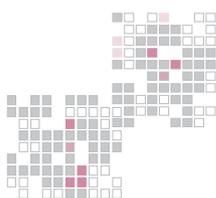


DA ESCASSEZ DE INFORMAÇÕES LOCAIS A NOVAS PRÁTICAS DE PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS: O PAPEL DA TECNOLOGIA NAS FRONTEIRAS JORNALÍSTICAS

DE LA ESCASEZ DE INFORMACIONES LOCALES PARA NUEVAS PRÁCTICAS DE PRODUCCIÓN DE NOTICIAS: EL PAPEL DE LA TECNOLOGÍA EN LAS FRONTERAS PERIODÍSTICAS

FROM SHORTAGE OF LOCAL INFORMATION TO NEW PRACTICES OF NEWS PRODUCTION: THE ROLE OF TECHNOLOGY IN JOURNALISTIC BOUNDARIES NA PESQUISA ENATIVA

76



Jacqueline Silva Deolindo

■ Jornalista e mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação da UERJ (Universidade do Estado do Rio de Janeiro). Aluna de doutorado da mesma instituição, desenvolve pesquisa sobre jornalismo local e regional no território fluminense. É professora do curso de Jornalismo do Centro Universitário Fluminense (UNIFLU Campus II), em Campos dos Goytacazes (RJ).

■ E-mail: jacquelineedeolindo@gmail.com.

RESUMO

A fronteira, ao longo do tempo, se constituiu em um objeto transdisciplinar. Mais recentemente, também a comunicação tem se debruçado sobre o tema para pensar os aspectos que adquire a produção jornalística no limite dos territórios. Tomando como princípio a centralidade da comunicação na organização do espaço social e as especificidades sócio-políticas do jornalismo, este texto desenvolve a ideia de fronteira jornalística, entendida como o extremo da região de cobertura e circulação da notícia. Ensaíamos também algumas reflexões sobre o risco que pode haver para os lugares privados dessa espécie de narrativa. O texto propõe, ainda, considerar algumas iniciativas de produção de notícias *on-line* como um recurso que o lugar lança mão para falar de si para si e para os outros.

PALAVRAS-CHAVE: FRONTEIRAS JORNALÍSTICAS; NOVAS TECNOLOGIAS; PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS; CIDADANIA.

RESUMEN

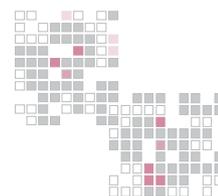
El límite, con el tiempo, constituye un objeto transdisciplinar. Más recientemente, la comunicación también ha abordado el tema para reflexionar sobre los aspectos que adquiere la producción periodística dentro de los límites de los territorios. Teniendo como principio la importancia de la comunicación en la organización del espacio social y las especificidades socio-políticas del periodismo, este texto desarrolla la idea de la frontera periodística, entendida como el fin de la zona de cobertura y circulación de noticias. También ensayamos algunas reflexiones sobre el riesgo que puede existir para los lugares privados de esa especie de narrativa. El texto también propone considerar algunas iniciativas de producción de noticias en línea como un recurso el lugar utiliza para hablar consigo mismo y con los demás.

PALABRAS-CLAVE: PALABRAS CLAVES: FRONTERAS PERIODÍSTICAS; NUEVAS TECNOLOGÍAS; PRODUCCIÓN DE NOTICIAS; CIUDADANÍA.

ABSTRACT

Frontiers, over time, have become a transdisciplinary topic. More recently, communication has also been working on the topic to think about the aspects that the journalistic production acquires within territory frontiers. Taking the centrality of communication as a principle in the organization of social space and journalism socio-political specificities, this text develops the idea of journalistic boundaries, taken as the limit of the coverage area and circulation of news. Also, we reflect on the risk that there may be for private places where there is this kind of narrative. The text also proposes to consider some on-line news production initiatives as a resource that the place uses to talk about itself to itself and to others.

KEYWORDS: JOURNALISTIC BOUNDARIES; NEW TECHNOLOGIES; NEWS PRODUCTION; CITIZENSHIP.



1. Introdução

É ponto comum entre autores das mais variadas correntes preocupadas com as questões da pós-modernidade que o neoliberalismo político-econômico e as novas tecnologias da comunicação e da informação constituem fatores integrados decisivos para as diversas mudanças socioculturais que vêm se configurando (Moraes, 1997; Bauman; 2001; Castells, 2002; Santos, 2008; Harvey, 2007, entre outros).

