jornal *Correio* por WhatsApp, faziam a leitura na banca de jornal, mas sem comprar, e quando recebiam o impresso esporadicamente de alguém.

Gráfico 21 – Formas de acesso ao jornal impresso



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

Os dados apontam um problema já identificado por Lippmann (2010) no início da década de 1920 e que persiste no atual modelo de negócios do jornalismo impresso: o pagamento pelo acesso a notícias. De acordo com Lippmann (2010, p.277), o “[...] cidadão pagará por seu telefone, suas viagens por trem. Por seu carro, sua diversão. Mas ele não pagará

<sup>54</sup> O jornal *Correio* deixou de circular em papel em 2017 e por WhatsApp em 2019.

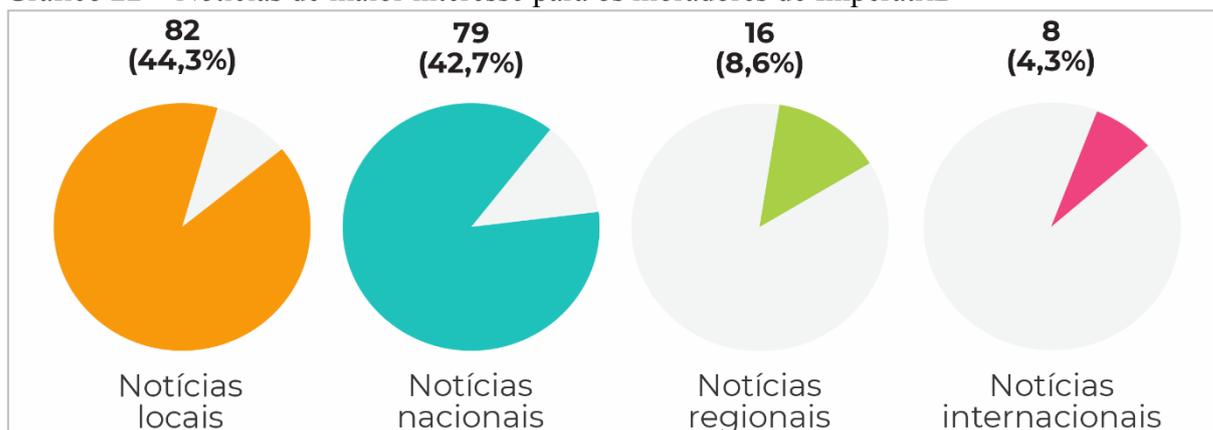
<sup>55</sup> *O Estado do Maranhão* encerrou suas atividades no estado em outubro de 2021.

facilmente por suas notícias”. Essa realidade se confirma em Imperatriz quando vemos os leitores consumindo mais os jornais por empréstimo ou formas gratuitas do que por pagamento.

O gráfico a seguir (Gráfico 22) apresenta os tipos de notícias que mais interessam aos imperatrizenses. Do total de respostas reunidas, 82 (44,9%) referem-se às notícias locais (44,9%); 79 (42,7%) às informações nacionais; 16 (8,6%) às regionais; e oito (4,3%) às internacionais. Ou seja, o público aprecia mais as notícias sobre Imperatriz do que de outros lugares. Consideramos que este resultado está diretamente relacionado à presença de produção jornalística na cidade.

Outra possível explicação para a preferência por notícias locais pelo público imperatrizense está na ação do seu consumo, orientada pela necessidade de consumir notícias reconhecidas como importantes (SILVA; SOARES, 2011) e essenciais para a vida cotidiana, como por exemplo, informações da política local, saúde, educação, transporte, oportunidades econômicas, etc.

Gráfico 22 – Notícias de maior interesse para os moradores de Imperatriz



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

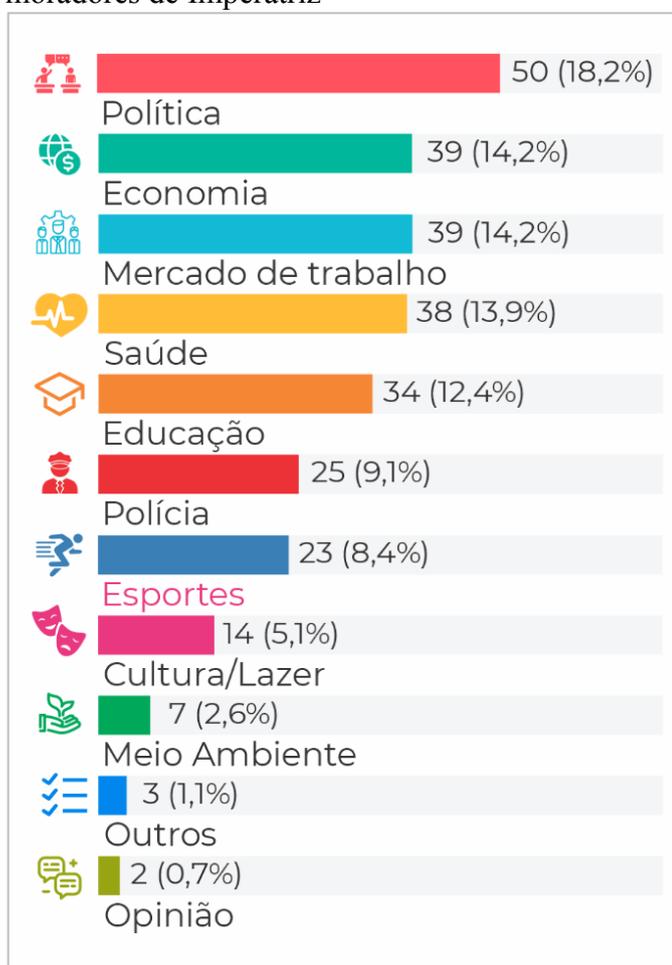
Dentre os temas que mais interessam os entrevistados, “Política” foi o com maior número de citações, reunindo 18,2% das respostas. Depois foram mencionados: “Economia” (14,2%), “Mercado de trabalho” (14,2%), “Saúde” (13,9%), “Educação” (12,4%) “Polícia” (9,1%), “Esportes” (8,4%), “Cultura/Lazer” (5,1%), “Meio ambiente” (2,6%), “Outros” (1,1%) e “Opinião” (0,7%) (Gráfico 23). É possível inferir que a predileção temática da política está associada à elevada oferta de assuntos políticos pelos veículos jornalísticos locais, como demonstramos na análise de conteúdo.

A inclinação temática apontada pelos participantes mostra que as notícias de interesse público – *hard news* – ainda se sobressaem sobre aquelas caracterizadas como *soft news* (TCHUMAN, 1983). Ou seja, as pessoas estão mais interessadas e conferem maior atenção aos

assuntos que geram implicações diretas sobre suas vidas do que informações de entretenimento, envolvendo celebridades e curiosidades.

No quesito relacionado à informação local, o Gráfico 24 revela que a televisão (37,9%) é o meio mais usado pelos entrevistados de Imperatriz para saber dos acontecimentos da cidade e assuntos de interesse da comunidade. Os grupos de WhatsApp (25%) aparecem em segundo lugar entre as alternativas de fonte de informação e conhecimento da realidade local. Dois aspectos são aqui significativos: a) a correlação entre a produção jornalística das TVs e o consumo de notícias locais; e b) a credibilidade que as mídias tradicionais ainda possuem perante o público.

Gráfico 23 – Temas mais interessantes para os moradores de Imperatriz



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

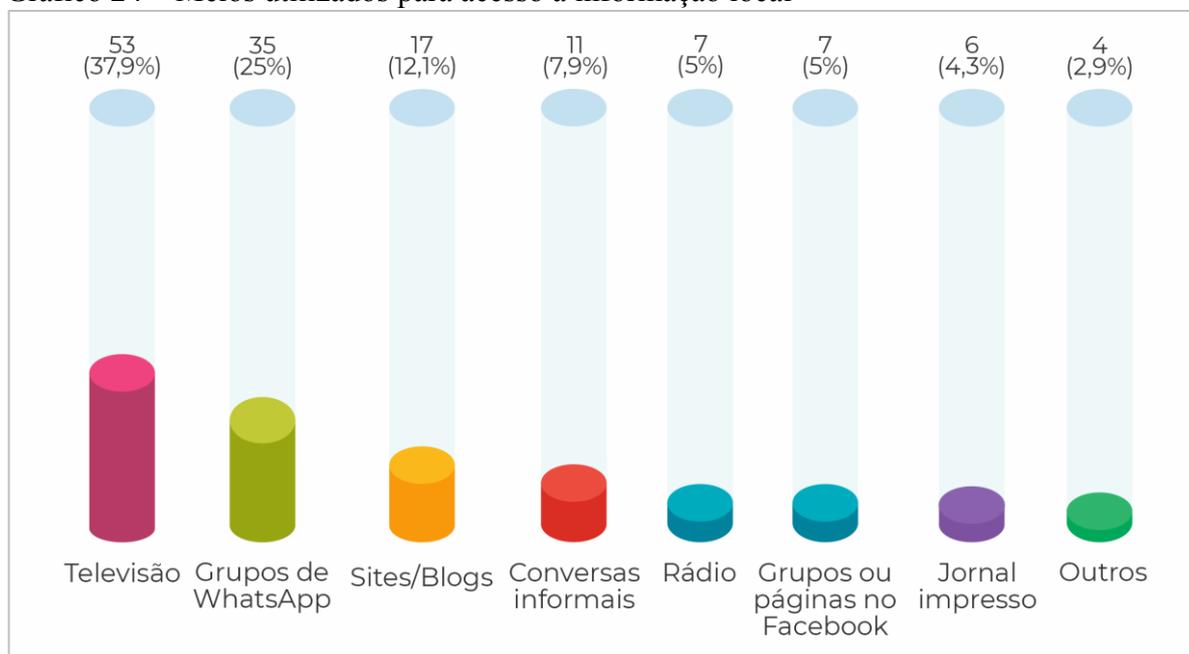
Os demais meios assinalados pelos participantes para acesso à informação local foram os seguintes: “*Sites/Blogs*” (12,1%), “*Conversas informais*” (7,9%), “*Rádio*” (5%), “*Grupos ou páginas no Facebook*” (5%); “*Jornal impresso*” (4,3%) e “*Outros*” (2,9%). Em meio a estas

respostas é curioso o número de indicações das conversas informais no contexto de uma das maiores cidades do Maranhão, com diversos serviços de mídia em funcionamento. Consideramos que esse dado é fruto das características e hábitos rurais que ainda integram a paisagem urbana de Imperatriz. Segundo Lima (2005),

Na década de 1980, Imperatriz se tornara a segunda cidade mais populosa do estado do Maranhão, no entanto, a maioria dos bairros formados pelos diversos trabalhadores rurais e suas famílias, mais se aproximam dos chamados “povoados”, apresentando fortes características rurais dado à configuração e dinâmica da cidade, sobretudo de alguns bairros. A mudança desses trabalhadores rurais para a cidade não implicou, pelo menos em parte, na mudança de suas atividades econômicas, de suas relações sociais, e de seu modo de viver. Ou seja, embora morando na cidade, continuam mantendo as atividades e o modo de viver, que foram trazidos de sua experiência do meio rural (LIMA, 2005, p. 7784).

Os dados também mostram que os *sites* de notícias e *blogs*, apesar de serem iniciativas recentes, possuem uma aderência maior do público imperatrizense do que os meios tradicionais no município, como o rádio e o jornal impresso. A situação pode ser explicada pela ausência de produção jornalística local nas emissoras de rádio e a escrita autoral limitada nos meios impressos.

Gráfico 24 – Meios utilizados para acesso à informação local



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados com a pesquisa survey

As respostas sobre os grupos ou páginas no Facebook e os perfis no Instagram, que surgem na categoria “Outros”, dão pistas de dois cenários que precisam ser investigados em pesquisas futuras. Um deles é a apropriação das redes sociais pelos moradores da cidade para veiculação de conteúdos de interesse da comunidade, as chamadas mídias hiperlocais

ascendentes (MEULENAERE et al, 2020). O outro é o uso das redes sociais para divulgação de informação por veículos jornalísticos e/ou profissionais da imprensa de Imperatriz.

Na última pergunta, os entrevistados foram questionados sobre a condição de Imperatriz como um polo regional de notícias: 89% dos entrevistados disseram perceber a polarização e influência do jornalismo imperatrizense na região e 11% afirmaram não perceber nenhum tipo de polarização jornalística. As justificativas apresentadas pelos moradores que consideraram Imperatriz como um polo noticioso estão associadas aos seguintes aspectos:

- a) *tamanho territorial-demográfico* – “Imperatriz é uma cidade grande”, “É a segunda maior cidade do estado”, “É uma cidade grande e com muito suporte para atender a região”, “É uma cidade grande com movimentos de muitas pessoas de outros estados”, “Imperatriz é uma metrópole para a região”;
- b) *quantidade e diversidade de meios de comunicação* – “Tem muitos jornais na cidade”, “A cidade tem vários sites e canais de informação”, “Imperatriz tem jornal, rádio, televisão e outros meios de comunicação”, “Tem várias emissoras de televisão e rádio na cidade”;
- c) *quantidade e qualidade das notícias* – “A cidade possui muitas notícias”, “Imperatriz tem muita notícia”, “Em Imperatriz acontecem muitos fatos”, “As notícias de Imperatriz são bem produzidas”, “Imperatriz gera muita notícia”, “Em Imperatriz tem tudo de notícia”, “Imperatriz tem muita notícia daqui e das cidades de perto”, “É uma cidade que gera notícias 24 horas”, “Os jornais de Imperatriz conseguem passar notícias com qualidade”;
- d) *recebimento e distribuição de fluxos de informação* – “Tudo que acontece nas outras cidades vizinhas passa nos jornais de Imperatriz”, “Os meios de comunicação de Imperatriz conseguem abranger muitas cidades vizinhas”, “Imperatriz espalha muita notícia para a região”, “Os jornais de Imperatriz repercutem casos que acontecem fora da cidade – de outras localidades da região”.

