



## O JORNALISMO DO INTERIOR COM CARÁTER NACIONAL

Lenise Conceição Alves Ferreira<sup>1</sup>

**RESUMO:** A comunicação comunitária juntamente com a mídia local ganhou espaço no circuito jornalístico brasileiro mudando o rumo dos jornais e da televisão. A hipótese central é de que o crescimento da mídia local e do jornalismo comunitário se deve às modificações no cenário dos meios de comunicação, motivadas pela valorização do local, cultural e social, tanto enquanto ambiente de ação política – comunicativa, como pela oportunidade mercadológica que ele representa. Os meios de comunicação da mídia local operam com maior facilidade, no sentido de sempre estar em contato direto com sua fonte e notícia, vivenciando a realidade discutida. Este é um novo meio de praticar a “voz do povo”, ganhando formas jornalísticas e ao mesmo tempo sociais. A proximidade da fonte com o produtor da notícia é inquestionável, o que tem sido fator primordial para seu fortalecimento.

**PALAVRAS-CHAVE:** *mídia comunitária; mídia local; meios de comunicação.*

---

<sup>1</sup> Graduanda em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). E-mail: lenisealves\_ferreira@hotmail.com"

## **1) Introdução**

A comunicação local juntamente com o avanço tecnológico vem ganhando novos e maiores espaços na mídia. A invasão dos computadores e da internet em casas e empresas possibilitam trocas de informações instantâneas, principalmente sobre os acontecimentos que os cercam.

Muitos usuários acabam virando fontes ou assuntos de matérias jornalísticas devido à facilidade de interação com os produtores das emissoras. Alguns desses veículos de comunicação também disponibilizam em seus sítios as reportagens para quem quiser ver ou rever. Isso de certa forma reforça o jornalismo local. Tem-se como exemplo a matéria do Playboy de Birigui, interior de São Paulo veiculada no Fantástico. O garoto foi denunciado para Polícia Federal pela rede mundial de computadores, a mesma utilizou seus vídeos pessoais para comprovar o locupletamento ilícito. Posteriormente esta mesma matéria foi publicada no site do programa e teve um elevado número de acessos. Pesquisadores apontam fatos como este como sendo estratégia das emissoras para atingir este novo público que passam horas conectados.

Diversos telejornais apresentam matérias locais onde o telespectador passa a ver sua realidade através dos assuntos sobre política, serviços públicos, problemas urbanos e outros.

Este trabalho reflete a importância do jornalismo local na atualidade, em que a notícia muitas vezes é o telespectador e o lugar onde ele vive, em que problemas sociais, políticos e econômicos de uma pequena cidade do interior do Brasil ganha grandes proporções nacionais, e se torna manchete de telejornais conceituados no circuito nacional.

O trabalho é baseado em pesquisas bibliográficas e de campo. Apresenta conceitos e exemplos de mídia local na televisão. Ele está dividido em quatro capítulos. O primeiro é esta introdução, que descreve o panorama atual e introduz o assunto, procurando deixar claro o propósito deste trabalho. No capítulo dois apresenta-se um histórico do jornalismo local no Brasil. Estudos de casos e conceitos de local e nacional serão abordados nos capítulos três e quatro. Ficando as considerações finais no capítulo seguinte.

## **2) Jornalismo Local No Brasil**

O surgimento do jornalismo local para muitos pesquisadores foi fruto de uma necessidade intensa de uma comunidade em busca de informação próxima e precisa em que reivindicações e protestos sociais pudessem ser debatidos e colocados em capas de jornais locais, e telejornais regionais.

Peruzzo<sup>2</sup> (2003) reafirma a importância da mídia local e o seu significado:

A mídia local tende a reproduzir a lógica dos grandes meios de comunicação, principalmente no que se refere ao sistema de gestão e aos interesses em jogo. Porém, diferencia-se quanto ao conteúdo ao prestar mais atenção às especificidades de cada região, enquanto a grande mídia utiliza como um dos critérios na seleção de conteúdos, aqueles assuntos que interessam a um maior número de pessoas possível, o que a conduz para temas de interesse nacional e internacional.

