
Acesso à informação e consumo de notícias locais em pequenas cidades: um survey e um grupo focal para entender a mídia na produção do lugar

Jacqueline da Silva Deolindo¹

Hugo de Oliveira Gayoso²

Yasmin da Silva Santos³

Alexia Martins Sampaio⁴

Saulo de Oliveira Lobo⁵

Universidade Federal Fluminense – UFF

Resumo

Este artigo tem como objetivo apresentar os achados da terceira fase da pesquisa Os desertos de notícias e a comunicação em pequenas cidades fluminenses, que vem sendo desenvolvida desde 2021 em São José de Ubá, Laje do Muriaé, São Sebastião do Alto, Macuco, Comendador Levy Gasparian e Rio das Flores, todas com até 10 mil habitantes. Trazemos os resultados de um e-survey aplicado a moradores das seis cidades e de um grupo focal em São Sebastião do Alto, escolhida como cidade-referência para o estudo.

Palavra-chave: mídia local; consumo de notícias e informação; interior fluminense.

Introdução

Este artigo apresenta os resultados de um e-survey sobre acesso e consumo de mídias locais aplicado entre moradores das seis menores cidades do interior do Estado do Rio de Janeiro e de um grupo focal realizado em uma delas, eleita como cidade de referência para o campo. São José de Ubá, Laje do Muriaé, Rio das Flores, Comendador Levy Gasparian, Macuco e São Sebastião do Alto estão em diferentes regiões fluminenses, mas têm vários pontos em comum: todas têm menos de 10 mil habitantes; são classificadas como centros locais pelo IBGE (2020)⁶ - com exceção de Comendador Levy Gasparian⁷, e registram escassez de produção noticiosa local dado o baixo número

¹ Bacharel, mestre e doutora em Comunicação. Professora do Departamento de Ciências Sociais de Campos, da Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: jacquelineolindo@id.uff.br.

² Estudante de Ciência Sociais da UFF e bolsista PIBIC (CNPq). E-mail: hugogayoso@id.uff.br

³ Estudante de Ciência Sociais da UFF e bolsista PIBIC (Mais Ciência/PMCG). E-mail: hugogayoso@id.uff.br

⁴ Estudante de Ciência Sociais da UFF e bolsista PIBIC (CNPq). E-mail: almartins@id.uff.br

⁵ Cientista social pela UFF e mestre em Sociologia Política pela Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF). E-mail: saulolobo@id.uff.br

⁶ Os centros locais são cidades com baixo índice de centralidade, com produção de bens e ofertas de serviços de fraca ou relativa complexidade, centralidade e influência no entorno, o que caracteriza também seus serviços de mídia, quando existentes. Mais sobre a relação entre pequenas cidades e centros locais, ver Fresca (2010).

⁷ Comendador Levy Gasparian, por fazer parte do arranjo populacional de Três Rios-Paraíba do Sul e estar na região de influência de Juiz de Fora e do Rio de Janeiro, tem dinâmica social, política e econômica diferentes das outras cinco, sendo classificada como centro subregional.

de veículos de comunicação nelas operantes atualmente. Tanto que as seis cidades são classificadas pelo Atlas da Notícia (Projor, 2023) como desertos (cidades sem produção jornalística local) ou quase desertos de notícias (cidades com um ou dois veículos jornalísticos e que correm o risco de se tornarem desertos).⁸

Quadro 1 - Características das cidades pesquisadas

Cidade	Região Imediata *	Habi. **	PIB per capita ***	IBC e rank. UF ****	IDHM *****	Projor *****	Setor com mais trabalhadores *****
Laje do Muriaé	Itaperuna	7.584	25.235,04	44,92 (91º)	0.668, médio	Deserto	Administração pública, fabricação de produtos alimentícios e agropecuária
São José de Ubá	Itaperuna	7.315	27.190,85	54,88 (87º)	0.652, médio	Quase deserto	Administração pública, comércio varejista e plantio de tomate
Macuco	Nova Friburgo	5.601	38.057,84	76,29 (14º)	0.703, alto	Quase deserto	Administração pública, comércio varejista e produção de laticínios
São Sebastião do Alto	Nova Friburgo	7.999	25.625,42	57,34 (84º)	0.646, médio	Deserto	Administração pública, agricultura e pecuária, comércio varejista
Rio das Flores	Valença	9.264	31.314,82	59,88 (80º)	0.680, médio	Quase deserto	Construção civil, educação e produção de vestuário e acessórios
Comendador Levy Gasparian	Três Rios - Paraíba do Sul	9.044	70.311,39	77,40 (10º)	0.685, médio	Quase deserto	Administração pública, fabricação de produtos alimentícios e comércio atacado