O próximo tópico, de encerramento deste capítulo, traz os apontamentos gerais sobre os serviços de mídia e a atividade jornalística em Imperatriz. Retomamos com eles os achados midiáticos da pesquisa em 18 cidades pequenas da região para pensar a condição de influência regional do jornalismo imperatrizense.

## 5.6 Por um jornalismo de influência regional: anotações da pesquisa

“A realidade é sempre mais rica que as nossas teorias” (Corrêa, 1994). Neste sentido, o que foi apresentado no decorrer deste capítulo e do anterior são elementos produzidos a partir da realidade midiática de Imperatriz e sua região, que nos ajudam a pensar uma nova abordagem para o jornalismo regional. Encaminha-nos para o entendimento do jornalismo regional não apenas como um contraste ao noticiário/jornalismo nacional ou como uma prática isolada e supervalorizada (PINTO, 2015), mas como um jornalismo de influência, que se torna referência para as pequenas cidades da região.

Para melhor explorar essa ideia, fazemos a triangulação dos achados da pesquisa empírica em Imperatriz e nas 18 cidades pequenas da sua área de influência (Regic, 2018). Agrupamos os resultados em torno de três eixos principais – a) infraestrutura de mídia; b) produção de informação local; e c) consumo de notícias – com o intuito de perceber a centralidade midiática e a importância do jornalismo imperatrizense no seu entorno regional.

A *infraestrutura de mídia* corresponde aos sistemas técnicos utilizados para a distribuição de informação no território. Em Imperatriz, esse tipo de infraestrutura está presente desde a década de 1930 por meio dos jornais impressos, mas só se consolidou a partir dos anos 1970 com o desenvolvimento econômico da cidade e a instalação das mídias audiovisuais (emissoras de rádio e TV). No caso das pequenas cidades, as mídias se estabeleceram, de modo geral, a partir de 1990, apresentando discontinuidades no seu funcionamento ao longo do tempo.

A infraestrutura de mídia imperatrizense, comparada à das pequenas cidades, apresenta maior influência no contexto regional por apresentar “firmas de alta ordem de especialização da produção, no caso as emissoras de TV aberta, jornais diários, emissoras de rádio FM” (Deolindo, 2016). O jornal impresso e as redes de televisão aberta, inclusive, são fatores considerados pelo Regic 2018 (IBGE, 2020) para estabelecer a centralidade das cidades em relação aos fluxos informacionais emitidos e recebidos nos centros urbanos.

O município onde se localiza a sede da geradora de televisão e de cada uma de suas afiliadas figura, via de regra, entre aqueles com maior centralidade em sua área, devido à necessidade de haver facilidades tecnológicas locais, tais como a cobertura por linhas de transmissão que permitam a retransmissão do sinal, a presença de equipes técnicas especializadas em suporte e manutenção vinculadas às emissoras, além do potencial econômico e social, este último vinculado, sobretudo, à publicidade e aos mercados regionais (IBGE, 2020, p. 123).

Nas pequenas cidades, as mídias são de baixa ordem (Deolindo, 2016), ou seja, são estruturas mais simples tecnicamente, de baixo custo de operação e passíveis de serem encontradas em centros urbanos de todos os níveis hierárquicos. São classificadas neste estudo em três tipos: 1) analógicas “artesanal” – sistemas de alto-falantes fixos instalados em torres

(voz) ou em postes de energia elétrica (rádios cipós); 2) analógicas “tradicionais” – rádios comerciais, rádios comunitárias e jornais impressos mensais; e 3) digitais – web rádios, *blogs*, portais de notícias, canais no YouTube e jornais por WhatsApp.

Os resultados de infraestrutura confirmam a observação de Deolindo (2016, p. 275) de que as mídias mais sofisticadas e complexas estão sediadas em cidades de maior nível hierárquico “[...] com maior demografia, arrojo econômico, um mercado dinâmico e um contexto sólido de produção técnica, cultural, intelectual e artística, além de uma tradição de produção midiática”. Essas características foram encontradas em Imperatriz, mas não nas pequenas cidades do entorno.

Com relação aos fluxos produzidos pelas mídias (os fixos), observamos que os de Imperatriz, sobretudo os produzidos pelas emissoras de rádio e TV, conferem centralidade à cidade, pois extravasam os limites do seu território e do próprio estado, atingindo as regiões central, sudoeste e sul do Maranhão, extremo norte do Tocantins e sudeste do Pará. Este alcance coincide com o dos fluxos do comércio atacadista e varejista, dos serviços de saúde e educação superior de Imperatriz (SOUSA, 2015) e corrobora com a formação da área de influência compartilhada entre Imperatriz e Araguaína, no Tocantins. Segundo Antero (2019, p.9), “Imperatriz, adentra área de influência de Araguaína no extremo norte do Tocantins, entre Araguatins, Augustinópolis, Axixá do Tocantins, Buriti do Tocantins, Cachoeirinha, Carrasco Bonito e Esperantina”.

Importante ressaltar que os fluxos informativos das mídias de Imperatriz correspondem a um “alcance potencial”, ou seja, a possibilidade técnica de circulação estimada pelas rádios, TVs e o jornal impresso. Se olharmos para a circulação efetivamente realizada no território, o “alcance territorial”, provavelmente este será menor (PASTI, 2013). Mesmo assim, isso não diminui a relevância de Imperatriz na região estudada, tendo em vista que os fluxos gerados pelas pequenas cidades, principalmente pelas rádios cipós e emissoras comunitárias, possuem um alcance estritamente local.

A *produção de informação local* compreende a elaboração de mensagens sobre acontecimentos, personalidades e assuntos de interesse das comunidades. Neste quesito, os dados convergem, confirmando a hegemonia de Imperatriz na região. A cidade é a única com redações jornalísticas estruturadas, sobretudo as emissoras de TVs, profissionais formados em jornalismo ou com longa experiência de mercado e produção diária de conteúdo jornalístico, em diferentes formatos – notícias, entrevistas, reportagens, etc.

Além destes aspectos, a produção imperatrizense consegue contemplar notícias locais, de interesse apenas para seus moradores, e também notícias que interessam e afetam aos sujeitos

das cidades pequenas da região, com notícias locais-regionais ou “polarizadoras”. Geralmente são informações relacionadas a serviços e instituições instaladas em Imperatriz que atendem às populações da região, eventos capazes de atrair pessoas do entorno regional para Imperatriz e atividades esportivas com implicações afetivas e ideológicas sobre as pessoas de outras cidades.

A cobertura regional, apesar de enfrentar dificuldades com os deslocamentos até as cidades, está presente no cotidiano das mídias imperatrizenses, facilitada pelo WhatsApp que favorece o processo de apuração e construção da notícia a distância, por meio de mensagens de texto, áudios, vídeos e fotos. Em caso de deslocamentos, as cidades mais próximas geograficamente de Imperatriz são privilegiadas na rotina produtiva das TVs e as mais afastadas são visitadas apenas quando há fatos factuais.

Na produção regional, percebemos, tanto nos relatos dos jornalistas entrevistados quanto na análise de conteúdo, o papel de mediação das reivindicações das pequenas comunidades. Os veículos jornalísticos de Imperatriz, especialmente as TVs, são vistos pelos moradores das cidades vizinhas como verdadeiros fóruns regionais, onde é possível relatar problemas e cobrar soluções dos poderes públicos ou entidades responsáveis.

Por outro lado, a produção de informação local nas pequenas cidades é precária e praticamente inexistente. As rádios comunitárias transmitem mais a exibição de músicas, programas religiosos, prestação de serviço e reprodução de conteúdo informativo coletado em agências de notícias, *sites* e *blogs* regionais e nacionais. A informação local, quando existe na programação, é aquela que chega até os comunicadores via WhatsApp e é informada de modo improvisado, às vezes sem apresentar sequer o *lead* completo, contextualização, apuração, fontes e tantos outros elementos da notícia.

As rádios cipós funcionam como serviços de publicidade, com prestação de serviço (documentos perdidos, notas de falecimento, divulgação de eventos, recados para moradores da área rural, etc.) e músicas. A informação local, assim como nas emissoras comunitárias, quando chega aos locutores é transmitida de maneira bem simples, sem uma estrutura e tratamento jornalístico.

Nos *blogs*, um dos meios mais presentes nas pequenas cidades, prevalecem as reproduções de *releases* e notícias de *sites* regionais e nacionais. As informações locais apenas divulgam as ações dos gestores e administração pública, situação oriunda das vinculações políticas que os blogueiros possuem com as prefeituras e câmaras municipais.

Por essas situações que interferem na qualidade da informação local, consideramos as pequenas cidades da região de influência de Imperatriz como “desertos de notícias”, conforme o conceito de Abernathy (2016). São locais que, apesar de infraestrutura de mídia, não

produzem notícias e conteúdo informativo capaz de atender às necessidades específicas da comunidade, de contribuir para a compreensão da realidade local e reforço ou formação de identidades culturais (PERUZZO, 2003).

Convém destacar que esta constatação contraria a classificação do Atlas da Notícia (PROJOR, 2021), que considera, por exemplo, Amarante do Maranhão, João Lisboa, Governador Edison Lobão, Cidelândia, São Francisco do Brejão, como “quase desertos de notícias” por possuírem um ou dois veículos jornalísticos em seus territórios. Essa presença é quantitativa, mas não qualitativa, porque não garante conteúdo informativo resultante da prática jornalística.

*O consumo de notícias* é o momento em que o público tem acesso às mensagens informativas produzidas pelas mídias. É considerado por Sposito et al (2007) como um dos aspectos fundamentais para pensar os papéis regionais e de intermediação das cidades médias.

Nesse aspecto, os principais pontos em comum no consumo das cidades de Imperatriz, Lajeado Novo e Ribamar Fiquene são: a) a televisão é o principal meio de acesso à informação, seguida pela internet, rádio e jornal impresso; b) a internet é o meio com maior frequência e regularidade de uso; c) os celulares e as redes sociais são os dispositivos e as plataformas mais adotadas pelos entrevistados para consumir informação na internet; d) o rádio é a mídia de maior proximidade, já que as emissoras ouvidas são locais ou regionais; e) os aparelhos tradicionais são os dispositivos preferidos para consumo de conteúdo radiofônico; e f) a versão em papel é predominante entre aqueles que leem jornal impresso.

A origem dos telejornais, programas de rádio, *sites/blogs* e jornais impressos acessados pelos entrevistados mostrou que Imperatriz é uma das principais referências no consumo de informação de proximidade. Em todos os quatro itens, as produções imperatrizenses foram indicadas pelos moradores, com destaque para os programas radiofônicos e *sites/blogs*. O consumo dos telejornais imperatrizenses apareceu de forma inexpressiva nas cidades de Lajeado e Ribamar devido aos problemas de acesso ao sinal das TVs, enquanto que na própria cidade de Imperatriz, onde são produzidos, ele acontece com mais facilidade. Os jornais impressos editados em Imperatriz prevalecem entre os títulos lidos pelos moradores das três cidades investigadas.

Em relação às notícias que mais interessam aos moradores das cidades de Lajeado, Ribamar e Imperatriz, percebemos uma correlação entre a produção de informação e a preferência noticiosa dos moradores. Nas duas pequenas cidades com uma produção de informação local limitada, as notícias nacionais são as que mais interessam. Já em Imperatriz,

que possui produção informativa diária, as notícias locais são as que chamam mais atenção e despertam maior interesse dos entrevistados.

Os meios de acesso à informação local são também diferentes entre as pequenas cidades e a cidade média. Em Lajeado Novo e Ribamar Fiquene, as conversas informais são as formas mais utilizadas pelos moradores para saber dos acontecimentos locais, enquanto em Imperatriz, a televisão, por meio dos telejornais, é o principal veículo de informação local. Esses resultados, assim como os da preferência noticiosa, podem estar associados à presença de produção informativa nas cidades.

A configuração de Imperatriz como um polo regional de notícias foi reconhecida pela maioria dos entrevistados de todas as cidades, estando relacionada às seguintes características: a) tamanho demográfico, b) quantidade e diversidade de meios de comunicação, c) quantidade e qualidade das notícias, e d) recebimento e distribuição de fluxos de informação de Imperatriz para a região. Neste último aspecto, notamos uma expressiva manifestação dos fluxos imperatrizenses nos grupos de WhatsApp das pequenas cidades apontados por seus moradores, o que vale outro estudo mais aprofundado sobre isso futuramente.