A imprensa regional vende sua própria cultura, noticia sua própria história, podendo fazer com que inúmeras pessoas que se encontrem fora do país ou até mesmo longe da sua terra de origem possam acompanhar diariamente seja pela internet ou até mesmo por jornais os fatos que ocorrem na sua região. Ferrari<sup>3</sup> (2010) argumenta que com o passar dos anos, as cidades foram assumindo armas próprias de comunicação:

Ao longo dos séculos, as cidades foram sofrendo mutações físicas e sociológicas: da Ágora grega, passando pelo surgimento de pequenas comunidades medievais que viviam a partir de colheitas de subsistência, pelo aparecimento das cidades fabris, voltadas para o abastecimento das indústrias e dos bens de consumo, chegando por fim às cidades de pedra, que estão sendo substituídas, aos poucos, pela sociedade informatizada, no qual o produto de maior valor é a informação.  
(FERRARI, 2010, p.160).

3

A televisão foi um meio que nasceu do regional, juntamente com o rádio, que diferente da televisão teve uma expansão maior e mais veloz tanto em grandes metrópoles como em cidades do interior.

É importante lembrar que inúmeras redes afiliadas de televisão que estão localizadas no interior surgiram recentemente. É por meio de um telejornalismo local, que a informação não se importa com padrões nacionais de sotaque, conceitos e atitudes.

Segundo Peruzzo<sup>4</sup>, embora o local esteja inserido no processo de globalização, ou seja, em que as informações se tornam cada vez mais amplas, e que produtor e leitor não possuem elos reais, o sujeito busca fortalecer as singularidades locais.

Seja no formato impresso ou no telejornalismo e até mesmo na internet, o jornalismo local no Brasil têm ganhado forças e sustentabilidade não somente por meios econômicos, mas

---

<sup>2</sup> PERUZZO, C.K.. Mídia local e as suas interfaces com a mídia comunitária. Intercom. Belo Horizonte/MG. 2003.

<sup>3</sup> FERRARI, P. A força da Mídia Social. São Paulo: Factash, 2010. p.160.

<sup>4</sup> PERUZZO, C.K. 2003. Mídia local e as suas interfaces com a mídia comunitária. Intercom. Belo Horizonte/MG.

pela população que forçou sua criação em um novo meio de proporcionar uma “voz”, que não viesse de grandes cidades, mas daquelas menos favorecidas por razão territorial ou econômica, estas cidades construíram a “voz do povo, do século passado, com a vontade do presente”.

### **3) Casos Do Local Na Televisão**

A cada dia inúmeras redes de televisão investem ainda mais em suas afiliadas regionais. Cidades do interior estão ganhando força por meio das TVs locais, em que o debate e a busca por melhorias se tornaram um dos objetivos da informação local. Segundo informou o IBOPE (2001), das 10.624 pessoas entrevistadas de 12 a 64 anos em 11 regiões metropolitanas ouvidas no país, 70% delas assistem com frequência aos noticiários locais das emissoras, ou seja, se trata de um número considerável de telespectadores.

Nossa pesquisa vai abordar principalmente matérias da TV Integração<sup>5</sup>, que é afiliada da Rede Globo no estado de Minas Gerais e possui uma vasta cobertura, em que seu sinal chega a 28% da população do Estado. Esta cobertura integra as regiões do Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba, Noroeste de Minas, Pontal, Centro-Oeste de Minas, Campo das Vertentes, Zona da Mata e Sul de Minas. São 233 cidades em que estão ligadas por uma única notícia, a realidade local. E para completar a afiliada Integração<sup>6</sup> leva com ela o lema: “TV Integração, a TV que você vive”.

