
Mapa da mídia: retrato da produção televisiva em João Pessoa¹

Caio Ribeiro Leite Guilherme²

Rodrigo Martins Aragão³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

Resumo: Esta pesquisa realiza um mapeamento dos veículos de TV do município de João Pessoa, com a identificação da sua natureza, relações econômicas e suas programações, com a observação da ocupação das suas grades e dos gêneros e formatos mais utilizados pelos grupos de mídia local. De caráter descritivo, a partir de pesquisa documental, o trabalho levantou e sistematizou informações disponibilizadas em bancos de dados em órgãos reguladores oficiais e associações de classe ligadas ao setor de radiodifusão, além da consulta direta aos veículos de comunicação, sendo possível identificar tendências e características gerais da comunicação pessoense como as limitações impostas pelas redes nacionais de comunicação e a predominância do conteúdo jornalístico nas programações.

Palavras-chave: João Pessoa; mapeamento; programação; televisão.

Introdução

O objetivo principal da pesquisa, conduzida entre setembro de 2020 e julho de 2021, é o de mapear o ecossistema midiático da região metropolitana de João Pessoa e identificar tendências e potencialidades do mercado profissional. O trabalho busca compreender os agentes produtivos em suas relações com os campos econômicos e busca analisar as configurações de uma indústria cultural local. De cunho descritivo, a pesquisa utiliza a análise documental de registros de órgãos reguladores da comunicação como Anatel, assim como registros em plataformas digitais das emissoras de televisão para identificar características desses agentes e de suas produções. A análise deve subsidiar a classificação dos agentes produtivos em relação a suas naturezas jurídica e econômica e as características de sua produção em relação aos principais gêneros e formatos produzidos localmente.

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduando em Curso Radialismo da Universidade Federal da Paraíba. e-mail: guilherme.caio@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Radialismo da Universidade Federal da Paraíba. e-mail: rodrigo.martins@academico.ufpb.br

Discussão sobre mídia local

Pesquisas na Europa têm apontado para uma tendência de valorização da dimensão local/regional da mídia, ao mesmo tempo que são feitas análises dos processos de nacionalização e de internacionalização. Nos Estados Unidos e Canadá, apesar da força da televisão nacional, é histórica e crescente a importância das TVs e rádios locais, ao mesmo tempo em que se observa uma aceleração da internacionalização midiática (FADUL, REBOUÇAS, 2005, p. 1). Os autores apresentam uma discussão acerca das especificidades dos cenários regionais de mídia no Brasil, indicando a importância de sua análise de maneira detalhada e segmentada. No momento do seu surgimento, as mídias do rádio e da televisão, se limitavam a um alcance local ou regional como aponta Maria Cecília Peruzzo (2005). No Brasil, em se tratando do mercado televisivo, essa realidade começa a mudar a partir do advento do videoteipe na década de 60, permitindo, assim, uma circulação dos produtos entre as regiões. O rádio, no entanto, apesar de conseguir percorrer longas distâncias permanece eminentemente local.

A mídia local se ancora na informação gerada dentro do território de pertença e de identidade em uma dada localidade ou região. Porém, ela não é monolítica. Não há uniformidade no tipo de vínculo dos meios de comunicação em suas regiões, pois a inserção (mais ou menos) comprometida localmente depende da política editorial de cada veículo. (PERUZZO, 2005, p. 74-75).

Peruzzo também identifica um crescimento do interesse comercial e na mídia regional. A autora identifica, no entanto, que parte dessa recente valorização parece seguir uma tendência de ampliação de mercado por parte das grandes redes. Nesse modelo, o espaço de programação local sobre a qual as emissoras regionais têm autonomia é limitado e há uma tendência de que os os agentes de produção local atuem de modo a reproduzir modelos e estilos da mídia nacional de referência – a exemplo dos noticiários locais de afiliadas a redes nacionais que, muitas vezes, seguem nomes e formatos padronizados em todas as suas versões regionais. Assim, “Perde, assim, uma oportunidade de mercado, a de trabalhar com competência a informação de proximidade, que é a razão de ser da imprensa local” (PERUZZO, 2005, p. 81).