Com base na triangulação dos dados em torno da infraestrutura de mídia, produção de informação e consumo de notícias, concluímos que a cidade média de Imperatriz possui centralidade midiática devido ao contexto regional em que está inserido, de baixa densidade demográfica, econômica e produções informacionais débeis. Tal arranjo favorece o desenvolvimento de uma atividade jornalística particular na cidade média, com destaque e comando perante os pequenos centros urbanos da região. Se trata aqui do jornalismo de influência regional, caracterizado como:

- a) Lócus da produção de “notícias polarizadoras”, que envolvem ou afetam moradores das pequenas cidades do entorno regional;
- b) Produtor de notícias sobre as cidades que estão na sua região de influência e que normalmente não são pautadas pelos meios de comunicação das capitais estaduais ou nacionais;
- c) Fórum regional, responsável por fazer a mediação das demandas e reivindicações das pequenas comunidades da região de influência;
- d) Referência para o consumo da “informação de proximidade”, que expressa as especificidades, o cotidiano, histórias e necessidades da região;
- e) Canal de intermediação das informações produzidas por agências, assessorias e veículos jornalísticos de cidades do estado, do país e do mundo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornalismo local e regional nasce no Brasil para dar conta dos inúmeros lugares fora das regiões metropolitanas. Mas que lugares são estes? São cidades médias? Pequenas? Pertencentes ao mundo amazônico? Às faixas de fronteira? Ao pantanal mato-grossense? Quais suas funções e significados? Mobilizar atenção para estes aspectos gera novos *insights*, perspectivas, ganhos e formas de entender a realidade. É o que propicia esta tese ao incorporar elementos geográficos das cidades médias para pensá-las como referentes legítimos da produção e intermediação de informação no interior brasileiro.

Perante a questão norteadora – como se configuram os serviços de mídia nas cidades médias e qual a função do jornalismo produzido por eles no contexto regional? – e tendo como objeto empírico a mídia da cidade de Imperatriz e de 18 cidades pequenas, confirmamos a primeira hipótese da centralidade midiática a partir da concentração e consolidação da infraestrutura de mídia ao longo do tempo em Imperatriz.

A ação de elites locais (empresários e políticos) associada à “necessidade social por notícia” impulsionaram a instalação das atividades midiáticas em Imperatriz, culminando com a paisagem contemporânea, mapeada em 2020, de 18 serviços de mídia distribuídos entre: oito estações de rádio, seis emissoras de televisão, três *sites* de notícias e um jornal impresso. Em função desta elevada oferta estabelece-se uma rede de fluxos informativos (rádio, televisão, impresso e internet) em direção às cidades pequenas do Maranhão, Pará e Tocantins.

O estudo Regiões de Influência das Cidades (Regic 2018) indicava parte da centralidade midiática de Imperatriz ligada à presença de jornais impressos diários e afiliadas a redes nacionais de televisão, pressupondo a presença de atividades jornalísticas dentro dessas infraestruturas. Nesta investigação, ao identificar e caracterizar os serviços midiáticos da cidade média em questão, o jornalismo deixa de ser uma suposição para ser um dado de realidade. Embora possa parecer uma obviedade, o Regic não se aprofunda nas atividades especializadas em produção de notícia. Nesse ponto, evidenciamos uma das contribuições desta pesquisa: verificar a presença de uma atividade jornalística singular nas cidades médias, a qual denominamos de “Jornalismo de Influência Regional”.

Antes disso, a incursão pelos estudos geográficos com cidades médias já sinalizava os papéis regionais de intermediação e distribuição de bens e serviços para a redondeza. Conforme vimos no primeiro capítulo, há todo um saber acumulado sobre as potencialidades das cidades médias no contexto regional, porém sem explorar os serviços de mídia e a produção jornalística. Diante esta lacuna, argumentamos que as cidades médias funcionam como locais de referência

de mídia/jornalismo para a região de influência a partir da produção de notícias e do consumo da informação de proximidade. Ao seguir esta perspectiva, percebemos que nos estudos de jornalismo local e regional, a cidade (independente da classificação geográfica) não é um referencial bem explorado em suas funcionalidades urbanas, aparecendo mais como um dado de localização e não como um elemento capaz de gerar implicações para a prática jornalística.

Quando forjamos uma estratégia metodológica na comunicação para explorar tais percepções, descobrimos nas cidades médias uma atividade jornalística especializada em: a) produção simultânea de notícia local e regional, a qual denominamos ‘notícia polarizadora’ justamente pela capacidade de impacto na população do entorno; b) realização da cobertura noticiosa da região de influência; c) mediação das demandas e reivindicações das pequenas comunidades; d) oferecimento da informação de proximidade para o consumo da região; e e) intermediação de fluxos informativos produzidos por outros centros urbanos. Todas essas características, juntas, dão forma a um jornalismo com potencial de atuação diferenciado no contexto fora das regiões metropolitanas, que denominamos “Jornalismo de Influência Regional”.

Do ponto de vista das cidades pequenas, confirmamos a hipótese de que os 18 centros urbanos na região de influência de Imperatriz podem ser considerados ‘desertos de notícias’, a partir da perspectiva de Abernathy (2016). Isto significa que observamos muito além da presença de infraestrutura de mídia nestes locais: foram 36 iniciativas mapeadas, entre *blogs*, rádios comunitárias, rádios cipós e outras. De modo geral, fluxos noticiosos percorrem tais mídias, mas não se trata de produção jornalística local que vise atender as necessidades próprias das comunidades. Além disso, constatou-se a forte vinculação política nas mídias do interior maranhense, o que gera desconfiança a respeito das informações divulgadas. O conceito central de deserto de notícias vai além da presença ou não de veículos jornalísticos, pois se preocupa com a independência e a qualidade das notícias. Por este motivo, as interferências políticas constatadas nas propriedades das iniciativas maranhenses respaldam a condição de desertos de notícias, pois a comunicação ocorre ‘para patrão’, conforme relato de um entrevistado.

Pela ótica do Atlas da Notícia (Projor), algumas das cidades aqui pesquisadas se configurariam como ‘quase desertos de notícias’ em virtude da presença de um ou dois veículos jornalísticos. No entanto, é preciso fazer uma série de ressalvas quanto a esta iniciativa brasileira. A apropriação do termo ‘deserto de notícia’ é diferente da concepção original trabalhada nos Estados Unidos. No Atlas, a preocupação é quantitativa, sem exame de vinculações políticas. Além disso, sua metodologia é baseada em bancos de dados públicos do Governo Federal e em colaboração de voluntários. Por isso há divergências quanto aos nossos

achados e percepções, pois nesta tese estivemos presentes nas cidades, verificando a existência *in loco* e o funcionamento das atividades de mídia. Isso não reduz a importância do projeto do Atlas, um importante ponto de partida para nortear os estudos sobre produção de notícia local no Brasil. Acreditamos, porém, que a classificação deve ser adotada com cautela, pois como também vimos, as mídias são moventes, aparecem e desaparecem muito rápido nas pequenas cidades, e os dados públicos governamentais não conseguem acompanhar as mudanças de cenário.

No âmbito desta investigação, pontuamos as seguintes limitações: o resultado da presença do “Jornalismo de Influência Regional” é promissor, mas tem sua nascente em um estudo focado apenas em uma cidade média e sua região. Inicialmente pretendíamos explorar três cidades médias da Amazônia Legal (Imperatriz, Araguaína e Marabá). O cenário pandêmico reduziu o nosso recorte espacial. Com mais cidades investigadas, poderíamos encontrar similaridades ou até mesmo distinções importantes para consolidar tal proposição teórica. Sustentamos, de qualquer maneira, que o aporte teórico da Geografia desde já nos autoriza a falar não apenas de Imperatriz, mas também das outras cidades médias não metropolitanas no Brasil, pois a dinâmica da centralidade por ela criada corresponde a uma função de influência regional passível de ser encontrada em outras localidades. Cabe destacar também que das 62 cidades pertencentes à área de influência de Imperatriz, segundo o Regic (2018), foi possível estudar apenas 18 delas. Isso não compromete a investigação, mas é indicativo de uma realidade midiática ainda encoberta.

Outra limitação deste estudo foi a ausência de uma articulação metodológica para contemplar a parte de ensino de jornalismo na cidade média. Sabe-se, por exemplo, que Imperatriz possui um curso superior de Jornalismo desde 2006 e, mais recentemente, um Mestrado em Comunicação com ingresso da primeira turma em 2019. Nessa configuração, o levantamento do ensino, dos projetos e dos fluxos de alunos poderia agregar mais argumentos à centralidade midiática da cidade média. Observamos de maneira indireta a formação superior em Jornalismo no contexto local, evidenciada pela presença de profissionais com formação nos veículos jornalísticos e em assessorias de comunicação.

Uma última limitação foi ocasionada pelas empresas administradoras dos *sites* jornalísticos de Imperatriz, que não forneceram os dados de origem dos acessos que poderiam gerar mapas expressivos sobre os fluxos noticiosos na web. Das três empresas da cidade, duas disseram que não conseguiam extrair os dados da plataforma e outra não forneceu, até o final da pesquisa, as informações solicitadas. Embora a ferramenta do *Google Analytics* identifique

a origem dos acessos dos *sites*, estranhamos as dificuldades relatadas pelos gestores dos veículos.

Desta investigação saímos com proposições para outros estudos acadêmicos e para análises da prática profissional. Sugerimos mais pesquisas sobre a mídia das cidades médias e pequenas não metropolitanas. Somente na Amazônia Legal, por exemplo, conforme documento da Sudam (2020), há 34 cidades médias – destas, sete no Maranhão e uma única aqui estudada. Logo, há oportunidade de estudos das cidades sobre o eixo da infraestrutura de mídia, produção de notícia local e consumo. Além disso, as diversas cidades médias espalhadas pelo Brasil podem fornecer elementos singulares para compreensão da prática do jornalismo fora dos grandes centros urbanos. E mais: elas podem funcionar como locais centrais para o escoamento de informações de proximidade para as cidades vizinhas, muitas vezes, desertos de notícias. Enquanto muito se problematiza a necessidade de promover iniciativas jornalísticas nas cidades pequenas – o que não contestamos –, ampliamos o debate para as cidades médias porque, como observamos, elas podem servir como lócus de cobertura regional. Por muito tempo limitou-se o jornalismo regional a um recorte espacial para além da sede do veículo, fazendo os jornalistas pensarem que fazer jornalismo regional exige necessariamente pautar o acontecimento de uma cidade externa. Mostramos que na cidade média é possível alinhar a cobertura local à regional tendo em vista as implicações que os serviços, instituições e eventos sediados no seu território geram sobre a região.

O traço mais proeminente é a produção da notícia local/regional ou ‘polarizadora’, que recebe esta nomenclatura em virtude da capacidade de articulação com o entorno. Seria interessante perceber em outros estudos, principalmente pelo viés da análise de conteúdo, a presença desse tipo de notícia nas matérias jornalísticas ou mesmo conversar com jornalistas para confirmar ou ampliar as percepções identificadas em Imperatriz. A triangulação metodológica aqui estruturada pelos eixos de infraestrutura de mídia, produção de informação local e consumo de notícias pode ser replicada em outras realidades.

As cidades pequenas também se mostram territórios férteis para investigações científicas no âmbito da Comunicação. Aqui elas foram estudadas em relação a uma cidade média, mas podem ser analisadas de forma isolada ou em conjunto, buscando identificar tendências comunicacionais próprias destes lugares. Não partilhamos do senso comum das pessoas dos lugares de que ‘nada acontece’ nestas cidades. A mentalidade de tratar sempre as cidades pequenas como no poema “Cidadezinha qualquer”, de Carlos Drummond de Andrade (1930), é um retrocesso. Estudos etnográficos podem dar muitas respostas para os hábitos de comunicação que não se manifestam propriamente por uma linguagem jornalística. A propósito,

faltam pesquisas dedicadas à recepção e consumo dos moradores destas pequenas comunidades. Afinal, o que querem consumir? Qual o entendimento deles de notícia? Ouvir com mais assiduidade as pessoas destes lugares é uma missão salutar, que pode ajudar bastante a entender a complexidade dos desertos de notícias além do dado quantitativo de infraestrutura.

Nas minhas visitas às cidades pequenas fui contatada por populares e mesmo entrevistados para saber como se ‘fazia notícia’. Interessados pelas perguntas dos questionários e percebendo que viviam em um deserto de notícias, queriam conhecimento. Na oportunidade orientei, cedi material e até mesmo, por insistência de um entrevistado, revisei as primeiras notícias de um projeto de *blog* local. Estas situações, transversais ao meu objetivo de pesquisa, fazem ressaltar nestas considerações a necessidade de projetos voltados para a “alfabetização midiática” no interior. Muito deste trabalho pode ser englobado em projetos de extensão de cursos de Comunicação próximos a essas realidades.

Em relação à prática profissional nas cidades médias, recomendamos aos jornalistas a apropriação das funções urbanas na produção noticiosa. Isto significa incluir nas pautas do cotidiano, sempre que possível, informações sobre serviços urbanos, instituições, eventos e atividades capazes de atender e envolver simultaneamente a população local e regional. Frente às dificuldades de deslocamentos e relatos do uso contínuo do WhatsApp, e percebendo uma desordem no uso da ferramenta, sugere-se a produção de um manual próprio de cada veículo para guiar o atendimento das demandas regionais. Observa-se que Imperatriz possui potencial para forjar uma rede noticiosa na sua área de influência, dialogar com comunicadores e consolidar contato com fontes populares via redes sociais.

Neste percurso, “Cidade de Notícias” é um termo metafórico cunhado para expressar a particularidade do jornalismo de influência regional das cidades médias. Provém das respostas dos moradores quando questionados sobre a função de Imperatriz como polo regional de notícias. As afirmações circulam em torno do tamanho territorial demográfico, quantidade e diversidade de meios de comunicação, produção diária de notícias, recebimento e distribuição de fluxos informacionais.

Termino esta tese com maior afeto pelas cidades, pelos lugares onde andei, pela comunicação, pelo jornalismo feito em escalas reduzidas. Preocupa-me realidades comunicacionais tão divergentes, existentes e invisíveis no Brasil. Por isso, sinto que minha caminhada acadêmica está apenas começando rumo a estes lugares, rumo a mais desvendamentos, mais contato, mais ensino, mais instrução, mais diálogo com a Geografia e a Comunicação.