Entre essas transformações está o redimensionamento do sentido de espaço. Principalmente no que refere a sua conotação simbólica, qualidades como velocidade, fluidez, verticalização, compressão e integração/desintegração/reintegração alcançam, afetam e acompanham o termo, de modo que, como bem observou Harvey (2012, p.1) parafraseando Raymond Williams, “espaço se tornou uma das palavras mais complicadas de nossa língua”, ao mesmo tempo em que se configurou como uma “palavra-chave do nosso tempo”.

As discussões sobre o tema mobilizam um amplo aparato teórico e técnico, que este artigo, devido a sua brevidade, não irá revisar. Seu objetivo é mais modesto: tomando como ponto de partida as referências teóricas já citadas, procura-se aqui tão somente desenvolver reflexões pontuais sobre a condição de um elemento do espaço tomado a partir de um viés específico: a fronteira jornalística que, como apresentamos em outra ocasião (Deolindo, 2013a), é entendida como aquela “zona de escassez de notícia” (Schramm, 1970), como o extremo da região de cobertura dos veículos de comunicação, o limite do seu “raio de ação determinado, não só quantitativa como qualitativamente” (Santos, 1955 [2007])¹.

Tal discussão é relevante principalmente quando se observa que os circuitos espaciais de produ-

ção, distribuição e consumo, entre outros aspectos geográficos da comunicação, apenas mais recentemente vêm figurando de modo sistemático entre as preocupações dos estudos de jornalismo (Hillis, 1998; Falkheimer, Jansson, 2006; Adams, 2009) e, no caso do Brasil, consolidando-se entre os temas preferenciais de alguns pesquisadores (Moreira, 2013).

O preenchimento de tal lacuna no contexto da globalização se faz necessário tanto pelo fenômeno que Rubim (2000) chamou de Idade Mídia, quanto por uma realidade dicotômica muitas vezes ignorada: a de que os méritos da globalização não alcançam a todos igualmente e que ainda há regiões e situações que desmentem com propriedade os argumentos de que a mobilidade informacional sobremoderna inclui a todos (Augé, 2010).

Para desenvolver nossas observações a esse respeito, este texto está dividido em três partes: a primeira, retoma o conceito de regiões jornalísticas proposta pelo geógrafo Milton Santos em um congresso da Associação Brasileira de Imprensa na década de 1950 e reapresentada em edição relativamente recente da revista da Rede Alfredo de Carvalho; a segunda, tenta aprofundar o conceito de fronteira sob essa perspectiva, refletindo sobre as localidades carentes de jornalismo local, e a terceira, relata um estudo de caso para exemplificar como sujeitos moradores de regiões antes desprovidas de produção jornalística vêm dotando suas comunidades de outra dinâmica através de projetos que viabilizam a produção, a circulação e o consumo de notícias locais.

Nossa hipótese é de que iniciativa de construir instrumentos de comunicação locais – sejam comunitários ou comerciais –, principalmente com auxílio da comunicação mediada por computador, pode constituir-se um ato culturalmente criador. Isso se, como propõe Peruzzo (2006), houver acesso e preparo para o uso competente das ferramentas da Internet e ao mesmo tempo

¹ O original de 1955 foi reeditado pela Rede Alfredo de Carvalho de História da Mídia em 2007. Utilizamos a versão *on-line* do texto, que não apresenta paginação. Ver referências.

se encarar os desafios da cidadania em todas as suas dimensões.

2. Regiões jornalísticas

Em 1955, em um momento em que os impressos e o rádio ainda eram os principais meios de comunicação noticiosos no país, o geógrafo Milton Santos propôs como um projeto de trabalho a construção de um “mapa jornalístico do Brasil”. Esse traçado levaria em conta os territórios de atuação do jornal, sua região jornalística, que inclui tanto as áreas restritas de cobertura quanto as áreas de circulação do produto de comunicação, mais amplas em relação às primeiras.