A TV Integração parece adotar conceitos de Peruzzo (2003) quanto aos seus assuntos locais:

A tendência maior é que a mídia local se ocupe de assuntos mais gerais (das vias públicas, tragédias, violência urbana, tráfico de drogas, política local, serviços públicos, problemas da cidade, culinária regional etc.), [...] Esta mídia visa mais a transmissão da informação (PERUZZO, 2003).

Como pode ser visto na Figura 1, abaixo, vídeos de rachas na BR-050, e no trecho que liga Uberlândia a Pato de Minas tratavam-se apenas de fatos particulares postados em site de relacionamento. Estas imagens acabaram tomando grandes proporções nacionais, logo depois que uma reportagem realizada pela TV Integração foi transmitida pelo Jornal Hoje, como mostra figura 2..

---

<sup>5</sup> Disponível em: <[www.tvintegracao.com.br/jornalismo](http://www.tvintegracao.com.br/jornalismo)> Acesso em: 11 de outubro 2010.



Fig. 1 - Jovens de Uberlândia gravam rachas na internet

Fonte: [tvintegracao.com.br/jornalismo](http://tvintegracao.com.br/jornalismo)



Fig. 2 - Avenida Rondon Pacheco se torna local para racha em Uberlândia

Fonte: [g1.globo.com/jornal-hoje](http://g1.globo.com/jornal-hoje)

É notório o espaço significativo que afiliadas de televisão, e não somente da Rede Globo como de outras emissoras estão construindo um novo espaço com sinais de qualidade, e acima de tudo informação com responsabilidade. Isto ajuda a dar mais credibilidade para as notícias locais.

Abaixo está à figura 3 da cidade Senhora de Oliveira, localizada na Zona da Mata em Minas Gerais, que ficou conhecida nacionalmente após o casamento de “Dona Nanhá” de 91 anos e “Zé Pedro” de 84 anos. Podemos conferir na figura 4 que o fato gerou grande repercussão, e acabou virando matéria para o programa Domingo Espetacular da Record. A

cidade não possui rádios e nem emissoras locais, apenas um site que posta notícias sobre o Município.



Fig. 3 - A cidade de Senhora de Oliveira no programa Domingo Espetacular

Fonte: <http://noticias.r7.com/videos/>



Fig. 4 - Os personagens da história Dona Nanhá e Zé Pedro

Fonte: <http://noticias.r7.com/videos/>

#### 4) Nacional X Local

Pesquisadores acreditam que o jornalismo local nunca irá morrer, pois sempre alguém irá se identificar com a televisão, pela questão da identidade e comunidade. A vontade de se comunicar sempre interferiu de forma direta na vida do homem, e a busca por novas mídias se tornou uma paixão. Com a globalização a informação se tornou mais simplista, pelo fato de existir a noção de que a igualdade

deve ser presença fixa para destruir barreiras e organizar novos rumos. Porém, a busca por essa identidade única, faz com que a noção de região pareça de algum jeito, algo inferior e pouco confiável.

É importante ressaltar que a televisão foi um meio que nasceu no regional, com poucas tecnologias, e se tornou nacional quando outros recursos como a gravação se tornaram disponíveis. Com uma face local, o rádio esteve presente na vida diária de qualquer brasileiro, tanto no interior quanto em grandes metrópoles brasileiras. O apoio nesse novo jeito de se informar está fazendo com que inúmeras emissoras de televisão e rádio passem a investir um valor economicamente mais vantajoso do que antigamente, e isto está sendo refletido na qualidade e na realidade local desse jornalismo.

Seria um equívoco afirmar que uma emissora local só aborda assuntos exclusivamente regionais, pois há também a preocupação por parte das emissoras afiliadas em nunca deixar seu telespectador alienado aos acontecimentos que ultrapassa as fronteiras do local. Por este motivo, ocorre a somatória de notícias regionais com notícias nacionais. Isso criou um diferencial para atrair a atenção do público.

