

CONFERÊNCIA**CONCENTRAÇÃO ESPACIAL DA MÍDIA NO TERRITÓRIO BRASILEIRO**Jacqueline da Silva Deolindo¹

A partir da segunda metade da década de 1940, a expansão do capitalismo industrial no Brasil, que foi viabilizada por políticas de desenvolvimento econômico e incentivos à participação do capital estrangeiro, se refletiu na intensificação demográfica de determinados centros, no incremento da urbanização das grandes cidades e no surgimento das metrópoles, lugar privilegiado da socialização de saberes e técnicas que tornariam possíveis novos produtos e serviços. Estes, cada vez mais especializados, atenderiam a outros perfis de consumo, mais sofisticados e desvinculados das necessidades elementares da vida diária. A mídia foi um dos setores a sofrer esse impacto. (DEOLINDO; MOREIRA, 2015).

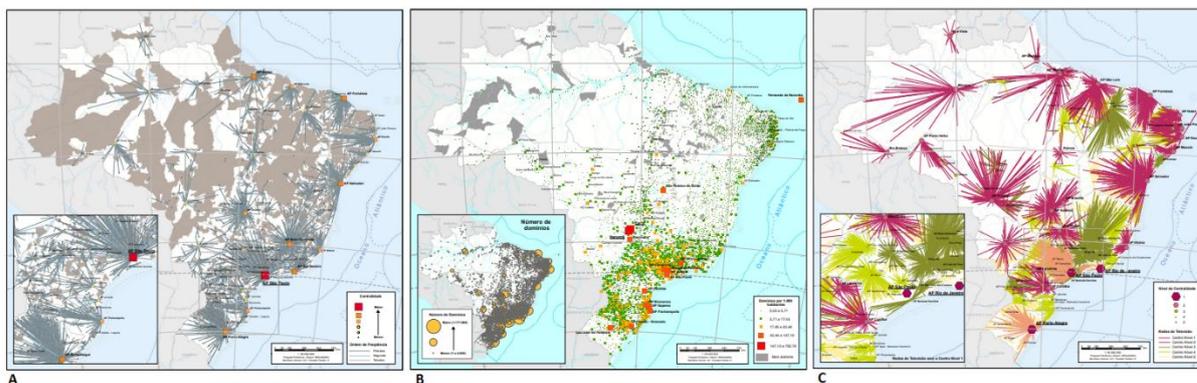
Desde então, mas mais intensamente a partir dos anos 1970, as regiões Sudeste e Sul e parte do Centro Oeste, que o geógrafo Milton Santos vai chamar de região concentrada (SANTOS; RIBEIRO, 1979; SANTOS, 1986; SANTOS; SILVEIRA, 2001), passaram a exercer função polarizadora em diversas áreas e a estabelecer relações totalmente novas com as demais regiões ao longo do processo de modernização. No Rio de Janeiro e em São Paulo, principalmente, a indústria midiática cresceu com maior desenvoltura ao mesmo tempo em que as duas metrópoles consolidaram seu lugar determinante na hierarquia urbana e também como cidades midiáticas globais, que se operam em rede, exercendo ora função de articulação e ora de comando na produção e distribuição de conteúdo.

¹ Professora do curso de Ciências Sociais e do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional, Ambiente e Políticas Públicas do Instituto de Ciências da Sociedade e Desenvolvimento Regional - Universidade Federal Fluminense em Campos dos Goytacazes. Professora do curso de Jornalismo do Centro Universitário Fluminense entre 2007 e 2022. Lattes completo disponível em: <http://lattes.cnpq.br/3185355993455315> E-mail: jacquelineolindo@id.uff.br

Com a globalização, o imbricamento das organizações e o capitalismo financeiro, embora as maiores indústrias mantenham seu centro de comando nas regiões Sudeste, Sul e parte do Centro Oeste, com destaque para a capital do país, Brasília, tem início uma sensível redistribuição da atividade produtiva sobre outros territórios. Também é registrada uma reorganização dos circuitos espaciais da produção da notícia e da informação, iniciando com a regionalização das emissoras de TV, que cujos negócios adentraram pelo país graças ao fortalecimento da economia de cidades interioranas. (PERUZZO, 2005; MOREIRA; COUTO, 2014)

Entretanto, mesmo com a regionalização, a distribuição da produção de notícia e informação, entre outros serviços de mídia, não é equânime sobre o território brasileiro. A concentração corresponde à proeminência, dinamismo, autonomia, desenvolvimento e centralidade garantidos pela presença de órgãos oficiais administrativos e decisores, instalação de sedes e filiais de empresas, presença de infraestrutura e oferta de uma maior e mais especializada variedade de equipamentos e serviços. Importante observar, ainda, que é essas cidades mais proeminentes são, muitas vezes, área de influência de políticos, grupos religiosos e famílias que controlam a posse tanto dos meios de comunicação, o que faz com que a concentração espacial esteja relacionada à concentração de propriedade. Esta última, temos observado no Brasil, objetiva principalmente lucros, retornos não-financeiros e poder, em detrimento do desempenho da função social dos meios de comunicação. Podemos ter um vislumbre da distribuição espacial da mídia brasileira com os mapas abaixo, resultado do estudo Região de Influência das Cidades 2018 (IBGE, 2020):

Figura 1 – Localização e alcance dos jornais impressos (A), domínios de internet (B) e redes de televisão (C) no território brasileiro



Fonte: adaptado de IBGE, 2020.