Fonte: organizado pelos autores com base no IBGE, c2024 (*, **, ***); Índice Brasileiro de Conectividade Anatel (****)⁹, Atlas Brasil (*****); Atlas da Notícia, 2023 (***** e Sebrae, c2022 (*****).

O quadro acima, baseado nas fontes citadas, apresenta camadas, nuances e algumas inconsistências que o inventário de mídias locais e os trabalhos de campo que estamos realizando vão ajudar a esclarecer, inclusive no sentido de contribuir com o próprio Atlas da Notícia, mas, no geral, são bons indicativos do cenário estudado.

Entretanto, principalmente no que diz respeito ao que se considera desertos ou quase desertos de notícias, esta pesquisa é mais ampla porque já temos observado que produção de notícias e informações locais, quando não sendo ofertada por veículos jornalísticos institucionalizados, tem sido feita por ação e iniciativa de membros da comunidade. Assim, eles buscam atender suas próprias demandas sobre o conhecimento

⁸ No estado do Rio de Janeiro, segundo o Projor (2023), temos sete cidades desertos de notícias, 31 quase desertos e 54 não desertos.

⁹ O Índice Brasileiro de Conectividade (IBC), calculado pela Anatel, ranqueia os municípios e os estados comparando seus estágios de conectividade, com base em dados do setor de telecomunicações. No estado do Rio, a cidade com maior IBC é Búzios e a com menor índice é São Francisco de Itabapoana. Mais em <https://www.gov.br/anatel/pt-br/assuntos/noticias/anatel-publica-o-indice-brasileiro-de-conectividade-ibc-de-2024>
Acesso em: 22 jun. 2025.

do cotidiano do lugar e nele interferir, interpretando fatos, mobilizando pessoas em torno de causas, buscando soluções para problemas, promovendo a memória coletiva, construindo a vida e o futuro. (Deolindo et. al., 2021; 2022)

Desse modo, é basilar para esta pesquisa o conceito de comunicação local de Paulo Celso da Silva (2010, p. 283), que a define como “um processo em que identidade, lugar, cotidiano e proximidade são as principais características [...] como garantia de comunicação e possibilidade de intervenção social [...]”.

No esforço, então, de explorar o fenômeno da comunicação nesse território e de pensar o lugar a partir de suas dimensões técnica, informacional e comunicacional (Santos, 2014), temos desenvolvido a pesquisa “Os desertos de notícias e a comunicação em pequenas cidades fluminenses” desde 2021 em etapas sucessivas: fizemos o levantamento dos meios de comunicação existentes em cada cidade (Deolindo et al., 2021); entrevistamos comunicadores/jornalistas de três delas (Deolindo et al., 2022); acompanhamos os sites e redes sociais das seis prefeituras e das câmaras municipais que tinham páginas e perfis on-line (Deolindo; Esteves al., 2024) e analisamos os índices de conectividade digital de cada uma (Deolindo; Gayoso, 2024).

Na etapa mais recente, procuramos coletar percepções dos moradores das seis cidades sobre o acesso a notícias locais, serviços, canais e fontes disponíveis e hábitos de consumo. A seguir, apresentamos a metodologia usada e os resultados.

Metodologia e resultados

O e-survey que desenvolvemos é tributário dos modelos bem sucedidos de Reis (2019), Martins (2022) e Santana (2023). No caso desses três pesquisadores, a aplicação foi feita presencialmente, mas, no nosso caso, isso se mostrou inviável pela distância entre as seis cidades e delas com relação à universidade e também pela falta de financiamento à pesquisa. Optamos, assim, por criar um questionário eletrônico para autoaplicação online, mesmo cientes das limitações (Vasconcellos; Guedes, 2007). O link¹⁰ foi distribuído no esquema bola de neve, com colaboração de pessoas conhecidas da nossa própria lista de contatos, de pessoas que abordamos via direct em perfis abertos do Instagram e Facebook e de respondentes da pesquisa que, na última pergunta, autorizaram o contato da nossa equipe para alguma eventualidade.