Na proposição do autor, de acordo com a função específica dos jornais nacionais, estaduais, regionais e locais, esse mapa identificaria “regiões e zonas e subzonas jornalísticas. (...) áreas diferentes, maiores ou menores, uma dentro das outras, onde operam os jornais de acordo com as suas categorias funcionais”. Nessa escala de classificação, os jornais cumpririam o papel de debater desde os assuntos de interesse político e econômico pertinentes aos mais abrangentes interesses do país até temas os mais provincianos, interessantes a uma determinada comunidade.

Com algumas marcas próprias da época em que foi escrito, o texto de Milton Santos, guarda, contudo, uma atualidade considerável em diversos aspectos, dos quais, para esta análise, destacamos:

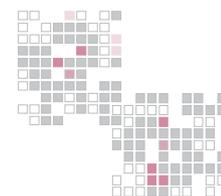
- 1) a indicação do avanço técnico e tecnológico como determinante para a expansão da área de abrangência dos meios de comunicação e da profundidade das reportagens;
- 2) a observação das limitações do suporte papel diante da fluidez e da flexibilidade da notícia;
- 3) o reconhecimento da centralidade dos recursos econômicos tanto para a sobrevivência dos jornais quanto para a delimitação de sua área de influência.

Desde o início, a atividade jornalística recebe e reage ao impacto de avanços técnicos e tecnológicos de diversas ordens (Pinheiro, 1998). Atualmente, a novidade e pujança dos aparatos, plataformas e dispositivos que continuamente ganham o mercado e as consequências das trocas que possibilitam ao articular-se em redes materiais e imateriais têm sido objetivo de uma multiplicidade de estudos teóricos e aplicados. É possível que a preocupação atualmente dispensada por estudiosos de diversas áreas aos aspectos tecnológicos da Comunicação não tenha precedentes na história dos estudos de mídia justamente porque os sistemas de comunicação têm assumido um papel de centralidade na produção da atividade simbólica, de modos a gerar um “ambiente de comunicação”

Em 1955, Santos já escrevia que “o progresso nos transportes e comunicações obriga-nos a fazer uma distinção necessária entre a notícia e o jornal.

(Rubim, 2000). Especificamente no que se refere à notícia, reconhece-se que “o impacto das tecnologias digitais está transformando o jornalismo, os veículos de comunicação e o comportamento do consumidor de informações” (Mattos, 2013, p.10).

Isso vai implicar diretamente no significado de “produzir notícias”. Em 1955, Santos já escrevia que “o progresso nos transportes e comunicações obriga-nos a fazer uma distinção necessária entre a notícia e o jornal. Aquela tem asas: transmite-se pelo jornal, mas também pelo fio, ou sem ele, pelo éter”. Se o telégrafo, o rádio e a televisão eram as tecnologias que permitiam, naquela época, a transmissão de informação para além do suporte papel, essa flexibilidade se intensificou com o advento da Internet. Noticiar já não é atividade exclusivamente de jornalistas, nem o tradicional modelo de produção jornalística é mais a única maneira de produzir e transmitir notícias. Con-



figuram-se novos modos de fazer (Ferrari, 2004).

Além de o modelo estandarizado se horizontalizar e se adaptar cada vez mais às circunstâncias em empresas de todos os portes, tornam-se comuns sujeitos não iniciados na profissão manterem *sites* e *blogs* com notícias, figuras próximas do “cidadão-repórter” que Alex Primo e Marcelo Träsel (2006) descreveram. O fenômeno se torna particularmente interessante, como veremos adiante, quando essas iniciativas têm origem em localidades que não têm empresas de mídia convencionais ou que não são contempla-

Por outro lado, uma empresa jornalística que tenha recursos suficientes poderá, ainda assim, optar por localizar seu negócio, restringindo-o estrategicamente.

das pelo mapa de cobertura dos meios de comunicação situados em localidades próximas.

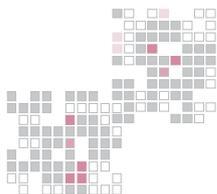
É por isso que, para além das discussões sobre os ideais da profissão, os limites do território profissional e a morte do jornalista, parecem se confirmar as palavras de Gillmor (2005, p.118): “Na nova era das comunicações digitais, com múltiplas direções, o público pode tornar-se parte integral do processo [de produção de notícias] – e começa a tornar-se evidente que tem de o ser”.