Os estudos de mídia regional ainda são limitados e parte das pesquisas que apresenta uma visão restritiva observando os veículos de comunicação locais a partir de uma relação assimétrica que estabelecem com os sistemas midiáticos de referência nacional. Pinto (2013, p. 100) indica quatro características dessa assimetria que costumam marcar a mídia regional nas pesquisas acadêmicas: “a) a inferioridade técnica; b) a incapacidade de sustentação econômica; c) a ocorrência de vínculos com políticos; d) a concentração midiática em empresas de natureza familiar”. A autora destaca ainda que, quando não se empregam esses vieses de assimetria, a investigação sobre a comunicação regional por vezes segue um caminho de supervalorização de características da cultura de um determinado lugar em produtos midiáticos específicos. Dessa forma, parte das pesquisas que se dedicam ao tema apresentam uma tendência ao isolamento, perdendo de vista a dimensão mais ampla dos mercados de mídia regionais.

Procedimentos metodológicos

Alinhados à perspectiva teórico-metodológica da Economia Política da Comunicação, Fadul e Rebouças (2005) identificam especificidades em relação aos grupos de mídia locais no Nordeste, como a necessidade ou vontade, baseada em um orgulho, de não serem dependentes dos grandes centros de produção midiática. Observam, então, “um jogo de forças entre as estratégias globalizantes e as especificidades locais” (FADUL, REBOUÇAS, 2005, p. 2). Os autores propõem, a partir dessa perspectiva, uma metodologia para mapear grupos de mídia regionais, a partir da qual construímos a nossa proposta de procedimento metodológico para esta pesquisa. Em relação à primeira estratégia metodológica, destacam os principais caminhos para a identificação das empresas e organizações de produção de mídia locais a partir da pesquisa em fontes de referência: os levantamentos, relatórios e bancos de dados mercadológicos, como o Anuário de Mídia; os registros em órgãos e instituições governamentais, como Anatel e Ministério da Comunicação, para meios de radiodifusão; e por fim, registros e afiliações em órgãos e entidades de classe, como a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV (Abert) e Associação Brasileira de

Emissoras Públicas, Educativas e Estatais (Abepec). O que permitiu classificar os meios como privadas, estatais, públicas e educativas, assim como sua constituição econômica.

Além desses levantamentos, buscamos realizar investigações em sites e documentos dos meios e agentes produtores de mídia para identificação e mapeamento das produções e produtos desenvolvidos pela mídia regional em televisão e suas relações com outros grupos comerciais ou de redes de comunicação e as informações em relação às suas programações. Um outro caminho, em caso de insucesso no levantamento destes dados, será utilizada a abordagem direta dos profissionais que compõem o quadro de funcionários dos grupos de comunicação investigados. Foram utilizadas planilhas do Google Drive para sistematizar as primeiras informações e em relação às análises da programação e dos gêneros e formatos, utilizamos as informações disponibilizadas pelas próprias emissoras, somada, por vezes, à observação dos produtos, quando necessário para enquadrar nas classificações que tomamos como base. Para a classificação dos gêneros e formatos televisivos serão adotadas as definições propostas por José Carlos Aronchi de Souza (2015) no livro *Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira*.

As televisões de João Pessoa e sua natureza

No escopo dos dez canais de televisão na cidade de João Pessoa, apenas duas são educativas. Sendo uma de propriedade de um instituição pública (UFPB) e outra de uma instituição privada (Sistema Arapuan de Comunicação), mas com filiação à TV Cultura, de propriedade estatal. Outras três são públicas e o restante, a metade, tem natureza comercial.

Tabela 1: Canais de televisão de João Pessoa e a sua natureza

Nome Fantasia	Razão Social	Natureza
TV Cabo Branco	TELEVISAO CABO BRANCO LTDA	Comercial
TV Correio	EMPRESA DE TELEVISAO JOAO PESSOA LTDA	Comercial
TV Tambaú	TELEVISAO TAMBAU LTDA	Comercial

TV Manaíra	RADIO E TELEVISAO O NORTE S/A	Comercial
TV Arapuan	SOCIEDADE PARAIBANA DE COMUNICACAO LTDA	Comercial
TV Miramar	FUNDACAO VIRGINIUS DA GAMA E MELO	Educativa
TV UFPB	EMPRESA BRASIL DE COMUNICACAO S.A. - EBC	Educativa
TV Câmara de João Pessoa	CÂMARA DOS DEPUTADOS	Pública
TV Assembleia	SENADO FEDERAL	Pública
TV Cidade de João Pessoa	JOAO PESSOA SECRETARIA DE FINANÇAS SEFIN	Pública

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da Anatel (2020).