A Rede Globo montou uma grande estrutura com suas afiliadas espalhadas por todo o país. A prova disso é o sucesso e a solidez que a emissora reconquista a cada ano que passa. Tornou-se alvo do jornalismo local, e não tratou com diferença a novidade da informação regional, ao contrário, investiu em novas estruturas, e comprovou que a qualidade de fazer jornalismo vai além do nacional.

Com a abrangência das emissoras afiliadas também cresce as vantagens para a emissora matriz no que se refere à publicidade e renda financeira. O lado econômico enfrentado pelas mídias locais acabou virando polêmica, pois havia um grande receio em relação à origem da renda financeira. Era questionado se as mídias locais não poderiam se tornar a “notícia do cabresto” dos anos 70, pois quando o jornalismo local surgiu, o medo de uma lavagem de dinheiro junto com um poder ditatorial de notícia era enfrentado pelos cidadãos das comunidades.

Porém prestação de serviço, a identidade e a informação direta e eficaz, fizeram com que as mídias locais pudessem ser respeitadas. Não só em suas regiões, mas nacionalmente, afinal é mais do que comum as emissoras nacionais usarem inúmeras matérias e até mesmo links para transmitir notícias específicas de uma região, que de um jeito ou de outro, faz com que o público nacional se interesse. Encontra-se

nesta razão, o motivo de tanta preocupação, e também cuidado com estrutura e recursos que as empresas possuem na hora de fazer jornalismo regional, sejam elas afiliadas ou não.

Com espaços fixos, e trabalhos em conjunto, as emissoras nacionais estão conseguindo fornecer uma rede de conexão concreta e absoluta para suas afiliadas, um voto conclusivo de confiança. Com a mudança dos tempos, novas tecnologias avançadas, as inovações da própria realidade em que todos se encontram conectados, a pluralidade da identidade está caracterizando o Brasil, e finalmente está transformando a comunicação deste país com a cara do seu povo.

Segundo o pesquisador Melo<sup>7</sup> ele descarta o caráter comunitário de várias manifestações, como a imprensa negra, a imprensa religiosa, a imprensa do interior e inclusive a imprensa de bairros. Segundo ele, apenas a imprensa imigrante seria resultado de uma aglutinação consciente e que gerou a necessidade de canais próprios para expressão dos seus sentimentos. A vontade de se expressar, e tomar parte de melhorias e criar fóruns de discussão fizeram com que novas redes de informação fossem desenvolvidas, ou seja, a busca pela prestação de serviço a favor de uma comunidade descobriu no Jornalismo a fonte da reivindicação e dos direitos.

8

Peruzzo (2003), explica que a mídia local não tem muitas alternativas para inovar o jeito como faz a notícia. A única saída é buscar por melhorias locais, e realizar uma prestação de serviço ao próprio telespectador, aquele responsável pelo ibope e andamento da programação:

Voltando à questão do esforço demonstrado em prol da ampliação dos direitos e deveres de cidadania pelas mídias local e regional, é óbvio que não é algo que se dê a priori por alteridade. É algo que ela tem que assumir porque a questão da cidadania na atual conjuntura nas diversas regiões do país faz parte da situação concreta de cada bairro ou cidade e da pauta da reivindicação social. Ao pretender colar-se às realidades de cada localidade, a mídia não tem outra saída do que tentar expressar as especificidades locais.

É inevitável o papel das mídias locais, já que a prestação de serviço se tornou uma característica forte desde seu surgimento. Porém, não é somente assim que

---

<sup>5</sup> MELO, José Marques de: Imprensa comunitária no Brasil. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo, nº 2, p.50-60, 1979.

ela aparece, afinal está conquistando espaços em jornais nacionais, que nem sempre são de ordem social.

O noticiário apresentado pela TV Integração<sup>1</sup> é bastante diversificado, e as notícias não ficam fixadas em apenas um editorial. Carrega em sua programação como em toda afiliada o diferencial do jornalismo local, em que a região se encontra em primeiro lugar. No site do MGTV, que é o programa de telejornalismo da afiliada Rede Globo, está como principal objetivo apresentar ao público notícias mais relevantes que podem afetar a região. Encontra-se nesta passagem o diferencial dessa rede afiliada de comunicação, o compromisso com o povo mineiro.