O alcance dos fatos e dos pontos de vista, graças à multiplicação dos lugares de fala e da democratização do acesso a equipamentos e plataformas, realmente se exponencializa. Há que se considerar ainda que “além da dimensão tecnológica, é preciso também apontar os discursos em defesa da livre circulação de informações como outro fator que inspira e justifica a emergência de experiências com jornalismo participativo” (Primo e Träsel, 2006, p.40) – e, acrescentamos, com outros modelos de produção de notícias, não necessariamente comprometidos com as técnicas, os processos e os modelos narrativos do jornalismo,

como os registrados em manuais clássicos e mesmo recentes, como os de Sodré e Ferrari (1986), Medina (1990), Erbolato (1991), Lage (2001 e 2005), Pena (2005), Lima & Barbeiro (2003 e 2005) e Machado e Palácios (2003), entre outros, para citar apenas alguns autores brasileiros. Em muitos casos, dirão que não é jornalismo que o se faz, mas, não sendo a informação monopólio da profissão, de qualquer maneira, faz-se notícia e atende-se a uma demanda social que nem sempre pode ser atendida por empresas de mídia consolidadas.

Muitas vezes isso é determinado justamente por aqueles “recursos econômicos” de que fala Milton Santos. A estrutura da empresa determinará quantas equipes trabalharão, se contarão ou não com carro para percorrer distâncias em busca da notícia, e, em caso negativo, se fará contratos e publicará *releases* das prefeituras da vizinhança para preencher essa lacuna, se terá mais ou menos páginas (mais ou menos blocos, mais ou menos horas no ar, um *site* mais ou menos dinâmico), se poderá preencher espaço tempo com conteúdo próprio ou se deverá recorrer à re-elaboração dos textos do noticiário nacional ou internacional disponível na Internet para ocupar o espaço vazio, se poderá ou não investir em diversas editorias e cadernos especiais. Do mesmo modo, a economia poderá implicar na logística de circulação do conteúdo. Por outro lado, uma empresa jornalística que tenha recursos suficientes poderá, ainda assim, optar por localizar seu negócio, restringindo-o estrategicamente.

Isso significa que por mais que existam veículos de comunicação disputando entre si áreas de cobertura e audiências, não será possível cobrir todo o território que defendem como de sua competência. Seja por questões editoriais e econômicas internas, seja pelo tipo de resposta dos anunciantes e consumidores, haverá sempre um “mercado geográfico específico” (Picard, 1989, p.19) que contemplará determinadas áreas e se descuidará de



outras. É a respeito dessas áreas não contempladas que falaremos na próxima seção.

3. As fronteiras jornalísticas

Se a operação dos jornais, de acordo com suas categorias funcionais, formam regiões, zonas e subzonas jornalísticas (Santos, 1955 [2007]), ou, como propõe Picard (1989), mercados geográficos específicos, podemos inferir que também formam fronteiras, limitando-se tanto com as áreas de influência de outras mídias quanto com aquelas áreas que constituem a periferia do mercado informativo.

Debruçar-se sobre a realidade dessas últimas importa porque a distribuição desigual da informação na sociedade afeta diretamente a prática e realização da cidadania (Santos, 1997). Isso é especialmente válido se considerarmos que a produção e a circulação de notícias e opinião têm a possibilidade de “dar à sociedade uma maior consistência pelo conhecimento de si mesma, habilitando-a a tomar decisões frente aos problemas que se sucedem” (Beltrão, 1960, p.102) e que muitas localidades estão privadas desse recurso.

No caso do Brasil, as indústrias de mídia estão concentradas em determinados espaços que dispõem de: (1) diversos elementos que historicamente favoreceram um contexto de produção cultural, intelectual e artística de referência; (2) maior arrojo econômico, típico dos grandes centros urbanos onde essas empresas estão sediadas.

Não por acaso, a região Sudeste concentra a maior parte dos meios de comunicação do país, com liderança de São Paulo e Rio de Janeiro. E mesmo nessas unidades federativas, onde há grandes índices de produção midiática, são as cidades grandes e médias, que, em geral, detêm o monopólio da informação. Temos observado esse fenômeno no Estado do Rio de Janeiro.