As televisões de João Pessoa e suas relações econômicas

Em relação ao controle de veículos de mídia foi possível identificar dois grupos interestaduais, excluindo os com ligação com grupos religiosos, com propriedades de veículos (rádio e tv) na Paraíba (Grupo Hapvida e Grupo Marquise). O Sistema Arapuan de Comunicação é o único a deter a outorga de dois canais televisivos, um comercial e outro educativo. Apenas a TV Cidade de João Pessoa, pertencente à Prefeitura Municipal de João Pessoa, não possui relações econômicas, de produção de conteúdo, com outro grupo de mídia.

Tabela 2: Canais de televisão de João Pessoa e a suas relações comerciais

Nome Fantasia	Filiação / Rede Associação	Propriedade / Empresa
TV Cabo Branco	Rede Globo	Grupo São Braz
TV Correio	Record	Sistema Correio de Comunicação
TV Tambaú	SBT	Grupo Marquise
TV Manaíra	Band	Grupo Hapvida

TV Arapuan	Rede TV	Sistema Arapuan de Comunicação
TV Miramar	TV Cultura	Sistema Arapuan de Comunicação
TV UFPB	TV Brasil	Universidade Federal da Paraíba
TV Câmara de João Pessoa	TV Câmara	Câmara Municipal de João Pessoa
TV Assembleia	TV Senado	Assembleia Legislativa da Paraíba
TV Cidade de João Pessoa	Não tem	Prefeitura Municipal de João Pessoa

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

As televisões comerciais de João Pessoa, suas programações, gêneros e formatos

Entre as televisões comerciais, que possuem filiação com redes nacionais, a TV Arapuan (RedeTV) é a que possui mais tempo de programação semanal com 47 horas e 35 minutos ocupados por produções locais na grade. Também lidera aos domingos, 2 horas e 45 minutos, contando com programação humorística, sendo a única entre todos os veículos de comunicação, rádio ou TV, da cidade, com esse gênero. Aos sábados é a TV Tambaú a que mais produz conteúdo, com 4 horas e 45 minutos distribuídos em 6 diferentes atrações.

A que menos ocupa é a TV Manaíra com 22 horas e 20 minutos de domingo a domingo. As 2 horas e 20 minutos dos finais de semana são dedicadas apenas para, conteúdos pagos para televidas, sorteios e exibição de conteúdo de uma cooperativa.

Todas essas TVs apresentam 106 horas e 50 minutos semanais de conteúdo da categoria informativa, sendo a categoria que mais ocupa as grades dos canais da cidade. Apenas a TV Cabo Branco e a TV Correio exibem programas jornalísticos aos domingos. A categoria entretenimento ocupa 25 horas e 15 minutos, a categoria publicidade 8 horas e 40 minutos e a categoria outros, sendo exclusivamente conteúdo religiosos, 9 horas e 40 minutos.

A TV Cabo Branco é a única que não exibe nem conteúdo religioso, nem publicidade. A TV que mais exibe conteúdo de informação é a TV Arapuan, com 31 horas e 45 minutos da sua grade dedicadas a essa categoria. Mas produz menos programas, 5, do que a Tambaú e Correio, ambas com 6. O entretenimento é liderado pela TV Tambaú, com 9 horas e 40 minutos de produção, apesar de realizar menos programas que a Arapuan, são 2 para a primeira e 3 para a segunda.

Todas essas TVs somam 155 horas de conteúdo local exibido nas grades de domingo a domingo, com 38 diferentes programas, já que o religioso “Deus Te Quer Sorrindo”, a televenda “LivTop” e o sorteio “Paraíba de Prêmios” são veiculados em diferentes canais. Ocupam 163 espaços nas grades das emissoras nacionais.