Foi na década de 80, que o projeto de regionalização da Rede Globo ganhou força, com a implantação em seu organograma, de um setor específico para atender suas afiliadas, que foi o CGAE- Central Globo de Afiliadas e Expansão, que assumiu o papel de assistência para as emissoras afiliadas, tais como estrutura, engenharia e jornalismo. A preocupação principal da Rede Globo, sempre foi manter o sinal de qualidade jornalística e a capacidade de administrar corretamente inúmeros setores.

O patrimônio espalhado pelos quatro cantos do país está reafirmando a posição de liderança que a Rede Globo possui. A vontade do telespectador em saber o que se passa em outros países é grande, porém não descarta o desejo de ter informação sobre sua própria região. Ao descobrir isso a Rede Globo passou a investir mais no jornalismo local.

Isso também beneficia as regiões das emissoras afiliadas, pois a renda das cidades aumenta, e a realidade da comunidade muda. Com isto ambos saem ganhando, pois a renda de faturamento de uma afiliada, não muda só a realidade da informação e a conquista de espaço. Ela também desperta o giro de negócios de uma cidade, e de forma indireta age na vida de todo cidadão que vive ali. Quando se fala de economia forte nas grandes emissoras, logo ressalta-se o fator publicidade, porém esta economia também está relacionado aos investimentos nas pequenas regiões.

O programa de jornalismo vai ao ar todos os dias, e conta com 19 equipes de reportagem espalhadas em seis escritórios, que estão localizados nas cidades de Araxá, Divinópolis, Ituiutaba, Patos de Minas, Uberaba e Uberlândia. Lançado em 2008, outro programa denominado MG Notícia leva como principal característica a prestação de serviço, é um programa que vai ao ar todas as manhãs, e que possui como

meta a divulgação de empregos, os principais eventos, e se encontra a serviço da comunidade. Em que o telespectador é o personagem principal.

A proximidade estabelecida entre a emissora regional com seus telespectadores permite a descoberta de assuntos que podem gerar uma repercussão a nível nacional, seja por se tratar de um acontecimento inédito ou por influenciar um âmbito além das fronteiras locais. Por isso a necessidade de uma interação e uma parceria entre as emissoras afiliadas e destas com sua matriz.

O jornal que estabelece um padrão nacional tem como característica a abrangência, e a mídia local ou regional veio para atribuir essa proximidade ligada a uma identidade maior com o seu receptor. É indispensável que a mídia local assuma este papel já que o regionalismo é o ponto central da sua notícia e, também, para facilitar o entendimento do público local, que possuía apenas os meios impressos de comunicação (jornais e revistas) para se manter informado sobre as notícias locais.

Não se trata de uma mídia totalmente televisiva, já que a TV Integração se preocupa com os serviços disponíveis também em seu site. Com fácil acesso, é possível através do site que o telespectador reveja matérias antigas, e se mantenha sempre bem informado.

Para se ter idéia da dimensão da importância da relação de proximidade entre produtor e receptor, o site disponibiliza o *twitter* do diretor de jornalismo da afiliada mineira da Rede Globo. É uma relação direta do telespectador com o responsável pela notícia. Antigamente, não havia essa possibilidade de interação pela falta de um veículo de comunicação que permitisse isso. Tendo como exemplo a TV Integração, foi realizado um estudo específico em cima de uma afiliada da Rede Globo, a emissora que mais investe em estrutura e padrões regionais. O que é extremamente vantajoso economicamente. A TV Integração afiliada Rede Globo no estado de Minas Gerais, possui uma grande rede de cobertura, e já esteve presente com matérias regionais no Jornal Hoje, e também no Jornal Nacional.