## REFERÊNCIAS

ABERNATHY, P. M. *The Rise of a New Media Baron and the Emerging Threat of News media Deserts*. The University of North Carolina Press: Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2016.

\_\_\_\_\_. *The expanding news desert*. The University of North Carolina Press: Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2018.

AGUIAR, Douglas. *A Tv Anajás: Análise do processo de produção de notícia na TV católica de Imperatriz-MA*. Monografia (Graduação). Universidade Federal do Maranhão. Imperatriz: UFMA, 2012.

AGUIAR, Sonia. *Territórios do jornalismo: Geografias da mídia local e regional no Brasil*. Petrópolis: Vozes; Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2016.

\_\_\_\_\_. *Colonialidades da comunicação*. In: Enciclopédia Intercom de Comunicação, 1. ed. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. p. 228-229.

ANDERSON, C.W., BELL, Emily e SHIRKY, Clay. *Jornalismo pós-industrial: adaptando-se ao presente*. Revista de Jornalismo ESPM, 2012.

ANTERO, Roberto. *Centralidade urbana em cidades médias da Amazônia: a área de influência compartilhada entre Araguaína (to), Imperatriz (MA) e Marabá (PA)*. Revista *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, v.1, n. 1, p. 1-11, jan. 2019.

AHVA, Laura; PANTTI, Mervi. *Proximity as a journalistic keyword in the digital era: A study on the “closeness” of amateur news images*. *Digital Journalism*, v. 2, n. 3, p. 322-333, 2014.

ALI, Christopher. *The death of broadcast localism in the United States*. In: GULYAS, Agnes; BAINES, David. *The Routledge companion to local media and journalism*. London; New York: Routledge, 2020, p. 83-92.

ALMEIDA, Gabriela Cavalcanti Carneiro de. *A mulher na pesquisa em jornalismo teses e dissertações defendidas em Programas de Pós-graduação em Jornalismo e Comunicação do Brasil (1972-2015)*. 2018. 149 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual de Ponta Grossa. Ponta Grossa: UEPG, 2018.

ALMEIDA, Gastão Thomaz. *A imprensa do interior: um estudo preliminar*. São Paulo: Convênio IMESP/DASESP, 1983.

ALSINA, Rodrigo MIQUEL. *A construção da notícia*. Petrópolis (RJ): Vozes, 2009.

ANDRADE, Thompson Almeida; SERRA, Rodrigo Valente. *O desempenho das cidades médias no crescimento populacional brasileiro no período 1970/2000*. In: ANDRADE, Thompson Almeida e SERRA, Rodrigo Valente. (Orgs.). *Cidades Médias Brasileiras*. Rio de Janeiro: IPEA, 2001.

ANDRADE, T. A.; LODDER, C. A. *Sistema Urbano e Cidades Médias no Brasil*. Instituto de Planejamento Econômico e Social, Instituto de Pesquisas, 1979.

ARAÚJO, José Alencar Viana de. *A região de Influência de Imperatriz-MA: Estudo da polarização de uma capital regional, destacando a regionalização dos serviços públicos de saúde*. 2016. 216 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife: 2016.

ARAÚJO, M. M. S; MOURA, R.; DIAS, P. C. Cidades médias: uma categoria em discussão. In: *Dinâmica Urbano Regional Redes e suas Interfaces*: IPEA, 2011, p.61-77.

ASSIS, Francisco de. Por uma geografia da produção jornalística: a imprensa do interior. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 36, 2013, Manaus. *Anais...*São Paulo: Intercom, 2013.

ATLAS BRASIL (Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil). Perfil do Município de Imperatriz: Indicadores Socioeconômicos e Demográficos, 2020. Disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br/perfil/municipio/210530>. Acesso em: 19 dez. 2020.

BABBIE, Earl. Métodos de pesquisa de Survey. 2. ed. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

BAER, Werner; GEIGER, Pedro Pinchas. Industrialização, urbanização e a persistência das desigualdades regionais. *Revista Brasileira de Geografia*, Rio de Janeiro, v. 38, n.2, p. 3-99, abr./jun. 1976.

BALDIN, Nelma; MUNHOZ, Elzira M. Bagatin. Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: Congresso nacional de Educação, 10., 2011, Curitiba. *Anais ....* Curitiba: PUCPR, 2011.

BANDEIRA, Ana da Rosa. *Diário Popular de Pelotas - RS: a forma gráfica de um projeto editorial (1890-2016)*. 2018. 269f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS, 2018.

BARROS, Edelvira. In: Academia Imperatrizense de Letras. *Imperatriz 150 anos*. Academia Imperatrizense de Letras (AIL): Imperatriz, 2002, p. 183-188.

\_\_\_\_\_. *Imperatriz: memória e registro*. Imperatriz: Ética, 1996.

BARROS, Jordana Fonseca. O blog jornalístico regional: um estudo de caso sobre o processo de regionalização midiática nas cidades maranhenses de São Luís e Imperatriz. 143 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Piauí. Teresina: UFPI, 2020.

BEAUJEU-GARNIER, J. *Geografia Urbana*. Lisboa: Fundação Caloutos Gulbenkian, 1980.

BECKER, Bertha K. *Amazônia*. São Paulo: Ática, 1990.

\_\_\_\_\_. Fronteira Amazônica: questões sobre a gestão do território. In: VIEIRA, Ima Célia Guimarães (Org.). *As amazônias de Bertha K. Becker: ensaios sobre geografia e sociedade na região amazônica*. 1 ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2015, p. 259-511.

BELL, Emily; OWER, Taulor. The platform press: how Silicon Valley reengineered journalism. Tow Center for Digital Journalism, 2017. [https://www.cjr.org/tow\\_center\\_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php](https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php). Acesso em: 15 de jan. 2021.

BERTOLOTTO, Rodrigo. *País sem sintonia*: depois de integrar o Brasil por décadas, o rádio vive mudanças que podem provocar o efeito contrário. UOL, 2018. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/radio/#pais-sem-sintonia>. Acesso em: 10 set. 2020.

BEZERRA, Rodrigo Ribeiro et al. Rádio Comunitária em Imperatriz: o pioneirismo da Rádio Missão FM 87,9 MHz. In: Encontro Nordeste de História da Mídia – Alcar Nordeste, 3, 2014. *Anais...*São Luís: UFMA, 2014.

BRADFORD, M. G.; KENT, W. A. Teoria dos lugares centrais: O modelo de Christaller. In: *Geografia Humana: Teorias e Aplicações*. Lisboa: Gradiva, 1987, p.17-45.

BRANCO, Maria Luisa Gomes Castello. Algumas considerações sobre a identificação de cidades médias. In: SPOSITO, M. E (Org.). *Cidades médias: espaços em transição*. São Paulo: Expressão Popular, 2007, p. 89-111.

\_\_\_\_\_. Cidades Médias no Brasil. In: SPOSITO, E.S; SPOSITO, M. E. B; SOBARZO, Oscar (Orgs.). *Cidades médias: produção do espaço urbano e regional*. São Paulo: Expressão Popular, 2006, p. 245-277.

BRASIL. Decreto nº 5.371, de 17 de fevereiro de 2005. Dispõe sobre o Serviço de Retransmissão de Televisão e do Serviço de Repetição de Televisão, ancilares ao Serviço de Radiodifusão de Sons e Imagens. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Poder Executivo, Brasília, DF, 18 fev. 2005. Seção 1, p. 1.

BRASIL. Lei nº 13.649, de 11 de abril de 2018. Dispõe sobre o Serviço de Retransmissão de Rádio (RTR) na Amazônia Legal. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Poder Executivo, Brasília, DF, 12 abr. 2018. Seção 1, p. 1.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. *Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Brasília: Secom, 2016.

BRASIL. Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá providências. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Poder Executivo, Brasília, DF, 20 fev. 1998. Seção 1, p.11.

BRITO, Nayane Cristina Rodrigues de; MACIEL, Alexandre. Começou o jornal na rádio Imperatriz. In: Encontro Nordeste de História da Mídia – Alcar Nordeste, 2, 2012, *Anais...* Teresina: UFPI, 2012.

\_\_\_\_\_. *Panorama do radiojornalismo nas emissoras radiofônicas do sul do Maranhão - mapeamento, rotinas produtivas e produtos jornalísticos*. 2017. 359 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa. Ponta Grossa, 2017.

BROWNING, H. L.; SINGELMANN, J. The Transformation of the U.S. Labor Force: The Interaction of Industry and Occupation. *Politics & Society*, v. 8, n. 3-4, p. 481-509, set. 1978.

BUENO, Thaísa; ALVES, Marcelli. Triangulação metodológica: conceitos e perspectivas de aplicação. *Interin*, Curitiba, v. 25, n. 2, p. 188 -204, jul/dez. 2020.

\_\_\_\_\_; BATALHA, Sara. Plugado na rede: levantamento apresenta os primórdios da mídia de Imperatriz na internet. In: Encontro Nacional de História da Mídia – Alcar Nacional, 10, 2015. *Anais...* Porto Alegre: UFRGS, 2015.

\_\_\_\_\_; FONSECA, Jordana. Blogando das barracas do Rio Tocantins: uma proposta de mapeamento da blogosfera imperatrizense. In: Simpósio de Ciberjornalismo, 4, 2013. *Anais...* Campo Grande: UFMS, 2013.

\_\_\_\_\_; MAGALHÃES, Joyce. Vc no *Imirante*: conteúdo colaborativo no portal mais antigo do Maranhão. In: JORGE, Thaís de Mendonça. *Notícia em fragmentos: análise de conteúdo no jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2015, p. 89-107.

BUENO, Wilson da Costa. Jornal do interior: conceitos e preconceitos. In: ASSIS, Francisco de Assis (Org.). *Imprensa do interior: conceitos e contextos*. Chapecó: Argos, 2013, p. 45-65.

CADASTRO NACIONAL DE ESTABEELCIMENTOS DE SAÚDE (CNES/2021). Disponível em: [http://cnes2.datasus.gov.br/Mod\\_Ind\\_Unidade.asp](http://cnes2.datasus.gov.br/Mod_Ind_Unidade.asp). Acesso em 02 de mar. 2021.

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

\_\_\_\_\_. Jornalismo regional: proximidade e distanciamos. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: CORREIA, João Carlos. *Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades*. Portugal: LabCom, 2012.

CARVALHO, Sheryda Lila de Sousa. *Autossegregação urbana em Imperatriz/MA: um estudo a partir dos condomínios horizontais do bairro Santa Inês*. 2016. 206 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal do Tocantins, Porto Nacional, 2016.

CARVALHO, André Luiz de. Amazônia: modelos de desenvolvimento e a questão da Zona Franca de Manaus. *Revista Geografia em Questão*, v. 8, n.2, p.109-128, 2015.

CASTRO, Iná Elias de. O problema da escala. In: CASTRO, Iná Elias de et al (Org.). *Geografia: Conceitos e Temas*. 2 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000, p. 117-140.

\_\_\_\_\_. Escala e pesquisa na geografia. Problema ou solução? *Revista Espaço Urbano*, Rio de Janeiro, v. 4, n.1, p. 87-100, jan/jun. 2014.

CENTRE FOR MEDIA TRANSITION (CMT). *News in Australia: diversity and localism – Review of literature and research*. Australia: Centre for Media Transition, 2020.

CHRISTALLER, Walter. *Os lugares centrais na Alemanha do Sul*. Tradução de Mário Antonio Eufrásio. São Paulo: [s.n.], 1981.

CHRISTALLER, Walter. Los Lugares Centrales del Sur de Alemania: introducion. In: Mendoza, J.G; JIMENEZ, J.M; CANTERO, N.O (Org.). *El pensamiento geográfico: estudio interpretativo e antologia de textos (de Humboldt a las tendencias radicales)*. Madrid: Alianza Editorial, 1982, p.395-400.

COOK, D. P.; GOH, C. H.; CHUNG, C. H. Service typologies: A state of the art survey. *Production and Operations Management*, v. 8, n. 3, p. 318–338, 1999.

CORRÊA, Roberto Lobato. O estudo das relações cidade-região. In: CORRÊA, Roberto Lobato. *Caminhos paralelos e entrecruzados*. São Paulo: Editora Unesp, 2018, p. 73-97.

\_\_\_\_\_. Globalização e reestruturação da rede urbana – uma nota sobre as pequenas cidades. *Revista Território*, Rio de Janeiro, ano IV, n. 6, p. 43-53, jan./jun. 1999.

\_\_\_\_\_. As pequenas cidades na confluência do urbano e do rural. *GEOUSP - Espaço e Tempo*, São Paulo, v.5, n.3, p. 5-12, 2011.

\_\_\_\_\_. Reflexões sobre a dinâmica recente da rede urbana brasileira. In: Encontro Nacional da ANPUR, IX, 2001, Rio de Janeiro. *Anais*. Rio de Janeiro: ANPUR, vol.1, 2001.

\_\_\_\_\_. *A periodização da rede urbana da Amazônia*. Revista Brasileira de Geografia, Rio de Janeiro, v. 49, n.3, p. 39-68, jul/set. 1987.

\_\_\_\_\_. *A Rede Urbana*. 2.ed. São Paulo: Ática, 1994.

\_\_\_\_\_. *Trajetórias Geográficas*. Rio de Janeiro: Berthand Brasil, 1997.

\_\_\_\_\_. Construindo o conceito de cidade média. In: SPOSITO, M. E. B. *Cidades médias: espaços em transição*. Expressão Popular: São Paulo, 2007. p. 23-34.

COUTINHO, Milson. *Imperatriz: subsídios para a história da cidade*. São Luís: Sioge, 1994.