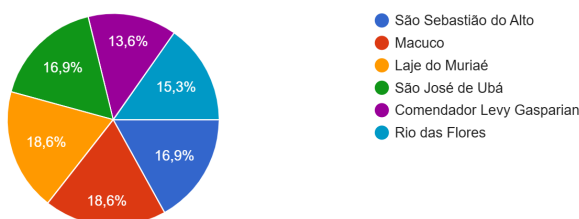
¹⁰ Disponível em <https://forms.gle/ef8A7Cp9RP44BC46>, já fechado para respostas.

Além das perguntas sobre consentimento livre e esclarecido para participar da pesquisa on-line e sobre aceitar ou não um possível contato da equipe, o questionário foi composto por 31 questões, sendo 28 fechadas e três abertas, subdivididas nas seguintes seções: informações demográficas, conhecimento e uso dos meios de comunicação locais e hábitos de consumo de notícia em geral, acesso a dispositivos e uso de Internet, acesso às mídias das prefeituras e câmaras de vereadores. Com exceção de quem voluntariamente deixou e-mail ou telefone de contato ao final do questionário, não coletamos nenhuma identificação pessoal e nenhuma das respostas foi obrigatória.

Obtivemos 59 participações no período entre 11 de julho de 2024 e 14 de janeiro de 2025. Embora tenhamos consciência das limitações da amostra em termos de representatividade estatística, consideramos que têm grande valor pelo que indicaram. O que trazemos a seguir é uma leitura preliminar dos dados consolidados, que estão sendo estudados mais detalhadamente por uma equipe de Estatística da UFF.

A pesquisa teve respondentes das seis cidades, com algumas diferenças na quantidade de participantes, certamente devido à dificuldade de penetração dos pesquisadores naquelas em que não tinham muitas pessoas conhecidas, como no caso de Rio das Flores e Comendador Levy Gasparian.

Gráfico 1 - Localização dos respondentes



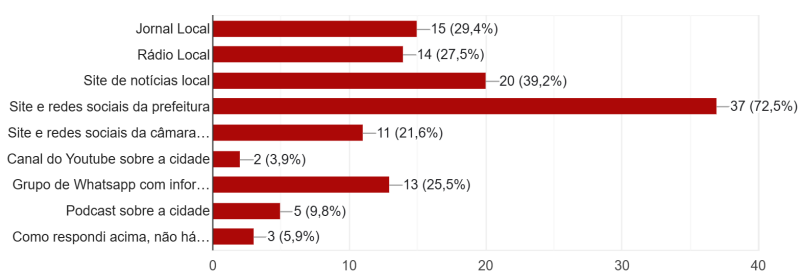
Fonte: os autores.

A maior parte dos entrevistados declara viver na área urbana, 76,3%, enquanto 23,7% dizem viver na zona rural de seus municípios. No que diz respeito à faixa etária, a pesquisa abrangeu desde adolescentes até idosos, mas houve maior representatividade de adultos com idade entre 25 e 54 anos (61%). Com relação a gênero, 58,6% disseram ser do feminino, 39,7% masculino e uma pessoa preferiu não responder. Sobre escolaridade, foi pouco representativa a participação de pessoas com apenas ensino fundamental ou médio (10,2%). A maioria dos entrevistados declarou desde ensino

superior em andamento até pós-graduação completa. Já as respostas sobre a principal atividade remunerada mostraram uma grande variedade de ocupações, indo desde babá até advogados, mas com grande representatividade de profissionais da área da educação e da saúde, funcionários públicos, comerciantes e profissionais de comunicação somando 64,5%. O perfil dos respondentes pode refletir a rede de contatos acionada pela coordenadora da pesquisa para distribuição dos questionários. Além disso, a própria natureza do e-survey tende a favorecer a participação de pessoas mais conectadas e com maior letramento digital. Inclusive, os dados sobre acesso a dispositivos e uso de Internet levantados pelos respondentes indica de 93,2% dos 59 participantes avaliam seus smartphones como sendo tecnologia intermediária ou avançada, 96,6% têm internet fixa em casa, 62,6% têm plano pós-pago de internet móvel e 35,6% usa pré-pago. No entanto, essa perspectiva precisa ser compreendida dentro dos limites da amostra, já que há outros grupos, que ofereceriam outras perspectivas de análise, que não foram capturadas pela pesquisa.