Esta nova mídia, mais do que tão somente informar, trouxe uma nova realidade para regiões, e uma nova técnica de fazer notícia.

Peruzzo (2003) argumenta sobre a questão mercadológica, e o crescimento desta nova mídia:

A hipótese central é de que o crescimento da mídia local se deve às modificações no cenário dos meios de comunicação, motivadas pela valorização do local, tanto enquanto ambiente de ação político-comunicativa cotidiana, como pela oportunidade mercadológica que ele representa.

As características desta mídia são específicas, assim como sua forma de fazer jornalismo, e isto está explicado nos exemplos de algumas características ressaltados por Peruzzo:

- Tem interesse em contribuir para a ampliação da cidadania desde que as estratégias adotadas para tanto ajudem na consecução dos interesses empresariais.
- Os espaços abertos à participação dos cidadãos estão sujeitos ao controle dos dirigentes e técnicos.
- A produção do “que fazer” comunicacional está sob a responsabilidade direta de especialistas contratados.
- O sistema de gestão é do tipo burocrático tradicional.

A mídia local apresenta uma lógica própria, e este pensamento é refletido por Peruzzo:

A mídia local tende a reproduzir a lógica dos grandes meios de comunicação, principalmente no que se refere ao sistema de gestão e aos interesses em jogo. Porém, diferencia-se quanto ao conteúdo ao prestar mais atenção às especificidades de cada região, enquanto a grande mídia utiliza como um dos critérios na seleção de conteúdos, aqueles assuntos que interessam a um maior número de pessoas possível, o que a conduz para temas de interesse nacional e internacional.

#### **4. Considerações Finais**

Esta pesquisa reflete e analisa como a mídia local tomou os ares não somente de notícia simples e objetiva do interior, mas sim de uma notícia completa e de qualidade. Muito mais do que informar, o jornalismo local vêm sendo tratado pelas emissoras nacionais com assuntos diversos. Sejam eles para alertar as autoridades, cobrar soluções dos governantes ou mesmo mostrar o lado afetivo de um casal de idosos que resolveram casar. É o local ganhando conteúdo e espaço próprio.

No decorrer do trabalho percebe-se a importância que as redes nacionais proporcionam as emissoras afiliadas, visto que uma completa a outra com notícias

seguindo um mesmo padrão de formulação, promovendo a interação e a aproximação entre o local e o global. Desse modo não existe, entre elas, contradição, mas sustentação. O regional necessita do direcionamento de uma grande emissora e o jornalismo nacional precisa da orientação da afiliada, para ter conhecimento dos rumos em que o país está tomando.

Pode-se dizer que existe vem ocorrendo um certo mutualismo neste tipo de comunicação, pois não há espaços para críticas e disputas por espaço. Há um comprometimento com a informação, em que não importa a localização do fato, mas sim a notícia e o telespectador.

Vê-se que a mídia local está se fortalecendo, em muitos casos já consegue fazer um jornalismo com fidelidade. Antes era apenas uma dúvida ou então outra conquista das grandes emissoras, porém acabou ocorrendo à globalização diferenciada, aquela em que não prevalece um único rumo, e sim novas trilhas.

Sabe-se que ainda existe muita complexidade em relação ao fato do que realmente é regional, mostrando que muitas questões ainda devem ser discutidas. Com análises feitas no trabalho e seguindo conceitos de pesquisadores é notório que o local abordado pelas emissoras nacionais está se concretizando ainda mais, e promete novos horizontes para os envolvidos em comunicação.

A qualidade e a capacidade de interação com as outras mídias estão fazendo com que essa nova maneira de se comunicar com o telespectador, continue construindo pontes para que o direito à informação cresça ainda mais, e seja acessível para qualquer comunidade.

Conclui-se que a aproximação e interação são armas fundamentais para o exercício deste tipo de mídia que tem como obrigação realizar um jornalismo com capacidade de surpreender, e estimular a cidadania.