Tabela 3: Quantidades de programas, por gêneros, produzidos

	Informação	Entretenimento	Publicidade	Outros	Total:
Cabo Braco	4	1	0	0	5
Tambaú	6	2	1	1	10
Correio	6	2	0	1	9
Manaíra	4	1	2	0	7
Arapuan	5	3	1	2	11
Total:	25	9	4	4	42

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Tabela 4: A quantidade de espaços nas grades ocupados por cada gênero

	Informação	Entretenimento	Publicidade	Outros	Total:
Cabo Braco	18	6	0	0	24
Tambaú	19	6	1	6	32

Correio	23	10	0	5	38
Manáira	16	5	8	0	29
Arapuan	22	7	6	10	45
Total:	98	34	15	21	168

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Tabela 5: Horas ocupadas por cada gênero

	Informação	Entretenimento	Publicidade	Outros	Total:
Cabo Braco	17:00h	1:30h	0	0	18:30h
Tambaú	19:55h	9:40h	1:00h	3:00h	33:35h
Correio	29:40h	3:45h	0	0:50h	34:15h
Manáira	13:30h	3:20h	4:40h	0	22:20h
Arapuan	31:45h	7:00h	3:00h	5:50h	47:35h
Total:	111:50h	25:15h	8:40h	9:40h	155:25h

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Em relação aos horários e dias de veiculação, nenhum dos cinco canais veicula qualquer categoria de conteúdo após às 20 horas, em qualquer dia da semana. Durante os dias úteis, o período da tarde concentra a maior parte dos programas e das horas de exibição na soma de todas as TVs. O dado se dá pelo fato da TV Manáira não exibir conteúdo matinal entre a segunda e a sexta feira, já que Cabo Branco e Arapuan concentram mais conteúdo no período anterior ao meio-dia e a Correio tem proporção quase idêntica entre os dois períodos do dia. Com a exceção da TV Manáira, que exibe conteúdo de televentas pago, todas as outras quatro emissoras exibem um telejornal à noite.

Nos sábados, apenas a TV Cabo Branco tem programação após às 18 horas. As TVs Tambaú e Manaíra não têm conteúdo próprio aos domingos, exibindo programas pagos para tele vendas ou sorteio. Apenas a Arapuan exibe programação dominical após às 12 horas. Nenhum tem programação noturna aos domingos.

Tabela 6: Programas produzidos e quantidade de horas ocupadas nos dias de semana

Dia De Semana	Manhã	Tarde	Noite	Total:
Cabo Branco	2:30h / 1 pg	1:15h / 2 pg	0:30h / 1 pg	4:15h / 4 pg
Tambaú	1:30h / 2 pg	3:45h / 2 pg	0:25h / 1 pg	5:40h / 5 pg
Correio	2:40h / 3 pg	3h / 3 pg	0:55h / 1 pg	6:35h / 7 pg
Manaíra	0	3:30h / 4 pg	0:30h / 1 pg	4h / 5 pg
Arapuan	4:10h / 4 pg	3h / 2 pg	0:30h / 1 pg	7:40h / 7 pg
Total:	10:50h / 10 pg	13:30h / 12 pg	2:50h / 5 pg	27:10h / 27 pg

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Tabela 7: Programas produzidos e quantidade de horas ocupadas no sábado

Sábado	Manhã	Tarde	Noite	Total:
Cabo Branco	0	1:15h / 2 pg	0:30h / 1 pg	1:45h / 3 pg
Tambaú	3h / 4 pg	1:45h / 2 pg	0	4:45h / 6 pg
Correio	0	1:40h / 2 pg	0	1:40h / 2 pg
Manaíra	0:40h / 2 pg	0	0	0:40h / 2 pg
Arapuan	1:30h / 1 pg	0	0	1:30h / 1 pg
Total:	5:10h / 7 pg	4:40h / 6 pg	0:30h / 1 pg	10:20h / 14 pg

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Tabela 8: Programas produzidos e quantidade de horas ocupadas no domingo

Domingo	Manhã	Tarde	Noite	Total:
Cabo Branco	0:30h / 1 pg	0	0	0:30h / 1 pg
Tambaú	1h / 1 pg	0	0	1h / 1 pg
Correio	0:30h / 1 pg	0	0	0:30h / 1 pg
Manaíra	1:30h / 2 pg	0	0	1:30h / 1 pg
Arapuan	0:45h / 2 pg	2h / 2 pg	0	2:45h / 4 pg
Total:	4:15h / 7 pg	2h / 2 pg	0	6:15h / 9 pg

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Para a divisão dos programas entre os períodos manhã, tarde e noite foi adotado o critério de antes das 12h para manhã, entre 12h e 18h para tarde e após as 18h para noite. No caso dos programas que se estendem entre os horários de corte, se adotou o critério para qual maior parte do seu tempo de duração está dentro de determinado período.

