



Os desertos e quase desertos de notícias: produções e caminhos para um estudo

César Franco dos Santos Martins¹
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)²

Resumo: O presente artigo tem como proposta averiguar sobre a produção científica existente acerca dos “desertos de notícias”. Para isso, foi realizada uma busca de trabalhos publicados nos últimos três anos (2017, 2018 e 2019) nos anais de dois congressos nacionais de comunicação (SBPJor e Intercom) e tendo como base o método de análise documental. O conceito de “desertos de notícias” de Penelope Muse Abernathy (2016) refere-se as localidades que não possuem nenhum veículo de comunicação. No Brasil, o termo foi explorado pelo Atlas da Notícias (2017) para levantar dados sobre mídias nos municípios. A partir da procura por artigos que abordam o tema, considerou-se também elementos que podem agregar e contribuir para contextualizar essa realidade nos municípios brasileiros. O artigo é parte de pesquisa de Mestrado que investiga desertos e quase desertos de notícias na Zona da Mata Mineira.

Palavras-chave: Jornalismo local; Desertos de notícias; Municípios; Produção Científica; Análise documental.

1. Introdução

O quadro da indústria de mídia brasileira ainda é altamente comercial e concentrado. Mesmo diante dessa realidade, os primeiros debates a respeito da democratização da comunicação tiveram início no Brasil na década de 1990 - em 1991 foi formada a

¹ Mestrando em Comunicação pelo PPGCOM da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Integrante do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA) e do projeto “Estudo sobre regiões de sombra e silêncio no setor audiovisual brasileiro”. E-mail: cezarfsmartins1997@gmail.com

² Trabalho realizado sob orientação da Profa Dra Iluska Coutinho (PPGCOM-UFJF) e coorientação da Profa Dra Sonia Virgínia Moreira (PPGCOM-UERJ).

Frente Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC)³. O movimento foi organizado com o intuito de acompanhar no Legislativo a promulgação de leis que envolvem a comunicação e contribuir também com possíveis ajustes.

A defesa para que sejam aplicados os princípios fundamentais ao Direito à Comunicação – acesso à informação, viabilidade da produção de conteúdo, garantia de difusão e de distribuição – segue como algo atual no Brasil. A pesquisa Monitor de Propriedade de Mídia – MOM (da sigla em inglês Media Ownership Monitor)⁴ tem o objetivo de mapear os veículos de maior audiência – que têm maior potencial de influenciar a opinião pública – e os grupos que os controlam. O projeto, que é coordenado pela ONG Repórteres Sem Fronteiras (RSF), mapeou a mídia em vários países entre 2017 e 2018.

Diante de uma realidade na qual há a dominação de apenas quatro grupos - Globo, Bandeirantes, SBT e Record - de comunicação no Brasil, se faz necessário a reflexão sobre uma série de questões, como, por exemplo, a falta da pluralidade de ideias; a concentração de audiência e geográfica; a falta de transparência; e interferências econômicas, políticas e religiosas (MOM BRASIL, 2018).

Dentre as consequências mencionadas, a pesquisa em questão se atém principalmente a que diz respeito a concentração geográfica. Consideramos, portanto, que esse cenário tende a fortalecer as desigualdades territoriais e contribuir com a escassez de informações locais. Logo, a partir disso, torna-se interessante explorar o principal conceito que circunda a pesquisa: os desertos de notícias.

O conceito em questão foi elaborado por Penelope Muse Abernathy⁵, do Centro de Inovação e Sustentabilidade de Mídia Local da Escola de Mídia e Jornalismo na Universidade da Carolina do Norte (EUA). Abernathy (2016) define como deserto de

³ Mais de 500 filiações, entre associações, sindicatos, movimentos sociais, organizações não-governamentais e coletivos que se articulam para denunciar e combater a grave concentração econômica na mídia, a ausência de pluralidade política e de diversidade social e cultural nas fontes de informação, os obstáculos à consolidação da comunicação pública e cidadã e as inúmeras violações à liberdade de expressão. Disponível em: <http://fndc.org.br/>

⁴ Media Ownership Monitor (MOM) - Ferramenta para mapeamentos sobre os proprietários dos meios de comunicação relevantes de um país. Disponível em: brazil.mom-rsf.org/br/

⁵ Ex-executiva dos jornais The Wall Street Journal e do The New York Times, atualmente chair da Cátedra Knight em Jornalismo e Economia da Mídia Digital na Universidade da Carolina do Norte

notícias uma comunidade com acesso limitado a notícias e informações abrangentes e com credibilidade.