Sempre foi papel do jornalismo não somente encorajar a melhoria de vida dos brasileiros, mas também criar um vínculo de oportunidade, o direito ao grito e a manifestação. Seja qual for a cultura, raça ou credo. Não é somente informar, e fazer da notícia o caminho para a igualdade e luta cotidiana contra a falta de oportunidade. A imprensa no Brasil por anos sofreu por uma ditadura brutal e inesquecível, tivemos as palavras caçadas e a coragem perdida. Mais do que acreditar em um país, é preciso

notar do que ele é constituído, não somente de paisagens e belas histórias, o que faz de um país ser concreto, é seu povo.

A maior mídia que pode existir, é aquela falada por sua gente, em que o microfone da verdade não passe somente pela mão de um cidadão, mas que chegue a todos. A mídia local veio para aproximar o homem da sua própria realidade, com imagens ou voz por meio do rádio, a sua liberdade está garantida. E mais do que somente participar, é dever de todo brasileiro questionar e reivindicar por melhoras tanto na imprensa como em sua vida em comunidade.

Segundo Carvalho (2003, p.9), segundo Carvalho (2003, p. 9), “[...] o cidadão pleno seria aquele que fosse titular dos três direitos. Cidadãos incompletos seriam os que possuíssem apenas alguns dos direitos. Os que não se beneficiassem de nenhum dos direitos, seriam não-cidadãos”. O cidadão deve estar satisfeito com seus próprios deveres, e também com sua própria liberdade, e ainda mais com a maneira de se informar.

De acordo com Barreto (2002) a informação tem a capacidade de transformar a vida de qualquer cidadão:

a informação referencia o homem ao seu destino desde antes de seu nascimento [...] e durante sua existência pela capacidade de relacionar suas memórias do passado, com uma perspectiva de futuro e assim estabelecer diretrizes para realizar a sua aventura individual no espaço e no tempo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBALHO, A. **Estado, Mídia e identidade:** políticas de cultura no Nordeste contemporâneo. In: ALCEU. Revista de Comunicação, Cultura e Política. Rio de Janeiro. v.4, nº8, jan/jun.2004.
- BAZI, R. E. R. **Aspectos da TV Regional e a Globo no cenário da Regionalização**, 2005. Disponível em <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/midiaregional/article/view/File/3859/3623>. Acesso em: 11 de outubro de 2010.
- BOTÃO, P. R. **Mídia Comunitária:** Novas tecnologias e a emergência do local. Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 de Setembro de 2002. p.1-5, 2002.
- BARRETO, A. A. A condição da informação. **Revista São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 16, n. 3, p. 67-74, 2002.
- CARVALHO, J. M. de. **Cidadania no Brasil:** o longo caminho. 4. ed. Rio de Janeiro:

Civilização Brasileira, 2003.

COSTA, B. **“Pirataria: pedra no sapato da regionalização”**. Tela Viva, São Paulo, nº70, jun.1998, p.14-18.

DUMONT, L. M. M. SILVA, Marina Cajaíba da. **Comunicação, informação e cidadania: a inclusão digital como alternativa à desigualdade social no Brasil**. Minas Gerais, 2005.

FERRARI, P. **A força da mídia social: Interface e linguagem jornalística no ambiente digital**. São Paulo: Factash Editora, 2010.

MELO, J. M. de: Imprensa comunitária no Brasil. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo, nº 2, p.50-60, 1979.

MÜLLER, K. **Televisão regional e rede nacional: um estudo de caso de emissoras afiliadas da Rede Bandeirantes de TV**. São Bernardo do Campo: UMES, 2007. p.16-19, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, São Paulo, 2007.

PERUZZO, C. **Mídia local e as suas interfaces com a mídia comunitária**. Intercom. Belo Horizonte/MG. 2003.

TV INTEGRAÇÃO, Disponível em: <[www.tvintegracao.com.br/jornalismo](http://www.tvintegracao.com.br/jornalismo)> Acesso em: 11 de outubro 2010.