Em relação aos gêneros da categoria Informação, foi necessário incluir novos gêneros que escapam ao catálogo descrito por Aronchi (2015). Programas que transmitiam informação, com exibição de matérias e um apresentador, mas que não se encaixavam nas definições de telejornal, debate ou entrevista por abordarem de maneira específica um determinado assunto foram abarcados no gênero “temático”. São os casos de 3 atrações da TV Tambaú que tratam de maneira específica sobre automóveis, animais de estimação e mercado imobiliário. Ainda foram os casos de 1 da TV Correio também sobre mercado imobiliário e 1 da TV Arapuan sobre empreendedorismo.

Na divisão por gêneros, o Telejornalismo lidera com folga, sendo representado em 17 diferentes atrações nas cinco emissoras. É o único gênero encontrado em todos os

canais locais. Em segundo está o gênero Temático de informação, com 5 programas nessa linha. O programa de Variedades tem 4 ocorrências, com 3 ocorrendo no período da manhã e 1 na tarde, distribuídos por 4 diferentes emissoras, sendo a TV Cabo Branco a única sem tal gênero de atração em sua grade. Ainda estão presentes os gêneros Debate, Esportivo, Sorteio, Telecompra, Religioso, Humorístico e Colunismo Social.

Tabela 9: Quantidade de formatos produzidos por cada emissora

	Cabo Branco	Tambaú	Correio	Manaíra	Arapuan	Total:
Telejornalismo	4	3	4	3	3	17
Debate			1		1	2
Variedades		1	1	1	1	4
Esportivo	1		1			2
Temático		3	1		1	5
Sorteio		1		1		2
Telecompra				1	1	2
Religioso		1	1		2	4
Humorístico					2	2
Colunismo Social		1				1

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

As televisões públicas de João Pessoa, suas programações, gêneros e formatos

Nos canais públicos, sobre a TV Cidade de João foi informado que a mesma está em período de transição da televisão paga para a aberta e que devido a isso estão sem uma grade televisiva. A produção está voltada para o canal na plataforma do YouTube.

As TVs Assembleia e Câmara, pertencentes a Assembleia Legislativa da Paraíba e a Câmara Municipal de João Pessoa, respectivamente, integram o sistema Interlegis, recebendo conteúdo das televisões das casas do Congresso Nacional. Ambas transmitem as sessões ordinárias e reuniões de comissões, além de telejornais como os “AL Notícias” e o “Jornal da CMJP”.

A TV Câmara entre a segunda-feira e a quinta-feira preenche cerca de 8 horas entre transmissão de sessões e exibição de programas. Essa taxa cai para 2 horas e 30 minutos na sexta, quando a casa está de folga, e 2 horas em ambos os dias do final de semana. O resto é ocupado por conteúdo enviado da Câmara Federal. Durante a manhã é apenas exibido as sessões e reuniões, que começam às 9 horas, e à noite os programas não ultrapassam às 20 horas.

Tabela 10: Quantidade de programas produzidos e de horas ocupadas pelas TV Câmara de segunda a quinta

Seg - Qui	Manhã	Tarde	Noite	Total:
Programas E Duração	0	5 pg / 2:30h	2 pg / 1h	7 pg / 3:30h

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Tabela 11: Quantidade de programas produzidos e de horas ocupadas pelas TV Câmara de sexta a domingo

Sex - Dom	Manhã	Tarde	Noite (Sex)	Total:
Programas E Duração	0	4 pg / 2h	1 pg / 0:30h	4 pg / 2h

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

A TV Assembleia, por outro lado, ocupa quase que 24 horas da sua programação com a exibição de conteúdo próprio nos horários em que não ocorrem sessões ou

reuniões. Isso reflete na quantidade de programas produzidos em relação à co-irmã. A TV legislativa estadual produz 12 diferentes programas, além de produzir documentários. Já a municipal conta com 7 programas diversos em sua grade. Todos de caráter informativo, sejam telejornais, documentários ou temáticos.