CRESWELL, John; CLARK, Vicki L. Plano. *Pesquisa de métodos mistos*. 2.ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

CRUZ, Dulce Márcia. *A RBS em Santa Catarina: estratégias políticas, econômicas e culturais na conquista do mercado televisivo regional*. 1994. 204 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 1994.

DEOLINDO, Jacqueline. *O negócio da mídia no interior*. Curitiba: Appris, 2019.

\_\_\_\_\_. *Regiões jornalísticas: uma abordagem locacional e econômica da mídia do interior fluminense*. Tese (Doutorado). 361 f. Universidade Estadual do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: UERJ, 2016.

DIAS, Leila Christina. Redes: emergência e organização. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato (Org.). *Geografia: conceitos e temas*. 2º. ed. Rio de Janeiro: Berthand Brasil, 2000.

DORNELLES, Beatriz. O localismo nos jornais do interior. *Revista Famecos*. Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 237-243, set/dez. 2010.

\_\_\_\_\_. *Jornalismo comunitário em cidades do interior: uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião dos leitores*. Porto Alegre: Sagra Suzzato, 2004.

\_\_\_\_\_. O futuro do jornalismo em cidades do interior. In: ASSIS, Francisco de Assis (Org.). *Imprensa do interior: conceitos e contextos*. Chapecó: Argos, 2013, p. 67-85.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DURTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005, p. 62-83.

DUARTE, Teresa. A possibilidade da investigação a 3: reflexões sobre triangulação (metodológica). Cies e-workingpaper. 2009. Disponível em: [https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/1319/3/CIES-WP60%20\\_Duarte.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/1319/3/CIES-WP60%20_Duarte.pdf). Acesso em: 15 abr. 2021.

ECO, Umberto Eco. *Como se faz uma tese*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1983.

ENDLICH, Ângela Maria. *Pensando os papéis e significados das pequenas cidades do noroeste do Paraná*. 2006. 504 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista. Presidente Prudente, 2006.

\_\_\_\_\_. Cidade pequena. In: SPOSITO, Eliseu Savério (Org.). *Glossário de Geografia Humana e Econômica*. São Paulo: Editora Unesp Digital, 2017. p.49-56.

FADUL, Anamaria. Mídia Regional no Brasil: elementos para uma análise. In: FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina. *Mídia e região na era digital: diversidade cultural, convergência midiática*. São Paulo: Arte & Ciência, 2006, p. 23-40.

FADUL, Anamaria; MOREIRA, Sonia Virgínia. O generoso guarda-chuva das Geografias da Comunicação. In: MOREIRA, Sonia Virgínia et al. (Org.). *10 anos: o percurso do grupo de pesquisa Geografias da Comunicação no Brasil*. São Paulo: Intercom, 2019. p. 7-8.

FERNANDES, Brenda Herênio et al. Buscando Alternativa: Rádio Nativa FM. In: Encontro Nordeste de História da Mídia – Alcar Nordeste, 3, 2014, *Anais...* São Luís: UFMA, 2014.

FERNANDES, Mario Luiz. A proximidade como valor-notícia na imprensa do interior. In: ASSIS, Francisco de (Org.). *Imprensa do interior: conceitos e contextos*. Chapecó: Argos, 2013, p. 103-136.

FERNANDES, Pedro Henrique Carnevalli. O urbano brasileiro a partir das pequenas cidades. Barra do Garças-MT, *Revista Eletrônica Geoaraguaia*, v.8, n.1, p.13-31, jan/jun. 2018.

FERREIRA, Sandra Cristina. Rede urbana, cidade de porte médio e cidade média: estudos sobre Guarapuava no estado do Paraná. 2010. 348 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2010.

FILHO, Adelmo Genro. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2012.

FILHO, Amorim Oswaldo; SERRA, Rodrigo Valente. Evolução e perspectivas do papel das cidades médias no planejamento urbano e regional. In: ANDRADE, T. A.; SERRA, R. V. (Orgs.) *Cidades médias brasileiras*. Rio de Janeiro: IPEA, 2001.

FÍGARO, Roseli. A triangulação metodológica em pesquisas sobre a Comunicação no mundo do trabalho. *Revista Fronteiras - estudos midiáticos*, São Leopoldo, v. 16, n. 2, p. 124-131, maio/ago. 2014

FLICK, Uwe. *Uma introdução à pesquisa qualitativa*. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

\_\_\_\_\_. *Qualidade na pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FISHER, A. G. B. A Note on Tertiary Production. *The Economic Journal*, v. 62, n. 248, p. 820, dez. 1952.

FRANÇA, Iara Soares. Cidade e região: deslocamentos para estudo e trabalho direcionados à cidade média de Montes Claros no Norte de Minas Gerais. In: OLIVEIRA, H. C. M; CALIXTO, M. J. M. S; SOARES, B. R (Org). *Cidades médias e região*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2017, p. 221-244.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. *A fabricação do presente: Como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades modernas*. São Cristóvão: Ed. UFS; Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

\_\_\_\_\_. Limites teóricos e metodológicos nos estudos sobre a noticiabilidade. In: SILVA, Gislene et al (Orgs.). *Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014, p. 85-113.

FRANKLIN, Adalberto. *Apontamentos e fontes para história Econômica de Imperatriz*. Imperatriz, MA: Ética, 2008.

FRANKLIN, Adalberto. *Breve história de Imperatriz*. Imperatriz-MA: Ética, 2005.

FRESCA, Tânia Maria. Centros locais e pequenas cidades: diferenças necessárias. Londrina, *Mercator*, v. 9, n. 20, p. 75-81, set/dez. 2010.

\_\_\_\_\_. Em defesa dos estudos das cidades pequenas no ensino de Geografia, Londrina, *Revista Geografia*, v. 10, n. 1, p. 27-34, jan./jun. 2001.

GADREY, Jean. Emprego, produtividade e avaliação do desempenho dos serviços. In: SALERMO, Mario Sergio (Org.). *Relação de Serviço: produção e avaliação*. São Paulo: Senac, 2001.

GASKELL, George. Entrevistas Individuais e Grupais. In: BAUER, Martin; GASKELL, George. *Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2003, p. 64-89.

GEORGE, Pierre. *Geografia Urbana*. São Paulo: Difel, 1983.

- GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GOBBI, Maria Cristina. REGIOCOM: desafios da mídia e da comunicação regional. In: FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina. *Mídia e região na era digital: diversidade cultural, convergência midiática*. São Paulo: Arte & Ciência, 2006, 259-268.
- GOLDENBERG, Mirian. *A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais*. 9.ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- GOMES, Paulo Cesar da Costa. O conceito de região e sua discussão. In: CASTRO, Iná Elias de et al (Org.). *Geografia: Conceitos e Temas*. 2 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000, p. 49-76.
- GROHMANN, Rafael. Trabalho Digital: o papel organizador da comunicação. In: *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*. São Paulo, v. 18, n. 51, p. 166-185, jan/abr. 2021.
- GROTH, Otto. *O poder cultural desconhecido: fundamentos da ciência dos jornais*. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.
- GULYAS, Agnes; BAINES, David. Demarcating the field of local media and journalism. In: GULYAS, Agnes; BAINES, David. *The Routledge companion to local media and journalism*. London; New York: Routledge, 2020, p.1-21.
- HAESBAERT, Rogério. Região. *Revista Geographia*, Niterói, v. 21, n. 45, p. 117-120, jan./abr., 2019.
- \_\_\_\_\_. *Regional-Global: dilemas da região e da regionalização na geografia contemporânea*. 2 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014.
- HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o *mugging* nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.) *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Florianópolis: Insular, 2016, p. 309-341.
- HANUSCH, Folker. A different breed altogether? distinctions between local and metropolitan journalism cultures. *Journalism Studies*, v. 16, n. 6, p. 816-833, 2015.
- HEROD, A. *Scale*. New York: Routledge, 2011.
- HERSCOVITZ, Heloísa. Análise de Conteúdo em Jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. *Metodologia da Pesquisa em Jornalismo*. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2008, p. 123-142.
- HESMONDHALG, David. *The cultural industries*. Londres: Sage, 2013.
- HESS, Kristy; WALLER, Lisa. *Local Journalism in a Digital World*. London: Palgrave Macmillan, 2017.
- HESS, Kristy; WALLER, Lisa. Hyperlocal Journalism. In: VOS, Tim. P; HANUSCH; Folker (Editors). *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. Wiley-Blackwell, 2019, p. 1-6.

HILL, T. P. on Goods and Services. *Review of Income and Wealth*, v. 23, n. 4, p. 315–338, dez. 1977.

HOLANDA, Virgínia Célia Cavalcante de. Urbanização brasileira: um olhar pelos interstícios das configurações espaciais seletivas. In: FREITAS, N. A.; MARIA JÚNIOR, M.; HOLANDA, V. C.C. *Múltiplos olhares sobre a cidade e o urbano: Sobral e Região em Foco*. Sobral: UECE, 2010, p. 253-272.

HOLANDA, Virgínia. Em busca dos sentidos que permeiam a cidades média. *Revista da Casa da Geografia de Sobral*. v.2/3, n.1, p. 17-22, 2000/2001.

HUTCHISON, D., O'DONNELL, H. *Centres and peripheries: Metropolitan and nonmetropolitan journalism in the twentyfirst century*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2011.

IBGE. *Estimativa da população brasileira para 2020*. Disponível em: [https://ftp.ibge.gov.br/Estimativas\\_de\\_Populacao/Estimativas\\_2020/estimativa\\_dou\\_2020.pdf](https://ftp.ibge.gov.br/Estimativas_de_Populacao/Estimativas_2020/estimativa_dou_2020.pdf). Acesso em: 12 dez. 2020.

IBGE. *Indicadores sociais municipais: uma análise dos resultados do universo do Censo Demográfico 2010*. Rio de Janeiro: IBGE, 2011.

IBGE. *Regiões de Influência das Cidades*. Rio de Janeiro: IBGE, DGC, 1987.

IBGE. *Classificação Nacional das Atividades Econômicas: versão 2.0*. Rio de Janeiro: 2007.

IBGE. *Divisão do Brasil em regiões funcionais*. Rio de Janeiro: IBGE, 1972.

IBGE. *Regiões de Influência das Cidades 1993*. Rio de Janeiro: IBGE, 2000.

IBGE. *Regiões de Influência das Cidades 2007*. Rio de Janeiro: IBGE, 2008.

IBGE. *Regiões de Influência das Cidades 2018*. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

IBGE. Estimativa da população residente no Brasil em 2018. Disponível em: [https://ftp.ibge.gov.br/Estimativas\\_de\\_Populacao/Estimativas\\_2018/estimativa\\_dou\\_2018\\_20181019.pdf](https://ftp.ibge.gov.br/Estimativas_de_Populacao/Estimativas_2018/estimativa_dou_2018_20181019.pdf). Acesso em: 10 de ago. 2018.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNAD (Educação 2019). 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/habitacao/17270-pnad-continua.html?edicao=28203&t=sobre>. Acesso em: 13 out. 2021.

\_\_\_\_\_. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNAD (TIC 2019). 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/habitacao/17270-pnad-continua.html?edicao=30362&t=sobre>. Acesso em: 14 out. 2021.

\_\_\_\_\_. Estimativa da população residente no Brasil em 2021. Disponível: [https://ftp.ibge.gov.br/Estimativas\\_de\\_Populacao/Estimativas\\_2021/POP2021\\_20220121.pdf](https://ftp.ibge.gov.br/Estimativas_de_Populacao/Estimativas_2021/POP2021_20220121.pdf). Acesso em: 10 de set. 2021.

JUNIOR, Carlos B.A.S et al. Sob nova frequência: notas sobre a migração das rádios AM para FM no Maranhão. In: PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia R. (Org). *Migração do rádio AM para o FM*. Florianópolis: Insular, 2018, p. 156-176.

JURNO, Amanda Chevitchouk; D'ANDRÉA; Carlos Frederico de Brito. Facebook e a plataformização do jornalismo: um olhar para os Instant Articles. *Revista Epitc*, Sergipe, v. 22, n. 1, p. 179-196, jan/abr. 2020.

KELLE, Udo. Sociological Explanations between Micro and Macro and the Integration of Qualitative and Quantitative Methods. *Historical Social Research*, v.30, n. 1, p. 95-117, 2005.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. *Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KON, A. *Sobre as atividades de serviços: revendo conceitos e tipologias*. Brazilian Journal of Political Economy, v. 19, n. 2, abr/mai. 1999.

\_\_\_\_\_. *Economia de Serviços: teoria e evolução no Brasil*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo – O que os jornalistas devem saber e o público deve exigir*. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KRAMP, Leif. Conceptualizing metropolitan journalism: New approaches, new communicative practices, new perspectives? In: KRAMP, Leif et al (Orgs.). *Politics, Civil Society and Participation: Media and Communications in a Transforming Environment*. Bremen: edition lumiere, 2016, p. 151-183.

LAKATOS, E.M; MARCONI, M. A. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 9.ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LARA, Matheus Herinque de. *Jornalismo a serviço de quem? Produção editorial informativa em assessorias de imprensa prefeituras do interior do Paraná*. 2017. 128f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade Estadual de Ponta Grossa. Ponta Grossa: UEPG, 2017.

LIMA, Juscelino Gomes. *Cidades Médias Brasileiras a partir de um novo olhar denominacional e conceitual: cidades de comando regional*. In: Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional (Enanpur), XVII, São Paulo, 2017. *Anais*. São Paulo: ANPUR, 2017.

LIMA, Rosinere Martins. Espaços urbanos e rurais na cidade: um estudo sobre os trabalhadores rurais em Imperatriz no estado do Maranhão. In: Encontro de Geógrafos da América Latina, 10, 2005. *Anais...* São Paulo: USP, 2005.