Isto posto, quando perguntados se conheciam algum veículo de mídia em funcionamento na sua própria cidade, 79,8% dos respondentes disseram que sim, 16,9% disseram que não e 3,4% disse não ter certeza. A pergunta a seguir quis saber de quem respondeu positivamente que meios de comunicação existiam em sua cidade. Essa questão teve 51 respostas e cada pessoa podia marcar mais de uma opção.

Gráfico 2 - Meios de comunicação existentes nas cidades dos participantes

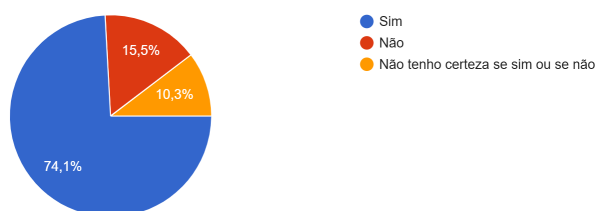


Fonte: os autores.

Entendemos que as respostas acima precisam ser colocadas em paralelo ao inventário de mídias locais que fizemos nas seis cidades em etapas anteriores da pesquisa e que é periodicamente atualizado. Já identificamos, por exemplo, como também observou Reis (2019) que nas respostas discursivas, quando pedimos que

citassem os nomes das mídias locais, os entrevistados mencionara mídias que, na verdade, eram de cidades vizinhas, ainda que tenhamos uma questão específica para isso, como vemos abaixo.

Gráfico 3 - Mídias de cidades vizinhas chegam até você com notícias sobre sua cidade?

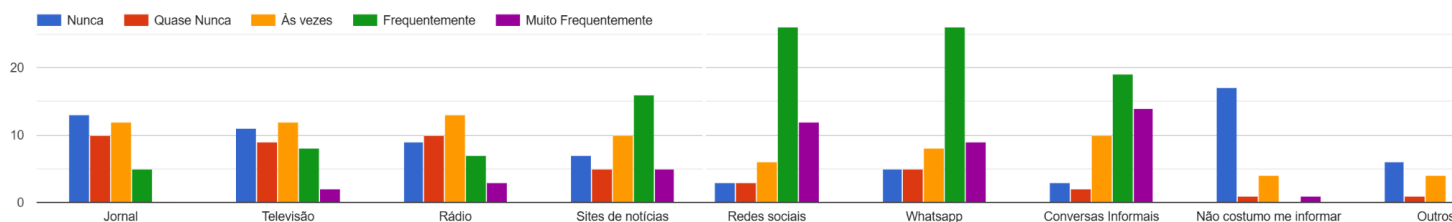


Fonte: os autores.

O gráfico 3 corresponde às respostas de 58 pessoas e indica a existência de fluxo informacional intermunicipal, que pode tanto complementar quanto competir com a mídia local existente nas cidades pesquisadas. Como também já conferimos em fases anteriores da pesquisa (Deolindo et al., 2021), em geral esse fluxo tem origem em cidades vizinhas de maior hierarquia na rede urbana (IBGE, 2020; Corrêa, 2021) e com aparato midiático mais complexo, fazendo das cidades pequenas sua área de privilegiada para oferta de conteúdo, mas quase nunca cobrindo esses lugares.

O questionário também perguntou, admitindo mais de uma marcação, sobre que mídias eram mais usadas pelos respondentes para se informar sobre a própria cidade. Redes sociais, grupos de Whatsapp e conversas informais foram as principais respostas.