As televisões educativas de João Pessoa, suas programações, gêneros e formatos

Existem dois canais de natureza educativa, a TV Miramar, pertencente ao Sistema Arapuan de Comunicação, e a TV UFPB. A primeira não produz, no momento, qualquer conteúdo educativo, retransmitindo na maior parte do tempo a programação da TV Cultura de São Paulo. Quando não está retransmitindo, exhibe, em imagens, 3 programas da rádio Arapuan FM, um pela manhã, outro à tarde e o último à noite.

A TV UFPB opera no sinal da TV Brasil e ocupa espaços na sua grade. Produz programas da categoria informativa como o “Jornal Universidade”, o “UFPB Acontece” e as séries “Entre Meios”, “Paulo Freire na Escola da Vida” e “Os Cientistas Mais Influentes do Mundo”. Devido a pandemia, apenas o “UFPB Acontece” vem sendo produzido.

Considerações finais

A pesquisa constata que, apesar da quase totalidade dos dados sobre as grades de programação terem sido colhidos, os veículos de comunicação profissional da cidade ainda apresentam uma certa falta de compromisso com a sua própria audiência ao negar informações básicas sobre a sua própria produção. Desde a ausência dessas informações nos canais oficiais, como páginas em redes sociais ou sites, até a resistência e dificuldade em transmitir esses dados por funcionários destas empresas. Contudo, os objetivos foram alcançados, com o estabelecimento de uma visão geral acerca da produção de radiodifusão em João Pessoa.

Foi exposto que entre os canais televisivos comerciais foi possível observar as diferentes liberdades nas grades impostas pelas matrizes, bem como a predominância

pelo conteúdo jornalístico nas televisões. Nenhuma exibe programação no período da noite, que também é reduzida nos finais de semana. Como aponta Bruno de Sousa, com a formação das redes nacionais, essa imposição, da matriz, foi um fator favorável financeiramente também para as filiadas no setor da televisão (SOUSA, 2008, p. 85).

A dificuldade na produção de conteúdo foi levando as emissoras locais às filiações, levando a queda das produções culturais. Esse padrão elevado de produção adquirido das matrizes sufocou os competidores que pretendiam ser independentes (SOUSA, 2008). Segundo Arruda, conforme citado por Sousa (2008, p. 85), citando o panorama brasileiro do consumo publicado no jornal O Globo de 1978, o mercado consumidor por regiões se distribui da seguinte maneira: Sudeste – 66,5%; Sul – 14,1%; Nordeste – 13,4%; Centro-Oeste – 4%; Norte – 2% (2004, p. 166). O cenário é um reflexo da concentração de renda no sudeste do país.

É essa realidade que justifica a predominância do conteúdo jornalístico, de menor custo operacional, da presença significativa de espaços para conteúdos publicitários e da maior liberdade de produção nos veículos públicos. Explica também o contexto da TV educativa, Miramar, que acaba sendo capturada pela sua proprietária para outros fins como a exibição, em imagens, de programas radiofônicos.

Referências

ARONCHI, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. 2.ed. São Paulo: Summus, 2015.

FADUL, A., REBOUÇAS, E. **Por uma perspectiva metodológica para os estudos dos sistemas e grupos de mídia**: o caso do Nordeste brasileiro como referência. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Anais [...]. Rio de Janeiro: UERJ, 2005.

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

PINTO, Pâmela Araujo. Mídia regional: nem menor, nem maior, um elemento integrante do sistema midiático do Brasil. **A Regionalização e democratização das comunicações: desafios**

da comunicação regional frente os grandes centros midiáticos, Rio de Janeiro, ed. 29, p. 95-107, 28 dez. 2013.

PINTO, P. **Mídia regional**: nem menor, nem maior, um elemento integrante do sistema midiático do Brasil. Ciberlegenda. N. 29. 2013

RÊGO, I., DOURADO, J. **Economia Política da Comunicação e uma Reflexão Teórica sobre a Mídia nas Sociedades Capitalistas**. In: XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Anais. Mossoró: UFRN, 2013.

SOUSA, Bruno Marioni Ribeiro de. **Sistema Verdes Mares de Comunicação e indústria cultural brasileira ou Das técnicas modernas para sereias concorrerem em ambientes oligopolizados**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, p. 141. 2008.

SISTEMA DE CONSULTA DA ANATEL. Disponível em:
<<http://sistemas.anatel.gov.br/se/public/view/b/srd.php>>. Acesso em: 26 de outubro de 2020.