No Brasil, o conceito começou a ser explorado em 2017, com o Atlas da Notícia⁶. O Atlas foi produzido pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (PROJOR) – órgão responsável também pelo Observatório da Imprensa - em parceria com o Volt Data Lab – agência de jornalismo focada em investigação, análise e visualização de dados. A proposta do Atlas foi mapear veículos que produzem notícias, principalmente no que diz respeito ao jornalismo local.

O trabalho em questão utiliza-se da análise documental (Moreira, 2006), principalmente no que se atém a fase inicial de identificação e contextualização de dados que complementam o objeto central. Para apresentar o que há de informações, dados e produções relacionadas a essa temática foi feita uma busca em anais dos últimos três anos (2017, 2018 e 2019) de dois eventos: a Intercom Nacional e o SBPJor. A partir disso, foi possível traçar um caminho para a pesquisa e responder as seguintes questões: o que há de produção a respeito do conceito de desertos de notícias? Quais os dados atuais? Quais dados e bases relevantes para a pesquisa? O que pode ser feito para se aprofundar a partir do atual cenário?

2. Estudos sobre Jornalismo Local e Regional

Ao abordar os “desertos de notícias” estamos nos propondo a trabalhar numa escala local. Dessa forma, antes de entrar propriamente nas produções que envolvem o conceito, averiguamos, primeiramente, o que há de produção sobre jornalismo e comunicação local/regional nos últimos três anos nos congressos da Intercom e do SBPJor. Isso porque no Brasil são menores os estudos que trabalham numa camada local.

Para a busca de trabalhos na Intercom, foram escolhidas duas Divisões Temáticas (DTs): a de Jornalismo e a de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. A escolha se deu através da emenda de cada uma das DTs⁷. Dentro dessas duas divisões, a busca

⁶ Produzido em 2017, a proposta inicial do Atlas foi mapear veículos que produzem notícias, principalmente jornalismo local, no território brasileiro. Disponível em: atlas.jor.br/

⁷ A DT de Jornalismo aborda estudos teóricos, empíricos do jornalismo e seus meios. Inclui questões que tratam da evolução do Jornalismo; da produção e recepção da informação jornalística, e mudanças tecno-

aconteceu em quatro Grupos de Pesquisas (GPs): Jornalismo Impresso e Telejornalismo (Divisão Temática de Jornalismo); e Geografias da Comunicação e Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local (Divisão Temática de Estudos Interdisciplinares da Comunicação).

Na busca, foram utilizadas as palavras “local”, “regional”, “desertos”, “município” e “cidade” para examinar quais artigos possuem alguma delas no título ou em suas palavras-chaves. Nesses GPs da Intercom 2017, foram encontrados quatro trabalhos (um no GP de Telejornalismo e de Geografias da Comunicação, e dois no GP de Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local). Na Intercom 2018 também houve quatro trabalhos (um no GP de Jornalismo Impresso e três no de Geografias da Comunicação). Já na Intercom de 2019, foram contabilizados oito trabalhos (dois no GP de Telejornalismo, quatro no de Geografias da Comunicação e dois no de Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local).

Dessa forma, ao todo, nos últimos três anos, nesses quatro GPs da Intercom, foram encontrados 16 trabalhos que apresentam alguma das palavras no título ou nas palavras-chaves e abordam o local/regional. Já no SBPJor nos últimos três anos, fazendo a busca com os mesmos termos, foram contabilizados dez artigos: quatro em 2017, três em 2018 e três também em 2019.

É possível notar, portanto, que não há um número expressivo de trabalhos que exploram essa escala mais reduzida. Ou seja, se de um modo geral esse número ainda não é grande, quando adentrarmos a um tema ainda mais específico, como é o caso dos desertos de notícias, o número se torna ainda menor. Além disso, os desertos de notícias tendem a se encontrar em cidades pequenas, o que reforça mais os poucos estudos ainda presentes – isso diante de um cenário em que 90% dos municípios brasileiros possuem até 50 mil habitantes segundo o último censo do IBGE.

[...] nos últimos anos, com o crescente interesse pelas cidades médias como lugares de desenvolvimento econômico mais veloz, multiplicaram-se os estudos com esse recorte espacial. Sobre as cidades pequenas (aquelas entre 50 e 100 mil habitantes de acordo com critérios do IBGE) ainda é rara, quase inexistente, a produção acadêmica no campo da Comunicação. Esta é mais fre-

lógicas associadas; e análises de coberturas. Já o DT de Interfaces Comunicacionais trata dos processos e práticas da comunicação em interconexão com outras áreas de estudos., possibilitando assim, o diálogo interdisciplinas.