LIMA, Venício A. de; LOPES, Cristiano Aguiar. *Rádios comunitárias: coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004)*. Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (PROJOR), 2007.

LIMA, V. A. DE. *Sete teses sobre mídia e política no Brasil*. Revista USP, n. 61, p. 48-57, mar/maio, 2004.

LIPPMANN, Walter. *Opinião pública*. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

LOBATO, Elvira. *Como é o noticiário “hiperlocal” do NH*. Observatório da imprensa. São Paulo: 07 de maio de 2019. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/atlas-da-noticia/como-e-o-noticiario-hiperlocal-do-nh/>. Acesso em: 20 de agosto de 2021.

LOPES, J.A.V; MASULLO, A.G; MOREIRA, T.S. O Estatuto da Metrópole e a Reconstrução dos Territórios Metropolitanos do Maranhão. In: Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional (Enanpur), XVIII, Natal, 2019. *Anais*. Natal - RN: Anpur, 2019, p.1-14.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

MACEDO, Giselle de Jesus. *Na linha do tempo: as transformações no telejornalismo da TV Mirante (1980-2010)*. 65f. Monografia (Graduação). Universidade Federal do Maranhão. Imperatriz: UFMA, 2011.

MACHADO, E.; PALACIOS, M. Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. In: LAGO, C.; BENETTI, M. (Org.). *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007, p.199-222.

MAIA, Doralice Sátyro. Cidades médias e pequenas do Nordeste: conferência de abertura. In: LOPES, Diva Maria Ferlin; HENRIQUE, Wendel (Org.). *Cidades médias e pequenas: teorias, conceitos e estudos de caso*. Salvador: SEI, 2010. p.15-41.

MARANHÃO. Lei nº 10872, de 19 de junho de 2018. Dispõe sobre a regulamentação do Serviço de Publicidade Alternativa de Linha Modulada, transmitida via equipamentos sonoros, no Estado do Maranhão. Disponível em: <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=361540>. Acesso em: 10 set. 2020

MARICATO, Ermínia. *Brasil, cidades: alternativas a crise urbana*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Métodos de Pesquisa em Comunicação: projetos, ideias, práticas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

MARTINS, Gilberto de Andrade. *Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2006.

MASSEY, Doreen. *Pelo espaço: uma nova política da espacialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MATTOS, Fabrício Santos de. Plataformização das notícias e consumo de informação: tendências do jornalismo em um novo ambiente informacional. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor, 19, 2021. *Anais...* São Paulo: SBPJor, 2021.

MELO, Hildete Pereira et al. *O setor de Serviços no Brasil: uma visão global – 1985-1995*. Rio de Janeiro: IPEA, 1998. Disponível em: [https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td\\_0549.pdf](https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_0549.pdf). Acesso em: 10 de mar. 2021.

MELO, José Marques de. “Falta uma pesquisa em Comunicação genuinamente brasileira”. Entrevista a Bruno de Vizia. São Paulo: IPEA, 2010. Disponível em: [https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6479](https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=6479). Acesso em: 20 de ago. 2021.

\_\_\_\_\_. *Prefácio*. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Org). Metodologia de Pesquisa em Jornalismo. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. p. 07-16.

\_\_\_\_\_. (Org). *Comunicação/InComunicação no Brasil*. São Paulo: Ed. Loyola, 1976.

MEIRELLES, Dimária Silva e. O conceito de serviço. *Revista de Economia Política*, v. 26, n. 1, p. 119–136, mar. 2006a.

\_\_\_\_\_. *Serviços: características e organização de mercado*. In: IV Ciclo de Debates em Economia Industrial, Trabalho e Tecnologia. São Paulo: 2006b. Disponível em: <https://www.pucsp.br/sites/default/files/download/eitt/artdimaria.pdf>. Acesso em: 09 de mar. 2021.

MESQUITA, Giovana Borges. Misturando saberes no interior do Maranhão: a experiência da rádio- poste da Caema. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 8, n. 2, p. 9-27, jul/dez. 2017.

METZGAR, Emily T, et al. Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. *New Media Society*, v. 13, n. 5, p. 772-787, ago. 2011.

MEULENAERE, Jonas De et al. Bottom-up hyperlocal media in Belgium: Facebook groups as collaborative neighborhood awareness systems. In: GULYAS, Agnes; BAINES, David. *The Routledge companion to local media and journalism*. London; New York: Routledge, 2020, p. 398-407.

Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC). Dados sobre Radcom autorizadas no Maranhão [*resposta formalizada*]. Mensagem recebida por <edwilson\_araujo@yahoo.com.br > em 25 de junho de 2018.

MOREIRA, Sonia Virginia et al. Mídia audiovisual no interior do Brasil e produção local de informação. *Revista Intercom*, São Paulo, v. 44, n.2, p.113-135, maio/ago. 2021.

MOREIRA, Sonia Virginia; BIANCO, Nélia R. Del. Comunicações, território e desenvolvimento regional em municípios brasileiros com IDHM muito baixo. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, Taubaté, v. 15, n. 4, p. 69-82, jul. 2019.

MOREIRA, Sonia Virgínia; REIS, Thays Assunção. Rádios cipós: experiências analógicas em três cidades pequenas do Maranhão. In: RADDATZ, Vera Lucia Spacil, et al (Org.). *Rádio no Brasil: 100 anos de história em (re)construção*. Ijuí: Ed. Unijuí, 2020, p. 309-322.

MOURA FILHO, Washington José de Sousa. *Aspectos de regionalização na imprensa piauiense: olhar sobre o editorial dos jornais O Dia, Meio Norte e Diário do Povo, Teresina, Piauí*. Teresina, 2014. 131 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2014.

NEVEU, E. *Sociologia do jornalismo*. São Paulo: Loyola, 2006.

NONATO, Claudia; LAGO, Cláudia. A pesquisa em pós-graduação no jornalismo a partir da base de dados dos congressos SBPJor (2014 a 2016). *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, v. 14, n. 2, p. 22-35, jul/dez. 2017.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. Pesquisa de opinião. In: DURTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005, p.164-179.

NUNES, Orlando Vinicius Rangel. *O programa cidades de porte médio: planejamento e política urbano-regional no brasil (1976-1986)*. 2020. 446 f. Tese (Doutorado) - Universidade de Brasília, Brasília, 2020.

OLIVEIRA, Fabiana Luci. Triangulação metodológica e abordagem multimétodo na pesquisa sociológica: vantagens e desafios. *Ciências Sociais Unisinos*, São Leopoldo, v. 51, n. 2, p. 133-143, maio/ago. 2015.

OLIVEIRA, Fabricio Bicudo de. *Impressos do Vale: uma análise das rotinas produtivas dos jornais Tribuna do Norte e Vale paraibano*. 2008. 107 f. Monografia (Graduação). Faculdades Integradas Teresa D' Ávila. Lorena, 2008.

OLIVEIRA, Helbaneth Macêdo. *Verticalização urbana e segregação socioespacial em Imperatriz-MA: uma abordagem a partir dos bairros Jardim Três Poderes e Maranhão Novo*. 2017. 204 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Tocantins, Porto Nacional, 2017.

ÖRNEBRING, Henrik et al. Journalism in small towns: A special issue of Journalism: Theory, Practice, Criticism. *Journalism*, v. 21, n.4, p. 1-6, abr. 2020.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana (Org). *Radiojornalismo no Brasil: dez estudos regionais*. São Paulo: COM-ARTE, 1987.

PASTI, André Buonani. *Notícias, informação e território: as agências transnacionais de notícias e a circulação de informações no território brasileiro*. 207 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Geociências, Campinas, 2013.

PEREIRA, Anete Marília. *Cidade média e região: o significado de Montes Claros no Norte de Minas Gerais*. 2007. 351 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2007.

PEREIRA, F. H. O Jornalista sentado e a produção da notícia on-line no Correio Web. *Revista em Questão*, Porto Alegre, v. 10, n. 1, p. 95-108, jan/jun. 2004.

PEREIRA, José Carlos Matos. *Importância e Significado das Cidades Médias na Amazônia: uma abordagem a partir de Santarém (PA)*. 2004. 127 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Pará: Belém, 2004.

PERUZZO, Cicilia M. K. Mídia local, uma mídia de proximidade. *Revista Comunicação: Veredas*, n. 2, p. 65-86, nov. 2003a.

\_\_\_\_\_. *Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária*. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 26, 2003b, Belo Horizonte. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2003b.

\_\_\_\_\_. *Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências*. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo, v. 1, n. 38, p.67-84, 2005.

\_\_\_\_\_. *Rádios Comunitárias no Brasil: da desobediência civil e particularidades às propostas aprovadas na CONFECOM*. In: Encontro Anual da Compós, XIX, 2010, Rio de Janeiro. *Anais*. Rio de Janeiro: Compós, 2010.

\_\_\_\_\_. *Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor*. *ECO-Pós*, v.12, n.2, p. 46-61, maio/ago. 2009.

PINTO, Adriana Bagno Alves. *Jornalismo de proximidade e hiperlocal: smartphones na Produção da notícia no telejornalismo*. 2020. 113f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa: UFPB, 2020.

PINTO, Pâmela Araújo. *Mídia regional brasileira: Características dos subsistemas midiáticos das regiões Norte e Sul*. 2015. 337 f. Tese (Doutorado) - Instituto de Arte e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense. Niterói: UFF, 2015.

PONTES, Beatriz. Soares. *As cidades médias brasileiras: os desafios e a complexidade do seu papel na organização do espaço regional (1970)*. *Boletim de Geografia*. Maringá: UEM, n. 18, p. 1-27, 2000.

PONTES, Felipe S; SILVA, Gislene. *Mídia Noticiosa como Material de Pesquisa: recursos para o estudo de produtos jornalísticos*. In: BOURGUIGNON, Jussara A; OLIVEIRA JR, Constantino R (Orgs). *Pesquisa em Ciências Sociais: Interfaces, Debates e Metodologias*. Ponta Grossa: Toda Palavra, 2012, p; 49-77.

PROJOR. *Atlas da Notícia - Desertos e quase desertos de notícias: uma ocorrência nacional, versão 2.0*. Novembro de 2018.

\_\_\_\_\_. *Atlas da Notícia – Mapeando o jornalismo local no Brasil, versão 4.0*. Junho de 2021. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/plataforma/estatisticas/>. Acesso em: 16 jul.2021.

REIS, Thays Assunção. *História da imprensa -MA: 1930-2010*. São Luís: EDUFMA, 2018.

REIS, Thays Assunção. *Consumo de notícias no interior: relatos sobre duas cidades pequenas do Maranhão*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 42, Belém, 2019. *Anais*. São Paulo: Intercom, 2019.

ROCHEFORT, Michel. *Redes e sistemas: ensinando sobre o urbano e a região*. São Paulo: Hucitec, 1998.

RODRIGUES, Jael Martins de Sales. *Jornalismo em Amarante-MA: Os primeiros passos dos principais veículos de informação da cidade*. 2014. 62 f. Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Maranhão. Imperatriz, 2014.

SANTINI, Daniel. Maioria dos municípios da Amazônia tem IDHM baixo ou médio. 2 ago.2013. Disponível em: <https://oeco.org.br/noticias/27436-maioria-dos-municipios-da-amazonia-tem-idhm-baixo-ou-medio/>. Acesso em: 12 out. 2021.

SANTOS, Wilson dos. *Cidades locais, contexto regional e urbanização no período técnico-científico: o exemplo da região de Campinas-SP*. 1989. 192 f. Tese (Doutorado) – FFLCH, Universidade de São Paulo. São Paulo, 1989.

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

SANTOS, Milton. *As cidades locais no terceiro mundo: o caso da América Latina*. In: Santos, Milton. Espaço e Sociedade: ensaios. Petrópolis: Vozes, 1979.

SANTOS, Milton. *A urbanização brasileira*. São Paulo: HUCITEC, 1993.

SANTOS, Milton. *Técnica, espaço, tempo: Globalização e meio técnico-científico informacional*. São Paulo: HUCITEC, 1994.

SANTOS, Milton. *O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos*. 2.ed. São Paulo: Edusp, 2004.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. *O Brasil: território e sociedade no século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SANTOS, Milton. *Classificação funcional dos jornais brasileiros – As regiões jornalísticas (1955)*. Noticiários da Rede Alcar. ano 7, n. 83, nov. 2007.

SANTOS, Milton. O espaço do cidadão. In: SILVA, Elisiane da; NEVES, Gervásio R.; MARTINS, Liana B (Org.). Milton Santos - *O espaço da cidadania e outras reflexões*. Porto Alegre: Fundação Ulysses Guimarães, 2011, p. 75-224.

SCARDUELLI, Paulo. *Network de Bombacha: os segredos da TV regional da RBS*. 1996. 143f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo: USP, 1996.

SCHMITZ, Aldo Antonio. *Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo*. Florianópolis: Combook, 2011.

SCHWINGEL, Carla. *Sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo*. 2008. 345 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2008.

SATHLER, D.; MONTE-MÓR, R. L.; CARVALHO, J. A. M. de. As redes para além dos rios: urbanização e desequilíbrios na Amazônia brasileira. *Nova Economia*, Belo Horizonte, v. 19, n. 1, p. 11-39, jan./abr. 2009.

SATHLER, D. Cidades médias e redes urbanas na Amazônia Brasileira: especificidades e desequilíbrios regionais. In: Encontro Nacional da ANPPAS, 6., Belém, 2012. *Anais*. Belém: UFPA, 2012.