Na região Metropolitana, composta por 17 cidades, é a capital do Estado, a cidade do Rio de Janeiro, que se destaca absoluta por concentrar a maior parte dos meios de comunicação da re-

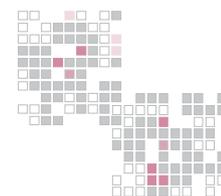
ferida área e algumas das maiores e mais importantes empresas de mídia do Brasil, como as pertencentes às Organizações Globo. No interior do Estado, composto por 75 municípios, apenas 14 deles concentram mais de 60% das emissoras de TV, estações de rádio, jornais diários, demais periódicos impressos e *sites* de notícias do território em questão (Moreira, Deolindo, 2013).²

Essas cidades se destacam na rede urbana por sua real ou relativa condição de proeminência, dinamismo, autonomia, desenvolvimento e centralidade garantidos pela presença de órgãos oficiais administrativos e decisores, instalação de sedes e filiais de empresas e oferta de uma maior e mais especializada variedade de equipamentos e serviços (entre eles, os de mídia) (IBGE, 2008).

Por outro lado, também há cidades no interior do Estado do Rio que não têm sequer uma emissora de rádio comunitária. São, em geral, municípios de pequeno porte (com população inferior a 50 mil habitantes), muitos dos quais classificados como rurais ou em transição para urbanos, consideradas as suas taxas de urbanização (RIBEIRO & Cavalcanti, 2012). Não raro, registram atraso tecnológico, baixo dinamismo e economia relativamente atrasada (Silva, 2009).

É assim que vemos cada país, cada região ou cidade projetando-se como centro ou como periferia de outros espaços que lhes sirvam de referência, estejam ou não em vizinhança geográfica. Entre eles dão-se distâncias das mais diversas naturezas, sendo a econômica uma das mais difíceis e com numerosas implicações, inclusive de ordem

2 Os dados constam da pesquisa exploratória que deu início a nossa pesquisa de doutorado, em andamento na UERJ (Universidade do Estado do Rio de Janeiro), sob orientação da Profª. Dra. Sonia Virgínia Moreira. O objetivo é fazer um estudo geoeconômico das mídias do interior fluminense. Entre dezembro de 2012 e fevereiro de 2013, procurou-se levantar o número de jornais, periódicos impressos, revistas, emissoras de rádio e TV e *sites* de notícias de cada uma das 75 cidades do interior do Estado do Rio. Na etapa seguinte, realizamos visitas aos jornais diários e *sites* de notícias com atualização diária identificados no mapeamento para entrevistas com os gestores.



Muitas localidades continuam lidando com precariedades geradas pelas relações de força que se exprimem nos grandes centros do globo e que se reproduzem em menores escalas.

simbólica. Muitas localidades continuam lidando com precariedades geradas pelas relações de força que se exprimem nos grandes centros do globo e que se reproduzem em menores escalas. As fronteiras, no caso das regiões que se encontram sob essa realidade, podem ser difíceis de transpor.

Receptoras do fluxo noticioso, mas nem sempre fonte de contrafluxo (Herscovitz, 2010), essas localidades sem equipamentos de mídia são verdadeiras colônias informativas (Aguiar, 2010), não contando com uma cobertura jornalística que represente as próprias questões e acontecimentos. A notícia dos grandes fatos midiáticos regionais, estaduais, nacionais, mundiais chegam até elas através da TV, do rádio, do jornal dos mais diversos centros, mas o que tais lugares parecem emitir para a região da qual fazem parte ou para o resto do mundo é o mais profundo silêncio.

Embora ali o relato jornalístico inexista ou passe ao largo, isso não significa, contudo, que esses espaços não contenham em si as próprias demandas ou que não possuam histórias a serem narradas fora de seus limites, contribuindo com o repertório da humanidade ou atraindo para si olhares que as arranquem da indiferença a que estão relegadas.

Também nessas localidades se opera no risco de fazer da fronteira, privada da diversidade de relatos e de novas perspectivas a respeito da própria realidade, regredir para a experiência noturna da desinformação (Certeau, 2004; Santos, 1997).

4. Caminhos

As zonas fronteiriças das regiões jornalísticas, se não ignoradas, mas incluídas, tornam-se espaços de alteridade. Concordamos com de Certeau (2004) que os relatos são transgressores de limi-

tes e estabelecem a comunicação entre mundos. Essas interfaces fazem da fronteira, que era limite, também passagem.