.....

quente (mas nem tanto) na Geografia. Na Comunicação encontramos mais estudos sobre mídia local com o foco na história dos meios de comunicação e menos em relação ao espaço em que estão inseridos (MOREIRA & DEL BI-ANCO, 2018, p. 8)

Após a coleta dos artigos, foi averiguado de que forma a temática em questão é abordada e quais as possibilidades de aproveitar o que foi apresentado em cada um dos trabalhos. A busca nos anais dos congressos nos últimos três anos resultou em 26 trabalhos. Desses, em sete⁸ o termo “desertos de notícias” é mencionado – cinco artigos na Intercom e dois no SBPJor. Todas as produções são de 2018 ou 2019. Logo, trata-se de um termo recente e que no Brasil é trabalhada ainda por poucos pesquisadores. Dessa forma, a intenção é averiguar de que maneira os “desertos de notícias” são explorados nessas produções e quais os aspectos que são abordados ao trabalhar com a temática, a partir daí, pensar em possíveis questões de serem levantadas a respeito.

3. O há nos estudos brasileiros sobre os “desertos de notícias”?

O conceito de “deserto de notícias” começou a ser explorado no Brasil em 2017, um ano após Penelope Muse Abernathy desenvolvê-lo na Universidade da Carolina do Norte nos Estados Unidos. O objetivo da pesquisadora foi verificar a presença de jornais impressos, especialmente os comunitários, que, segundo Abernathy (2016) são os responsáveis por fornecer até 85% das “notícias que alimentam a democracia” nos níveis estadual e local. Assim, esses possuem um papel fundamental na democracia americana para informar os cidadãos numa escala diferente dos grandes jornais como The New York Times, The Wall Street Journal e USA Today.

No Brasil, o Atlas da Notícia utilizou o conceito para mapear as cidades e verificar em quantas há veículos de comunicação local. O território brasileiro possui 5.570 municípios. Desses, 3.487 são considerados pelo Atlas como desertos de notícias. Ou seja, 62% das cidades brasileiras e pouco mais de 37 milhões de pessoas, não tem um

⁸ Os trabalhos foram: “A produção jornalística hiperlocal nas redes sociais: análise de perfis Tocantinenses”, “Brasil: Regiões de sombra e de silêncio no audiovisual e nas telecomunicações”, “Mapeamento dos serviços de mídia das cidades médias da região norte”, “O deserto da notícia no interior Brasil – apontamentos para uma pesquisa”, “Consumo de notícias no interior: relatos sobre duas cidades pequenas do Maranhão” (Intercom); “Territórios a Conhecer: produção local de informação em retransmissoras de rádio e TV no interior” e “DO IMPRESSO AO DIGITAL: o processo de transição no jornalismo local e do ‘interior’” (SBPJor)

veículo de comunicação sequer para obter informações locais, seja através de jornal, site, emissora de rádio ou TV. Além disso, há 1.074 municípios (19%) que são quase desertos de notícias - possui somente um ou dois veículos de comunicação – e correm riscos de também se tornarem desertos em algum momento.

Com isso, mais de 60% dos municípios brasileiros não têm acesso a uma produção própria de notícias, e acabam dependendo – além dos grandes grupos de comunicação – das informações do veículo mais próximo geograficamente - seja em telejornal, através também das afiliadas, em impressos ou plataformas online (nesse caso, as pessoas que conseguem ter acesso a internet). Com a carência de notícias próprias, a população fica sem saber sobre os serviços e problemas que acontecem em sua localidade e não há uma “voz” para cobrar os governantes que ali atuam. Sobre os casos dos quase desertos de notícias, a pouca ou nenhuma concorrência, faz com que a iniciativa local se torne mais vulnerável a interferências políticas ou empresariais (PROJOR, 2018).

Tendo em mente o surgimento do conceito e o cenário brasileiro mapeado pelo Atlas da Notícia, o passo a seguir foi encontrar produções que abordam essa temática e, posteriormente, ver de que maneira isso acontece. O conceito de “desertos de notícias” aparece em sete artigos dos últimos três anos da Intercom e do SBPJor. Em dois desses trabalhos, o termo é apenas mencionado. Nos outros cinco artigos, o conceito é mais aprofundado e o levantamento feito pelo Atlas da Notícias utilizado para o estudo de cidades. Apesar do número pouco expressivos, já há estudos que contribuem para uma análise mais precisa, seja na proposta e na realização de trabalhos sobre a escassez da presença da mídia ou sobre o cenário de determinados municípios e/ou regiões.

No artigo “O deserto da notícia no interior Brasil – apontamentos para uma pesquisa” desenvolvido por Jacqueline Deolindo, em 2018, são apresentados os dados coletados pelo Atlas da Notícias e, a partir disso, é proposto uma investigação sobre a comunicação onde a mídia não está, tendendo a ser justamente nas cidades que não possuem veículos de comunicação local e são desprovidas também de um jornalismo de proximidade. “As pesquisas sobre comunicação e jornalismo costumam contemplar universos, acontecimentos, organizações, consumos e aparatos midiáticos, fenômenos muito generalizados, mas que facilmente nos fazem esquecer que há realidades marcadas pela falta desses sistemas técnicos” (DEOLINDO, 2018, p.1).