A criação de mais jornais, abertura de novas estações de rádio e emissoras TV, além da criação de novos meios de comunicação e da integração social possibilitada pelo advento e o avanço da internet pelo Brasil desde os anos 1990, ainda não atingiram o potencial de atender demandas mais localizadas. (DEOLINDO, 2016) A ampliação de infraestrutura, a qualificação profissional, o fomento à produção de conteúdo colaborativo e de subsídios para a mídia local e regional, assim como a ampliação da discussão democrática para finalmente chegar a um marco regulatório para a mídia, deverá garantir, entre outros pontos, maior participação das regiões nas grades de programação dos principais veículos, se não condições de terem a própria produção.

Milton Santos também já observou como os grandes centros monopolizam as vozes e as propaganda das novidades e como a distância geográfica pode implicar também em distância política e informativa. Ele apontou a desinformação como uma característica cruel de muitas pequenas e médias cidades. Os baixos índices de escolaridade e cultura erudita, que desfavorecem a leitura e a interpretação dos enfoques dados à notícia fabricada; o desinteresse dos grandes veículos de comunicação pela foz das periferias e a insipiência de um mercado favorável à manutenção de mídias locais, para a produção de uma informação de proximidade, são alguns dos aspectos dessa reflexão sobre o esvaziamento político da periferia simbólica e de uma natureza muito peculiar de pobreza e carência. (SANTOS, 1997).

Observa-se que, no Brasil, as cidades com maior incidência de jornalismo local também registram maiores índices de desenvolvimento humano. Entretanto, Sonia Virgínia Moreira e Nélia Del Bianco (2019) observam que não ampliar condição para outros espaços pode

favorecer a continuação da condição de isolamento de localidades de baixas renda, educação e densidade demográfica, porque os impedimentos decorrentes da falta de infraestrutura de comunicação afetam o desenvolvimento, [...] gera lentidão e dificuldades até para a implantação de políticas públicas. (MOREIRA, DEL BIANCO, 2019, p. 70)

Particularmente, devo destacar as universidades que têm se empenhado em fortalecer canais fora dos grandes centros urbanos através de projetos extensionistas que pretendem dar visibilidade e fortalecer a produção de informação e notícia local, mesmo as não profissionais, mas que atendem aos desejos e

necessidades dos cidadãos de lugares não contemplados por organizações jornalísticas consolidadas. Um exemplo é o Portal das Mídias Fluminenses, projeto que coordeno e que consiste em criar e manter um mapa colaborativo localizando quais são e onde estão os meios de comunicação de pequenas cidades do interior.²

Esse esforço de justifica porque, como já expuseram Luiz Beltrão (1960), Adelmo Genro Filho (1987) e Felipe Pena (2005), a atividade jornalística têm potencialidades socializadoras e políticas e está revestida da condição de serviço público. O acesso à informação é requisito imprescindível à cidadania.

Referências

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

DEOLINDO, Jacqueline da Silva. *Regiões jornalísticas: uma abordagem locacional e econômica da mídia do interior fluminense*. 2016. 341 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

DEOLINDO, Jacqueline da Silva; MOREIRA, Sonia Virgínia. Notas para um estudo geoeconômico da indústria brasileira de mídia. *Revista Tríade: Comunicação, cultura e mídia*. Sorocaba, 2014, v. 2, n. 3, p. 18-33.

GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide – para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre. Editora Tchê: 1987.

IBGE. *Região de Influência das Cidades 2018*. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

MOREIRA, Sonia Virgínia; COUTO, Marlen Barbosa. Os novos donos da mídia no Brasil: convergência de mídia e de telecomunicações. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO 297 LATINO AMERICANA DE INVESTIGADORES EM COMUNICAÇÃO, 12., Lima, 2014. *Anais do Alaic 2014*. São Paulo: Alaic, 2014.

MOREIRA, Sonia Virgínia; DEL BIANCO, Nélia. Comunicações, território e desenvolvimento regional em municípios brasileiros com IDHM muito baixo. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, v. 15, n. 4, jul. 2019.

PENA, Felipe. *Teorias do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.

² Ver em <http://portaldasmidiasfluminenses.uff.br/>. Importante citar, também, os projeto desenvolvidos com objetivo semelhante 1) na Universidade Estadual de Ponta Grossa: <https://portalmidiasparana.com.br/> e 2) o mapa desenvolvido por professores da Universidade Federal do Tocantins: https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1zpOqcyLy6BbBx2_eAoapwm8l8z0&ll=-8.811864094251797%2C-49.185337813661164&z=4

PERUZZO, Cicilia M. K. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo, v. 1, n. 38, 2005.

SANTOS, Milton. *A região concentrada e os circuitos produtivos*. Relatório de pesquisa do projeto: O centro nacional: crise mundial e redefinição da região polarizada. São Paulo: Departamento de Geografia da USP, 1986.

SANTOS, Milton. *O espaço do cidadão*. 4. ed. São Paulo: Nobel, 1997

SANTOS, Milton; RIBEIRO, Ana Clara Torres. *O conceito de região concentrada*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1979.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. *O Brasil: território e sociedade no século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2001.