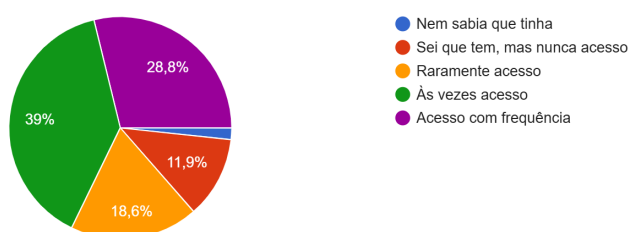
Gráfico 4 - Com que frequência você se informa sobre o que acontece na sua cidade através dos seguintes meios?



Fonte: os autores.

Tanto quem tem meios de comunicação em sua cidade quanto quem indicou precariedade no acesso a notícias locais apontou os temas que mais interessam quando o assunto é o lugar em que vive: política, saúde, educação, economia, cultura e lazer e segurança. Retomando o gráfico 2, uma das situações que esta pesquisa confirma é o protagonismo dos sites e redes sociais digitais das prefeituras nos desertos e quase desertos de notícias fluminenses (Deolindo; Esteves, 2024).

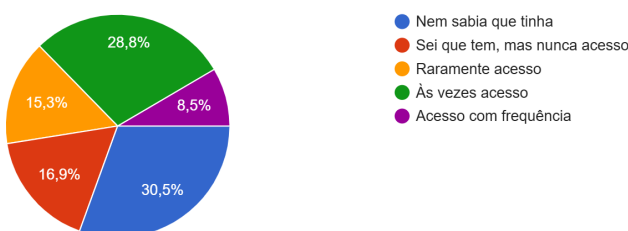
Gráfico 5 - Com que frequência acessa o site ou redes sociais da prefeitura da cidade?



Fonte: os autores.

Quando a pergunta foi sobre se considerar bem informado ao acessar as mídias da prefeitura, de 58 respondentes, 77,6% consideram estar razoavelmente bem informados ao usarem essas plataformas para para saber o que está sendo feito na cidade e se inteirar das decisões dos governantes locais. O resultado é diferente quando as mesmas perguntas são feitas com relação às mídias legislativas.

Gráfico 6 - Com que frequência acessa o site ou redes sociais da câmara da cidade?



Fonte: Os autores.

A questão acima teve 59 respostas. A pergunta sobre se sentir bem informado quando acessa as plataformas das câmaras locais teve participação de 51 respondentes e, destes, 78,4% se consideram insatisfeitos com relação às informações e notícias sobre o

legislativo. Temos a hipótese de que a queda no número de respondentes entre uma questão e outra também seja sinal de rejeição ou desinteresse às mídias legislativas.

Seja pelos meios tradicionais de comunicação, como jornal e rádio, ou por grupos Whatsapp, perfis em redes sociais digitais ou mídias governamentais, para 93,2% dos 59 respondentes é importante ou muito importante ter acesso a notícias e informações sobre a própria cidade e 83% julgam que estar inteirado sobre o lugar em que vive melhora o cotidiano.

Quando comparamos os dados sobre a importância dada às notícias e informações locais com o cuidado em checar essas mesmas notícias e informações, vemos que há uma tendência importante entre os respondentes em confiar no que recebem. Em 59 respostas, apenas 15,4% dos entrevistados disseram desconfiar das fontes e 50% marcaram ficar entre a confiança e a desconfiança. O restante tende a confiar sempre, possivelmente por conta das relações de proximidade com as fontes.

Por fim, considerando as mídias existentes, os canais disponíveis, as demandas satisfeitas e as limitações identificadas, os respondentes se dividem sobre se sentir bem informados sobre os acontecimentos locais, com uma pequena tendência a uma avaliação negativa: 44,1% diz que às vezes e 10,2% raramente ou nunca, enquanto 45,8% diz se sentir bem informado sempre ou na maioria das vezes.