SECRETARIA DE ESTADO DA SAÚDE DO MARANHÃO. Resolução CIB nº 64, 28 de junho de 2018. Diário oficial do Estado do Maranhão, São Luís, MA, n. 120, p. 2-22, jun. 2018.

SILVA, Aleilton dos Santos et al. Na Frequência do Sucesso: Trajetória da FM Terra. In: Encontro Nordeste de História da Mídia – Alcar Nordeste, 3, 2014, *Anais...* São Luís: UFMA, 2014.

SILVA, Alexandre Mota da. *Jornalismo Live Streaming: Um estudo das apropriações jornalísticas da tecnologia de transmissão audiovisual ao vivo no facebook*. 2019. 282 f. Dissertação. (Mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Salvador: 2019.

SILVA, Ana Eliza Ferreira Alvim da. *A representação da doação de sangue em Juiz de Fora: Interfaces entre assessoria de imprensa, jornalismo local e cidadãos*. 2013. 441f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora: UFJF, 2013.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da; PIMENTA, Angela. Local news deserts in brazil: Historical and contemporary perspectives. In: GULYAS, Agnes; BAINES, David. *The Routledge companion to local media and journalism*. London; New York: Routledge, 2020, p. 44-53.

SILVA, Gislene; SOARES, Rosana de Lima. Da necessidade e da vontade de se consumir notícia. São Paulo. *Comunicação, Mídia e Consumo*, v. 8, n. 23, p. 181-198, nov. 2011.

SILVA, Gislene. A engrenagem da noticiabilidade no meio redemoinho. *Revista Observatório*. Palmas, v. 4, n. 4, p. 308 -333, jul/set. 2018.

SILVA, Irisvânia Pinheiro da et al. Apontamentos sobre as primeiras revistas de Imperatriz-MA. In: BRITO, N.; REIS, R.; PINHEIRO, R.; ASSUNÇÃO, T. (Orgs.). *Jornalismo, mídia e sociedade: as experiências na região Tocantina*. Imperatriz: EDUFMA, 2017.

SILVA, Sarah Dantas do Rego; TAVARES, Camilla Quesada. O (inter)agendamento no jornalismo regional: um estudo de dois telejornais de Imperatriz, no Maranhão. *Revista Observatório*, Palmas, v. 6, n. 1, p. 1-24, jan/mar. 2020.

SOARES, Beatriz Ribeiro; MELO, N. A. Cidades Médias e Pequenas: Reflexões sobre os Desafios no Estudo dessas Realidades Socioespaciais. In: LOPES, D. M. F.; HENRIQUE, W. (Orgs.) *Cidades Médias e Pequenas: Teorias, Conceitos e Estudos de Caso*. Salvador: SEI, 2010. p. 229-247.

\_\_\_\_\_. Pequenas e Médias Cidades: um estudo sobre as relações socioespaciais nas áreas de cerrado em Minas Gerais. In: SPOSITO, M. E (Org.). *Cidades médias: espaços em transição*. São Paulo: Expressão Popular, 2007, p. 461-494.

SHOEMAKER, P.; REESE, S. *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. New York: Longman, 1996.

SOUSA, Beatriz Karine Machado et al. Frequência 105,1: de Rádio Cultura FM à Difusora Sul FM. In: Encontro Regional Nordeste de História da Mídia – Alcar Nordeste, 3, 2014. *Anais...* São Luís: UFMA, 2014.

SOUSA, Jailson de Macedo. *Enredos da dinâmica urbano-regional Sulmaranhense: reflexões a partir da centralidade econômica de Açailândia, Balsas e Imperatriz*. 2015. 558 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2015.

\_\_\_\_\_. *A cidade na região e a região na cidade: a dinâmica econômica de Imperatriz e suas implicações na região Tocantina*. 2005. 220 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2005.

SOUSA, Morgana A.; COSTA, Yasmin M. E. R. *Radiojornal Gameleira: a experiência da produção do primeiro radiojornal de João Lisboa (MA)*. 2018. 41f. Relatório de produto jornalístico (Graduação). Universidade Federal do Maranhão. Imperatriz: UFMA, 2018.

SOUZA, Marcelo Lopes de. *Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. *O estudo das cidades médias brasileiras: uma proposta metodológica*. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (Org.). *Cidades médias: espaços em transição*. São Paulo: Expressão popular, 2007a, p. 35-67.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. *Cidades médias: reestruturação das cidades e reestruturação urbana*. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (Org.) *Cidades médias: espaços em transição*. São Paulo: Expressão Popular, 2007b, p. 233-253.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. *Cidades Médias*. In: SPOSITO, Eliseu Savério. *Glossário de Geografia Humana e Econômica*. São Paulo: Editora Unesp Digital, 2017a, p. 40-48.

SPOSITO, Maria Encarnação. Entrevista: Maria Encarnação Sposito fala sobre redes urbanas e cidades médias em Chapecó. Chapecó: UFFS, 2017b. Disponível em: <https://www.uffs.edu.br/campi/chapeco/noticias/entrevista-maria-encarnacao-sposito-fala-sobre-redes-urbanas-e-cidades-medias-em-chapeco>. Acesso em: 07 de mar. 2020.

STEINBERGER, Marília; BRUNA, Gilda Collet. *Cidades Médias: elos do urbano-regional e do público-privado*. In: ANDRADE, Thompson Almeida e SERRA, Rodrigo Valente. (Orgs.). *Cidades Médias Brasileiras*. Rio de Janeiro: IPEA, 2001.

SUDAM. *Cidades Intermediárias da Amazônia Legal*. Belém: Sudam, 2019.

\_\_\_\_\_. *Cidades Intermediárias da Amazônia Legal: caracterização socioeconômica e área de influência*. 2.ed. rev. ampl. Belém: Sudam, 2020.

TRINDADE JR, Saint-Clair Cordeiro; PEREIRA, José Carlos Matos. *Reestruturação da rede urbana e importância das cidades médias na Amazônia Oriental*. In: SPOSITO, M.E. (Org.). *Cidades médias: espaços em transição*. São Paulo: Expressão Popular, 2007, p. 313-342.

TRINDADE JR. Saint-Clair Cordeiro da. *Cidades Médias na Amazônia Oriental: das novas centralidades à fragmentação do território*. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*. v.13. n.2, p.135-151, nov. 2011.

TRINDADE JR. Saint-Clair Cordeiro da. *Cidades e centralidades urbanas na Amazônia: dos diferentes ordenamentos territoriais ao processo de urbanização difusa*. *Revista Cidades*, v.12, n.21, p. 305-334, jul/dez. 2015.

TUCHMAN, Gaye. *La producción de la noticia: estudo sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gili, 1983.

VALVERDE, Orlando; DIAS, Catarina Vergolino. *A rodovia Belém-Brasília: estudo de geografia regional*. Rio de Janeiro: IBGE, 1967.

VEIGA, José Eli da. A dimensão rural do Brasil. Rio de Janeiro, *Estudos Sociedade e Agricultura*, v.12, n.1, p.71-94, 2004.

VIDEIRA, Sandra Lúcia. Redes geográficas. In: SPOSITO, Eliseu Savério. Glossário de Geografia Humana e Econômica. São Paulo: Editora Unesp Digital, 2017, p. 356-366.

WALKER, R. A. Is there a Service Economy? the Changing Capitalist Division of Labor. In: *Reading Economic Geography*. Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd, 1985. v. 49, n. 1, p. 42-83.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZAGO, Gabriela da Silva. Informações Hiperlocais no Twitter: Produção Colaborativa e Mobilidade. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 32, 2009, Curitiba. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2009.

ZAGO, Gabriela Silva. A participação do público na recirculação jornalística em sites de rede social : implicações para o jornalismo Rizoma. *Revista Rizoma*, v. 5, n. 2, p. 88–104, dez. 2017.

\_\_\_\_\_. *Da Circulação à Recirculação Jornalística: filtro e comentário de notícias por interagentes no Twitter*. In: Encontro Anual da Compós, 21, 2012. *Anais*. Juiz de Fora: Compós, 2012.

ZANOTTI, C. Jornalismo colaborativo, gêneros jornalísticos e critérios de noticiabilidade. *Revista Comunicação Midiática*, v. 5, n. 1, p. 28–41, set/dez. 2010.

## ENTREVISTAS

Entrevistado 1. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Amarante do Maranhão, 24 jan. 2019

Entrevistado 2. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Amarante do Maranhão, 24 jan. 2019

Entrevistado 3. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Amarante do Maranhão, 24 jan. 2019

Entrevistado 4. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Buritirana, 24 jan. 2019

Entrevistado 6. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Cidelândia, 22 jan. 2019

Entrevistado 7. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Davinópolis, 11 fev. 2020

Entrevistado 9. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Estreito, 30 jan. 2019.

Entrevistado 10. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Governador Edison Lobão, 17 jan. 2019

Entrevistado 11. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. João Lisboa, 09 jan. 2019

Entrevistado 14. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Porto Franco, 30 jan. 2019

Entrevistado 15. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Ribamar Fiquene, 14 dez. 2018

Entrevistado 16. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. São Francisco do Brejão, 22 jan. 2019

Entrevistado 18. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. São João do Paraíso, 05 fev. 2019

Jornalista 1. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 15 fev. 2019

Jornalista 2. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 13 fev. 2019

Jornalista 3. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 15 fev. 2019

Jornalista 4. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 13 fev. 2019

Jornalista 5. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 26 fev. 2019

Jornalista 6. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 11 mar. 2019

Jornalista 7. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 13 fev. 2019

Jornalista 8. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 19 fev. 2019

Jornalista 9. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 14 fev. 2019

Jornalista 10. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 12 fev. 2019

Jornalista 11. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 23 fev. 2019

Jornalista 12. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 12 fev. 2019

Jornalista 13. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 15 fev. 2019

Jornalista 14. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 19 fev. 2019

Jornalista 15. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 18 fev. 2019

Jornalista 16. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 18 fev. 2019

Jornalista 17. Entrevista concedida a Thays Assunção Reis. Imperatriz, 20 fev. 2019

## APÊNDICE A – Questionário de consumo de notícias

Cidade: \_\_\_\_\_

Bairro: \_\_\_\_\_

### IDENTIFICAÇÃO

Nome: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_

Profissão: \_\_\_\_\_

Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino ( )

Escolaridade:

- ( ) Ensino Fundamental  
 ( ) Ensino Médio  
 ( ) Superior  
 ( ) Não frequentou escola

### JORNAL IMPRESSO

**1. Você costuma lê jornal(is) impresso?**

- ( ) Sim. Qual (is)? \_\_\_\_\_  
 ( ) Não

**2. Com que frequência você lê jornal?**

- ( ) Todos os dias  
 ( ) Alguns dias da semana  
 ( ) Finais de semana  
 ( ) Raramente

**3. De onde são os jornal(is) lidos? (Pode marcar mais de uma alternativa)**

- ( ) Local - Cidade do informante  
 ( ) De localidades vizinhas.

Qual(is) \_\_\_\_\_

- ( ) Da capital do estado  
 ( ) Nacionais  
 ( ) Internacionais

**4. Por qual meio você lê jornal?**

- ( ) Versão impressa  
 ( ) Versão digital (celular, tablet, computador)  
 ( ) Ambos (impresso e digital)

**5. Como tem acesso ao jornal?**

- ( ) Assina  
 ( ) Compra  
 ( ) Tem no trabalho  
 ( ) Emprestado

( ) Outro: \_\_\_\_\_

### RÁDIO

**6. Costuma se informar pelo rádio?**

- ( ) Sim. Qual(is) emissoras \_\_\_\_\_  
 ( ) Não

**7. Com que frequência você consome notícias pelo rádio?**

- ( ) Todos os dias  
 ( ) Alguns dias da semana  
 ( ) Finais de semana  
 ( ) Raramente

**8. As emissoras de rádios ouvidas são?**

- ( ) AM  
 ( ) FM  
 ( ) AM e FM

**9. De onde são as rádios ouvidas? (Pode marcar mais de uma alternativa)**

- ( ) Local - Cidade do informante  
 ( ) De localidades vizinhas.