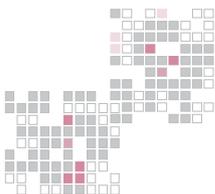
Algumas pessoas e grupos descobriram no *on-line* esse caminho. Falando especificamente daqueles apartadas da produção jornalística clássica como produtores ou fontes, esses sujeitos da fronteira entre regiões jornalísticas fazem nascer um número cada vez maior de *blogs* e portais de notícias e opinião, revelando, narrando e relatando o próprio lugar, refletindo sobre ele, representando-o (Deolino, 2013b)³. Ainda que alguns desses relatos sejam classificados como “artesanato da imprensa” (SANTOS, 1955 [2007]), não se pode negar que eles podem constituir-se um ato culturalmente criador.

Se antes eram os recursos econômicos que possibilitavam fazer circular um periódico ou diário, manter uma emissora de TV ou uma equipe de rádiojornalismo (de fato, dispendiosos), atualmente esse desejo pode se realizar mais facilmente.

Como já mencionamos, os *softwares*, os equipamentos eletrônicos e as redes *on-line*, bem como o conhecimento de suas “engrenagens”, estão se democratizando cada vez mais, ampliando o campo de ação dos sujeitos ao oferecerem-se a eles como ferramentas eficientes, favorecendo a noticiabilidade e, conseqüentemente, a existência midiática da fronteira em um ambiente determinado pelo fator tempo, pelo fluxo noticioso, pelos mercados reais e virtuais, pelos cenários urbanos e sua economia.

Temos registrado experiências interessantes

³ Em novembro de 2013, segundo nosso levantamento, os *sites* e *blogs* de notícias correspondiam a 41% dos meios de comunicação do interior do Estado do Rio; as emissoras de rádio, 32%; os impressos em geral, 24%, e as TVs (abertas e por assinatura), 3%.



nesse sentido. Em diversas cidades do interior fluminense que não têm empresas de mídia, cujos meios de comunicação não atendem à demanda local por notícias diárias ou que não são contempladas satisfatoriamente pela cobertura dos veículos de cidades mais próximas, há moradores empenhados em criar e manter *sites*, *blogs* ou perfis nas redes sociais para produzir e publicar notícias locais diariamente. Há casos em que esses produtores de notícias e seus colaboradores são líderes comunitários; em outros, são profissionais de outras áreas que se aventuram na dupla jornada como repórteres; em outros casos, ainda, são radialistas, editores de periódicos ou profissionais da área de comunicação, mas quase nunca graduados – o que eles têm em comum é a percepção daquela “vontade regional” de que falava Milton Santos (1955 [2007]) e a iniciativa de promovê-la. Não raro, o desejo de desempenhar um papel social está associado à tentativa de obter algum lucro com a venda de publicidade.

Um exemplo é o de Italva, cidade de 14.063 habitantes, situada no Noroeste do Estado do Rio, a 345 km da capital. A existência de duas rádios AM e FM (ambas administradas por grupos religiosos) e de um jornal mensal impresso (com uma versão em PDF disponível em um portal de turismo da cidade) não atendiam à necessidade dos moradores de apreenderem a realidade da cidade pelo movimento. O jornal diário mais próximo fica em Itaperuna, a 25 Km de distância, mas raramente Italva é fonte de pauta. As estações de TV aberta que teoricamente cobrem a região ficam em Campos, a 80 km, mas opera nas mesmas condições. Foi por isso que um radialista da cidade, associado a um fotógrafo, construíram em 2011 o *site* “Italva em Foco”⁴ em uma plataforma gratuita e alimentam-no com pelo menos uma notícia local diariamente, produzida por eles mesmos. Segundo os proprietários, o *site*

ainda não dá lucro, mas é viável porque funciona na casa de um deles, não está registrado como firma, cobre as próprias despesas de produção com o que arrecada com a publicidade do varejo local e permite que os donos mantenham seus empregos paralelos.

O número de acessos do *site* – em média 1.500 diariamente, com picos de 5 mil – dá indícios de que a iniciativa tem sido aprovada pelos moradores que têm acesso à Internet. Com linha editorial hiperlocal, o *site* contava com cerca de 2.300 seguidores no Facebook, até janeiro de 2014.

Do mesmo modo que Italva, poderíamos citar os casos de Laje do Muriaé, São José de Ubá, São Fidélis, São Pedro da Aldeia, Vassouras, entre outros municípios fluminenses cujos moradores estão se empoderando e usando as tecnologias da comunicação e da informação para articular novos meios de falar de si para si e para os outros.