Para colocar essas respostas em perspectiva, realizamos um grupo focal em São Sebastião do Alto no dia 16 de janeiro de 2025. A cidade é graciosa, localizada na Serra do Deus me Livre, mesorregião Centro Fluminense, a 213Km da capital Rio de Janeiro, e tem quatro distritos. A população se divide quase que igualmente entre a zona urbana e rural, na qual se produz leite, hortaliças, leguminosas e café. Entre os eventos culturais de destaque estão três festas religiosas: a do padroeiro, a encenação da Paixão de Cristo e a procissão de Santa Irene de Nazareth.¹¹ Outra atração é o recém-inaugurado Museu Hermes Ferro, espaço que conta a história da cidade tendo como pano de fundo a história do Brasil¹². No que se refere à comunicação, é um deserto de notícias segundo o Projor (2023) e tem um dos mais baixos índices de conectividade do estado do Rio de Janeiro. Foi nossa terceira visita à cidade, que se tornou nosso ponto de referência

¹¹ Mais sobre a cidade em <https://ssalto.rj.gov.br/nosso-municipio/>. Acesso em: 22 jun. 2025.

¹² Hermes Ferro foi uma importante figura política local e a construção do museu foi financiado pela família. Um vídeo sobre a inauguração está no Instagram da prefeitura: <https://www.instagram.com/reel/DKAv6LESxcw/?igsh=MTRhNXllb3hqbmtvMg==>. Acesso em: 22 jun. 2025.

graças a um membro da equipe que foi morador da cidade. A dinâmica foi organizada em dois grupos, reunindo moradores por faixa etária: o primeiro grupo era formado por jovens, entre 14 e 29 anos, amigos entre si, e o segundo, por dois adultos de uma mesma família, com idades entre 30 e 50 anos. Foram coletadas também contribuições espontâneas de um terceiro morador, com mais de 50 anos, que chegou ao final da conversa com um dos grupos. O roteiro partiu das mesmas questões do questionário, mas as perguntas foram sendo reformuladas ao longo da conversa, acompanhando a dinâmica do diálogo.

Os relatos indicaram que, atualmente, São Sebastião do Alto não dispõe de um meio de comunicação estável, contínuo e voltado especificamente para as questões do município. As informações circulam, principalmente, por meio de redes sociais, sendo o perfil de Instagram “Alto Destaque”¹³ o mais citado, além de rádios de cidades vizinhas, WhatsApp e conversas informais. Ambos os grupos manifestaram preocupação com a falta de um veículo local, mas com ênfases diferentes. O grupo dos jovens ressaltou a escassez de espaços de sociabilidade, a percepção de uma cidade parada, envelhecida e sem vida cultural ativa, o que se reflete na comunicação. Eles destacaram o papel dos grupos de WhatsApp como canais fundamentais, ainda que precários, para compartilhar informações e se mobilizar diante de demandas comunitárias. Já o segundo grupo concentrou suas falas nas questões políticas e institucionais, trazendo críticas às práticas nepotistas, à concentração de poder e à forma como esse cenário impacta diretamente a fragilidade da comunicação local.

As discussões também recuperaram memórias de experiências comunicacionais que a cidade já teve, como uma rádio comunitária ativa entre 2003 e 2005 e um jornal impresso que circulou até o final dos anos 1990. A ausência de uma mídia local estruturada foi apontada como fator que enfraquece a produção e acesso a informações de qualidade, verificáveis e confiáveis, bem como também dificulta a construção de uma identidade coletiva e de uma memória pública sobre a cidade. Essa fragilidade informacional, segundo os participantes, não é apenas uma consequência das limitações

¹³ Alto em Destaque, disponível em <https://www.instagram.com/altoemdestaque/>, é um perfil anônimo que se descreve como “Notícias de São Sebastião do Alto e Distritos. Política e desenvolvimento local. Sua voz e representação. Seriedade e respeito”. Tinha, na data de fechamento deste artigo, 39 postagens no feed, sendo a última de 20 de janeiro, e 1.127 seguidores. A maior atividade é nos stories.

econômicas ou tecnológicas, mas também reflete, gestão após gestão, o desinteresse político dos representantes locais para que mantenham o monopólio da voz.

Considerações preliminares

Os dados agregados dialogam em grande parte com os resultados das pesquisas de Reis (2019), Martins (2022) e Santana (2023). Apontam para o reconhecimento, por parte dos moradores das cidades pequenas, da importância de se ter acesso a notícias e informações locais, para o interesse por temas como política, economia e cultura, o uso predominante das mídias digitais para produzir, transmitir e receber informações sobre o lugar, uma relevante presença de mídias das cidades vizinhas circulando no território, a centralidade das mídias governamentais e para uma grande confiança nas fontes, apesar da relativa impressão de não estarem bem informados a respeito da própria cidade.