Qual(is) \_\_\_\_\_

- ( ) Da capital do estado  
 ( ) Nacionais  
 ( ) Internacionais

**10. Por qual dispositivo você mais ouve rádio?**

- ( ) Aparelhos de rádio tradicionais  
 ( ) No carro  
 ( ) No computador  
 ( ) Pelo celular  
 ( ) Aparelhos tipo MP3 player

### TELEVISÃO

**11. Costuma assistir telejornal(is)?**

- ( ) Sim. Qual (is) \_\_\_\_\_  
 ( ) Não

**12. Com que frequência assiste telejornal?**

- ( ) Todos os dias  
 ( ) Alguns dias da semana  
 ( ) Finais de semana  
 ( ) Raramente

**13. De onde é o telejornal(is) assistido?**

*(Mais de uma alternativa)*

- ( ) Local - Cidade do informante  
 ( ) De localidades vizinhas. Qual(is) \_\_\_\_\_  
 ( ) Da capital do estado  
 ( ) Nacionais  
 ( ) Internacionais

**INTERNET**

**14. Costuma consumir notícias pela internet?**

- ( ) Sim  
 ( ) Não

**15. Com que frequência se informa pela internet?**

- ( ) Todos os dias  
 ( ) Alguns dias da semana  
 ( ) Finais de semana  
 ( ) Raramente

**16. Por quais dispositivos mais acessa as notícias na internet? (Até duas opções)**

- ( ) Computador de mesa  
 ( ) Notebook  
 ( ) Tablets  
 ( ) Celular  
 ( ) Smart TV  
 ( )  
 Outro: \_\_\_\_\_

**17. Por quais plataformas você mais se informa na internet? (Até duas opções)**

- ( ) Redes Sociais (Facebook, Youtube, twitter, instagram, etc)  
 ( ) Blogs. Qual(is) \_\_\_\_\_  
 ( ) Sites de notícia. Qual(is) \_\_\_\_\_  
 ( ) Outro: \_\_\_\_\_

**18. De onde são os blogs e/ou sites de notícia acessados? (Pode marcar mais de uma opção)**

- ( ) Local - Cidade do informante

- ( ) De localidades vizinhas. Qual(is) \_\_\_\_\_  
 ( ) Da capital do estado  
 ( ) Nacionais  
 ( ) Internacionais

**19. Que tipo de notícia você mais se interessa nos meios de comunicação?**

*(Até duas opções)*

- ( ) Notícias locais  
 ( ) Notícias regionais (cidades vizinhas)  
 ( ) Notícias nacionais  
 ( ) Notícias internacionais

**20. Sobre quais temas você mais se informa? (Até três opções)**

- ( ) Economia  
 ( ) Mercado de trabalho/emprego  
 ( ) Educação  
 ( ) Saúde  
 ( ) Cultura/Lazer  
 ( ) Meio Ambiente  
 ( ) Esportes  
 ( ) Opinião  
 ( ) Política  
 ( ) Polícia  
 ( ) Outro: \_\_\_\_\_

**21. Como costuma se informar sobre a realidade da sua cidade? (Pode marcar mais de uma opção)**

- ( ) Jornal  
 ( ) Rádio  
 ( ) Televisão  
 ( ) Blog e/ou sites  
 ( ) Grupo ou página no Facebook  
 ( ) Grupos de whatsapp  
 ( ) Conversas informais  
 ( ) Outro: \_\_\_\_\_

**22. Você considera a cidade de Imperatriz como um polo de notícias e informação? Por quê?**

- ( ) Sim ( ) Não

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**APÊNDICE B - Roteiro semiestruturado para entrevista com jornalistas de Imperatriz**

1. Nome: \_\_\_\_\_
2. Idade: \_\_\_\_\_
3. Sexo: (  ) Masculino (  ) Feminino
4. Graduação em Jornalismo: (  ) Sim (  ) Não
5. Empresa: \_\_\_\_\_
6. Função: \_\_\_\_\_
7. O que você entende por notícia local e regional?
8. Você considera que a empresa possui uma produção noticiosa local e/ou regional?
9. Caso a empresa aborde acontecimentos regionais, com que frequência ocorre essa divulgação?
10. Ainda no contexto regional, quais cidades da região são mais pautadas pela empresa?  
E por que isso ocorre?
11. Como você tem acesso as informações de outras cidades da região que são pautadas pela empresa?
12. Quais os temas regionais frequentemente são abordados pela empresa?
13. Como é realizada a produção das matérias regionais? Há deslocamento de jornalista e/ou equipe para cidades?
14. Existem dificuldades para a realização de uma cobertura regional? Se sim, quais são elas?

**APÊNDICE C - Termo de autorização do uso das entrevistas****CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS DE ENTREVISTA**

Pelo presente documento, EU \_\_\_\_\_, brasileiro (a), portador do RG \_\_\_\_\_ e do CPF \_\_\_\_\_ declaro ceder à Thays Assunção Reis, brasileira, portadora do RG 19346512001-3 e do CPF 032512083-81, doutoranda pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), residente na Rua Vinte e Três, Quadra 501, nº 23, Parque Buriti – Imperatriz/MA, sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais da entrevista de caráter histórico e documental que prestei ao(à) pesquisador(a)/entrevistador(a) aqui referido(a) como subsídio à construção de sua tese de doutorado pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM/UERJ). O(a) pesquisador(a) acima citado(a) fica conseqüentemente autorizado(a) a utilizar, divulgar e publicar, para fins acadêmicos e culturais, a mencionada entrevista, no todo ou em parte, editada ou não, bem como permitir a terceiros o acesso ao mesmo para fins idênticos, com a única ressalva de garantia da integridade de seu conteúdo e identificação de fonte e autor.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2019.

\_\_\_\_\_  
(assinatura do entrevistado/depoente)

(Adaptado do CEDIC-Centro de Documentação e Informação Científica "Professor Casemiro dos Reis Filho" – (PUC/SP))

## APÊNDICE D - Livro de códigos aplicado na análise de conteúdo

### 1. OD

Ordenamento das matérias – 1.2.3.4.5.....

### 3. VEÍCULO JORNALÍSTICO

CÓDIGO	JORNAL
1	JMTV 1º edição
2	Na Hora D
3	O Progresso

### 4. DATA - Data da divulgação da matéria

### 5. TEMA

TIPO	CÓDIGO	EXPLICAÇÃO
Cultura	1	Atividades do universo cultural, como por exemplo, shows, lançamentos de livros ou filmes, exposições, concursos, festivais, datas comemorativas, manifestações folclóricas, entre outras.
Educação	2	Envolve informações sobre a educação pública e privada em todos os níveis.
Saúde	3	Trata das campanhas de vacinação e prevenção a doenças, atendimento e estrutura nos serviços de saúde públicos e privados, farmácias e medicamentos.
Bairros	4	Compreende problemas públicos (ruas esburacadas, falta de energia ou água, abusos em contas, etc) denunciados por moradores.
Infraestrutura	5	Notícias sobre obras de desenvolvimento urbano, crescimento industrial, saneamento básico, transporte público, vias urbanas, etc.
Meio ambiente	6	Matérias sobre reciclagem, poluição em suas várias formas (atmosférica, visual, sonora, etc.), desmatamento, ações de preservação, pesquisas, descobertas científicas, política e legislação ambiental.
Trânsito	7	Engloba informações sobre educação no trânsito, legislação, mobilidade, transporte público, estatísticas, etc.
Economia	8	Notícias sobre salários, empregos, produção agrícola, movimento da bolsa de valores, empresas, finanças, investimentos e comércio. Mercado de trabalho
Religião	9	Assuntos relacionados a diferentes crenças e práticas religiosas.
Esporte	10	Aborda as diferentes modalidades esportivas, atletas, competições e entidades do esporte.

Política	11	Matérias envolvendo órgãos federais, estaduais ou municipais. Poderes do Executivo, Legislativo, Judiciário. Partidos políticos e campanhas eleitorais. Leis e legislação e projetos de lei
Projetos sociais	12	Atividades sem fins lucrativos desenvolvidas para comunidade por organizações da sociedade civil.
Polícia	13	Homicídios, assaltos, roubos, feminicídios, estupros, sistema presidiário, campanhas e ações de combate ao crime. Notícias sobre acidentes, incêndios, afogamentos, etc
Outro	14	Temas que não se enquadram nas categorias listadas acima.

#### 4. VALORES-NOTÍCIAS

TIPO	CÓDIGO	EXPLICAÇÃO
Impacto	1	Compreende número de pessoas afetadas ou envolvidas no fato, e grande quantia de dinheiro
Proeminência	2	Engloba notoriedade, celebridades, posição hierárquica, elite e sucesso/heróis
Conflito	3	Diz respeito a acontecimentos sobre guerra, rivalidade, disputa, briga, greve e reivindicação
Entretenimento/curiosidade	4	Envolve fatos ligados à aventura, divertimento, esporte e comemoração
Polêmica	5	São fatos controversos e escândalos
Conhecimento/Cultura	6	Refere-se a descobertas, invenções, pesquisas, progresso, atividades/valores culturais e religião
Raridade	7	Corresponde à acontecimentos incomuns, originais e inusitados
Proximidade	8	Abrange os níveis geográfico e cultural
Surpresa	9	Relaciona-se a acontecimentos inesperados
Governo	10	Contempla fatos de interesse nacional, decisões/medidas, inaugurações, eleições, viagens e pronunciamentos
Tragédia/Drama	11	Refere-se à catástrofe, acidente, risco de morte e morte, violência/crime, suspense, emoção e interesse humano
Justiça	12	Acontecimentos envolvendo julgamentos, denúncias, investigações, apreensões, decisões judiciais e crimes

Baseado em Gislene Silva (2014)

## 6. TIPO DA NOTÍCIA

TIPO	CÓDIGO	Explicação
Local	1	Compreende desde histórias e reivindicações dos moradores nos bairros a informações que interferem diretamente na vida cotidiana da população da cidade média, como por exemplo, saúde, educação, sistema de transportes, segurança pública, política local, questões econômicas, meio ambiente, planejamento urbano, cultura e lazer, etc.
Local-Regional	2	Informações referentes a serviços, instituições, eventos e atividades que afetam ou envolvem tanto a população residente na cidade média quanto as que moram nos centros urbanos da sua região de influência.
Regional	3	Acontecimentos, demandas e reivindicações ligadas principalmente à ineficiência das gestões municipais (falta de atendimento em postos de saúde, problemas nas escolas, infraestrutura, etc) das cidades da região de influência. Afetam diretamente as comunidades ali residentes. As cidades da região de influência de Imperatriz são: Balsas (MA), Açailândia (MA), Alto Parnaíba (MA), Fortaleza dos Nogueiras (MA), Grajaú (MA), São Pedro dos Crentes (MA), Feira Nova do Maranhão (MA), Loreto (MA), Nova Colinas (MA), Riachão (MA), Sambaíba (MA), São Félix de Balsas (MA), São Raimundo das Mangabeiras (MA), Tasso Fragoso (MA), Bom Jesus das Selvas (MA), Itinga do Maranhão (MA), Arame (MA), Formosa da Serra Negra (MA), Amarante do Maranhão (MA), Buriticupu (MA), Buritirana (MA), Campestre do Maranhão (MA), Cidelândia (MA), Davinópolis (MA), Estreito (MA), Governador Edison Lobão (MA), João Lisboa (MA), Lajeado Novo, Montes Altos (MA), Porto Franco (MA), Ribamar Fiquene (MA), São Francisco do Brejão (MA), São João do Paraíso (MA), São Pedro da Água Branca (MA), Senador La Rocque (MA), Sítio Novo do Maranhão (MA), Vila Nova dos Martírios (MA), Augustinópolis (TO), Axixá do Tocantins (TO), Buriti do Tocantins (TO), Cachoeirinha (TO), Maurilândia do Tocantins (TO), Araguatins (TO), Carrasco Bonito (TO), Esperantina (TO), Praia Norte (TO), Sampaio (TO), São Sebastião do Tocantins (TO), Itaguatins (TO), São Miguel do Tocantins (TO), Sítio Novo do Tocantins (TO), Sampaio (TO), Nazaré (TO), Santa Terezinha do Tocantins (TO), Palmeiras do Tocantins (TO), Dom Eliseu (PA), Ulianópolis (PA)
Local-estadual	4	Informações produzidas na capital estadual que atingem diretamente a vida de todos os habitantes do estado. Geralmente estão ligadas às ações e medidas do governo estadual.
Estadual	5	Fatos que ocorrem em cidades do interior do estado que não estão sob a influência da cidade média, nem ligadas a ações de governos, e que geram implicações diretas apenas a seus moradores.

## 7. ORIGEM DA INFORMAÇÃO

TIPO	CÓDIGO	EXPLICAÇÃO
Próprio veículo	1	Matéria produzida pelos jornalistas da redação
Agências	2	Informações enviadas por agências de notícias e reproduzidas pelo veículo
Assessorias	3	Informações repassadas por assessorias de imprensa e reproduzidas pelo veículo
Outros veículos	4	Matéria fornecida ou extraída de veículos jornalísticos concorrentes ou do mesmo grupo de mídia
Colaboradores	5	Matéria produzida por profissionais não pertencentes ao veículo jornalístico

Baseado em Pontes e Silva (2012)

## 8. FONTES

TIPO	CÓDIGO	EXPLICAÇÃO
Oficial	1	Quando alguém de um cargo público se manifesta sobre algum serviço mantido pelo estado, município, união.
Empresarial	2	Representa uma corporação/indústria/comércio. Geralmente possui interesses comerciais naquilo que falam.
Institucional	3	Representa uma organização social sem fins lucrativos ou um grupo social. Procura a mídia para defender uma causa social ou política.
Popular	4	Tem uma representatividade individual, não está vinculada a um grupo social específico.
Testemunhal	5	Funciona como álibi para a imprensa, pois representa aquilo que viu ou ouviu.
Especializada	6	Possui um saber específico ou reconhecido como tal pela sociedade. Pode ser um artista, esportista, entre outros.
Documental	7	Trata-se de uma bibliografia ou documento consultado pelo jornalista para fundamentar sua matéria.

Baseado em Aldo Schmitz (2011)

## APÊNDICE E - Registros fotográficos das mídias mapeadas nas pequenas cidades



Fachada da Rádio Comunitária Amarantina FM  
(Amarante do Maranhão)



Voz da Cidade  
(Campestre do Maranhão)



Estúdio da Rádio Comunitária Amarantina FM  
(Amarante do Maranhão)



Estúdio da Rádio Comunitária Diamantina FM  
(Governador Edison Lobão)



Fachada da Rádio Comunitária Diamantina FM  
(Governador Edison Lobão)



Estúdio da Rádio Cipó  
(João Lisboa)



Fachada da Rádio Comunidade FM  
(Sítio Novo do Maranhão)



Estúdio da Rádio Comunidade FM  
(Sítio Novo do Maranhão)



Estúdio da Rádio Babaçu FM  
(Cidelândia)



Fachada da Rádio Antena 10 FM  
(Amarante do Maranhão)



Estúdio da Rádio Porto FM  
(Porto Franco)



Estúdio da Rádio Sumaúma FM  
(Ribamar Fiquene)