Assim reinventada, a fronteira é, como quer Certeau, um ator que se coloca “entre dois”, articulando relações. “Não tem caráter de não-lugar que o traçado cartográfico supõe no limite. Tem um papel mediador” (Certeau, 2004, p.213).

5. Conclusões

Quando escreveu “Comunicação de massa e desenvolvimento: o papel da informação nos países em crescimento”, Wilbur Schramm (1970) construiu um mapa que mostrava como os meios de comunicação eram abundantes em determinados pontos do globo (notadamente Europa e Estados Unidos) e tão escassos em outros (como África, Ásia e América Latina) que não atendiam sequer os padrões mínimos da Unesco para mídia per capita. O autor defendeu as mídias como uma arma para o desenvolvimento dessas sociedades, que careciam tanto de itens e serviços de primeira necessidade quanto de informação e educação para problematizar a própria condição, lutar por direitos e construir por si mesmas soluções para os próprios problemas.

⁴ Na web, em <http://www.italvaemfoco.com.br/> e <https://www.facebook.com/Italvaemfoco?fref=ts>

Meio século depois, o livro de Schramm é outro que permanece atual. Muito embora, desde então, as Nações Unidas e outras entidades de colaboração internacional tenham arrancado nas iniciativas para reverter o quadro em diversos lugares, os meios de produção venham se popularizando e multiplicando-se as frentes de comunicação comunitária, o problema continua.

Falar sobre a fronteira jornalística como uma área desprovida de certo tipo de relato contexto da globalização pode parecer um paradoxo, mas não se pode ignorar que, ao mesmo tempo em que a vida segue articulando avanços de diver-

sas ordens e que muitos aspectos da urbanização alcançam o mundo, há regiões que continua lidando com precariedades geradas pelas relações de força que se exprimem nos grandes centros do globo e que ali se reproduzem.

Projetos jornalísticos como os relatados, contemplariam e transformariam também essa periferia noticiosa, que, resguardadas as escalas e considerados os contextos, compartilham da mesma invisibilidade e passam despercebidas a olhos desatentos que ignoram que certas localidades muito próximas de nós também são espaços sociais marcados por caminhos e descaminhos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADAMS, Paul C. *Geographies of Media and Communication – A Critical Introduction*. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009.

AGUIAR, Sonia. Colonialidades da comunicação (verbetes). In: *Enciclopédia Intercom*. São Paulo: Intercom, 2010, pp.228-229.

AUGÉ, Marc. *Por uma antropologia da mobilidade*. Maceió: Unesp/UFAL, 2010.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de rádio-jornalismo*. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2003.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de telejornalismo – Os segredos do jornalismo na TV*. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2005.

BAUMAN; Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BELTRÃO, Luiz. *Iniciação à filosofia do jornalismo*. Rio de Janeiro: Agir, 1960.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura – Volume 1*. São Paulo: Paz & Terra, 2002.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Editoria Vozes, 2004.

DEOLINDO, Jacqueline da Silva. Fronteiras jornalísticas: do silêncio à alteridade. In: *Anais Intercom Nacional*. XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus, 2013. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0641-1.pdf>. Acesso em 5 jan. 2013.

DEOLINDO, Jacqueline da Silva. Geoeconomia da mídia regional: produção midiática no interior fluminense. In: *Anais do VI Congres-*

so de Estudantes de Pós graduação em Comunicação. Rio de Janeiro, 2013. Disponível em http://www.coneco.uff.br/sites/default/files/institucional/geoeconomia_da_midia_regional.pdf. Acesso em 6 nov. 2013.

ERBOLATO, Mario. *Técnicas de codificação em jornalismo: Redação, captação e edição no jornal diário*. São Paulo: Ática, 1991.

FALKHEIMER, J.; JANSSON, A. *Geographies of Communication – The spatial turn in media studies*. Göteborg: Nordicom, 2006.

FERRARI, Pollyana. *Jornalismo digital*. São Paulo: Contexto, 2004.

GILLMOR, Dan. *Nós, os media*. Lisboa: Presença, 2005.

HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. 16ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

HARVEY, David. *O espaço como palavra-chave*. Geographia, Niterói, Vol. 14, No 28, 2012, disponível em <http://www.uff.br/geographia/ojs/index.php/geographia/article/view/551/345>. Acesso em 6 nov. 2013.

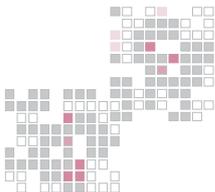
HERSCOVITZ, Heloiza G. Contrafluxos da comunicação (verbetes). In: *Enciclopédia Intercom*. São Paulo: Intercom, 2010, pp.329-330.

HILLIS, Ken. On the Margins: the Invisibility of Communications in Geography. *Progress in Human Geography*, vol. 22, n. 4, 1998, pp.543-566.

IBGE. *Região de influência das cidades 2007*. Rio de Janeiro, 2008.

LAGE, Nilson. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2001.

LAGE, Nilson. *Teoria e técnica do texto jornalístico*. São Paulo: Campus, 2005.



- MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. (orgs) *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.
- MATTOS, Sérgio. *A revolução digital e os desafios da comunicação*. Cruz das Almas: Editora UFRB, 2013.
- MEDINA, Cremilda de A. *Entrevista O diálogo possível*. São Paulo: Ática, 1990.
- MORAES, Dênis de (org.) *Globalização, Mídia e Cultura Contemporânea*. Campo Grande: Letra Livre, 1997.
- MOREIRA, Sonia V. (org.) *Geografias da Comunicação: espaço de observação de mídia e de culturas*. São Paulo: Intercom, 2013.
- MOREIRA, Sonia V.; DEOLINDO, Jacqueline. Mídia, cidade e “interior”. *Revista Contemporânea*, Rio de Janeiro, n. 21, ano 11, vol. 1, 2013, disponível em <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/6958/5096>, último acesso em 5 de janeiro de 2014.
- PENA, Felipe. *Teorias do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.
- PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Internet e Democracia Comunicacional: entre os entraves, utopias e o direito à comunicação. In: *Diálogos possíveis*. Salvador: Faculdade Social da Bahia, Julho/Dezembro, 2006.
- PICARD, Robert. *Media economics*. Newbury Park: Sage Publications, 1989.
- PINHEIRO, José Moura. *Setor Jornalístico no Brasil: História, Evolução e Desempenho Empresarial*. 17 de agosto de 1998. 258f. Tese (Doutorado em Comunicação). Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador, 1998 (arquivo em PDF).
- PRIMO, Alex Fernando Teixeira; TRÄSEL, Marcelo. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. In: *Contracampo* (UFF), v. 14, p.37-56, 2006.
- RIBEIRO, Miguel Angelo; CAVALCANTI, Vera Maria d'Ávila. Tipologia urbana: o exemplo do estado do Rio de Janeiro. In: PACHECO, Susana Mara; MACHADO, Monica Sampaio. *Globalização, políticas públicas e reestruturação territorial*. Rio de Janeiro: Editora 7 Letras, 2012.
- RUBIM, Antônio A. C. A contemporaneidade como Idade Mídia. Revista: *Interface, Comunicação, Saúde, Educação*, v.4 , n° 7, p.25-36, 2000.
- SANTOS, Milton. Classificação funcional dos jornais brasileiros - As regiões jornalísticas (1955). In: *Noticiários da Rede Alcar*, Ano 7, no. 83, de 1o. de novembro de 2007, disponível em http://www2.metodista.br/unesco/rede_alcar/Rede_Alcar_83/serie_imprensa.htm, acesso em 5 janeiro de 2014.
- SANTOS, Milton. *O espaço do cidadão*. 4ª ed. São Paulo: Nobel, 1997.
- SANTOS, Milton. *Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional*. 5ª ed. São Paulo: Edusp, 2008.
- SCHRAMM, Wilbur. *Comunicação de Massa e desenvolvimento: o papel da informação nos países em crescimento*. Rio de Janeiro: Bloch, 1970.
- SILVA, Robson Dias da. *Estrutura industrial e desenvolvimento regional no Estado do Rio de Janeiro (1990-2008)*. Tese (Doutorado em Economia). Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas, 2009.
- SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. *Técnicas de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística*. São Paulo: Summus, 1986.

ENVIADO DIA: 14/10/2013
APROVADO DIA: 30/11/2013