Ainda que esta seja uma leitura preliminar da coleta, algumas ponderações são importantes. A primeira é que, apesar da presença imponente das mídias governamentais locais nas respostas, elas não substituem a produção independente de informações e notícias. Ainda assim, não se pode negar sua importância para a vida e participação política dos cidadãos, de modo, então, que é preciso analisar melhor esses canais para conhecer sua estrutura, modo de funcionamento e entender se e como operam como organizadores do cotidiano e como ferramentas de democracia digital.

O segundo ponto é que, apesar de reconhecermos a importância da mídia no cenário da sociedade contemporânea, não se pode limitar comunicação a aparatos tecnológicos, pois esta se faz, sobretudo, nas trocas interpessoais, nas experiências banais do face a face, no conflito, na resistência, na produção simbólica. Então, seria interessante uma análise aplicada para compreender como se justapõem e se imbricam aquelas três dimensões descritas por Milton Santos, pois não podemos afirmar, sem investigação cuidadosa, se e de que modo a densidade comunicacional resultam das densidades técnica e informacional ou se, inversamente, são estas que se estruturam a partir das práticas comunicacionais e dos modos de viver e produzir o lugar.

Referências

ATLAS BR. **Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil**. Pnud Brasil, Ipea e FJP, 2022. Disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br/ranking> Acesso em: 20 jun. 2025.

COSTA, A. C.; DEOLINDO, J. Comunicação pública e democracia digital: uma análise de sites e redes sociais das prefeituras e câmaras municipais de seis pequenas cidades do estado do Rio de Janeiro. In: CONFICT, 16. **Anais...**Campos dos Goytacazes(RJ) UENF, 2024.

DEOLINDO, J. da S.; NASCIMENTO, T., JASMINE, R., JESUS, R. E., LOBO, S., DIAS, V. R. A. Os desertos de notícias e a comunicação em pequenas cidades fluminenses. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 44., 2021. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2021.

DEOLINDO, J. S., NASCIMENTO, T., JASMINE, R., JESUS, R. E., LOBO, S., DIAS, V. R. A. A comunicação em pequenas cidades fluminenses pelo olhar dos comunicadores: os casos de São Sebastião do Alto, São José de Ubá e Comendador Levy Gasparian. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45., 2022. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2022.

GAYOSO, H. O.; DEOLINDO, J. S. Conectividade digital em pequenas cidades fluminenses: um estudo do Panorama Anatel Para São Sebastião do Alto, Macuco, Rio das Flores, Comendador Levy Gasparian, Laje do Muriaé e São José de Ubá.. In: CONFICT, 16. **Anais...**Campos dos Goytacazes: UENF, 2024.

GUEDES, L. F. A.; Vasconcellos L. Vantagens e limitações dos questionários eletrônicos via Internet no contexto da pesquisa científica. In: SEMEAD–Seminários em Administração, 13. **Anais...** São Paulo, 2007.

IBGE. **Cidades@** [2024]. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br> . Acesso em: 16 jun. 2025.

IBGE. **Divisão regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias**: 2017. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

MARTINS, C. F. S. **Desertos de notícias na região da zona da mata mineira**: produção e carência de informação local. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2022.

PROJOR. **Atlas da Notícia** [2023]. Disponível em: <https://atlas.jor.br/> . Acesso em: 7 fev. 2025.

REIS, T. A. Consumo de notícias no interior: relatos sobre duas cidades pequenas do Maranhão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42., 2019. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2019.

SANTANA, C. **Desertos de notícias no estado do Rio de Janeiro**: o caso de Mangaratiba. 2024. 107 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2024.

SANTOS, M. **Da totalidade ao lugar**. São Paulo: Edusp, 2014.

SEBRAE. **Data MPE Brasil** [2022]. Disponível em: <https://datampe.sebrae.com.br/>. Acesso em: 20 jun. 2020.

SILVA, P. C.. **Comunicação local**. Enciclopédia Intercom. São Paulo: Intercom 2010. p. 283