Para Deolindo é importante que essas localidades que são caracterizadas como “desertos de notícias” sejam abordadas também “a partir de sua origem, demografia e função na rede urbana” (2018, p.12). Assim, além de utilizar-se do trabalho do Atlas da Notícias para identificar esses pequenos centros urbanos sem jornalismo, onde as fontes de notícias e os modos de comunicar são outros, a pesquisadora busca considerar também as Regiões de Influência das Cidades (Regic) - pesquisa na qual define a hierarquia dos centros urbanos e delimita as regiões de influência a eles associados.

Segundo Deolindo (2018), na classe das cidades pequenas há grande variedade de centros urbanos, o que envolve considerar realidades muito distintas e as diferentes funções que são desempenhadas na rede urbana. É por meio do Regic que se identificam as metrópoles, capitais regionais e o alcance espacial de influência delas. Em junho deste ano de 2020, o IBGE divulgou a quinta edição da pesquisa, que possui dados referentes a 2018 – a anterior trazia informações de 2007.

De acordo com Thays Assunção Reis (2018, p.3), “[...] as cidades médias, por ocuparem lugares estratégicos na rede urbana, dão suporte midiático às cidades menores que vivem em desertos de notícias”. A pesquisadora investiga três cidades média da Amazônia Oriental – Imperatriz (MA), Araguaína (TO) e Marabá (PA) – e, utilizando principalmente do Atlas da Notícia, do Guia de Mídia e da Anatel, mapeou os serviços de mídia das cidades médias da região norte.

O trabalho aponta uma predominância dos serviços de radiodifusão nas cidades médias e uma carência de jornais impressos nos municípios – ao todo são 19 municípios com uma faixa populacional de 100 a 350 mil habitantes.

Mais recentemente, Reis (2019), produziu uma pesquisa quantitativa sobre o consumo de notícias em duas cidades maranhenses: Ribamar Fiquene e Lajeado Novo - localidades que integram a região de influência de Imperatriz (MA) e possuem pouco mais de 7 mil habitantes. A pesquisadora aplicou um questionário aos moradores das duas cidades com o intuito de saber sobre acesso aos meios, frequência, nomes e locais de origem dos veículos consultados, suportes (no caso de jornal impresso, rádio e internet) e plataformas (para a internet).

A mídia mais acessada pelos moradores das duas cidades maranhenses para obter notícias é a televisão. “[...] os telejornais assistidos nas duas cidades pequenas são

majoritariamente nacionais (167, equivalente a 91%), ou seja, do eixo Rio-São Paulo” (REIS, 2019, p.8). Alguns dos jornais, de acordo com a autora, são: Jornal Nacional, Jornal Hoje, Bom dia Brasil, Jornal da Globo, Jornal da Record, Jornal da Band, Cidade Alerta e Brasil Urgente. As duas cidades não possuem uma cobertura jornalística significativa, sendo assim consideradas como desertos e quase desertos de notícias.

Os dados apresentados pela autora mostram que jornal impresso e rádio são os meios de comunicação menos acessados pelos moradores dessas cidades para a busca de notícias. No entanto, os fluxos informativos presentes nesses suportes são justamente os que conseguem expressar as articulações com outros municípios da região. Diferentemente do que acontece com as plataformas mais utilizadas para a procura de notícias - televisão e internet -, que tem fluxos de informação predominantemente nacionais. Com esse acesso, as pessoas ficam mais expostas as informações divulgadas sobre o eixo Rio-São Paulo, do que sobre a cidade em que reside. Reis (2019) destaca ainda que muitos moradores que responderam o questionário sobre o consumo de mídias, informaram que os aparelhos de televisão não captam os sinais das emissoras de Imperatriz ou São Luiz.

Diante dessas produções em questão que se aprofundam mais no conceito ou na ideia que implica os “desertos de notícias”, ao pensarmos sobre os dados, o trabalho desenvolvido pelo Atlas da Notícia tem se mostrado fundamental para identificar os municípios que são caracterizados como desertos ou quase desertos de notícias. No entanto, é essencial a utilização de outras bases, como o IBGE, a Anatel e o Atlas do Desenvolvimento Humano para que se possa ter informações sobre outros aspectos das localidades e, dessa forma, elaborar um panorama mais preciso sobre a realidade dos municípios brasileiros. Além também de recursos para obter informações peculiares da população que residem na região a ser pesquisada.

Levando em conta esses fundamentos e valendo-se principalmente das bases de dados citadas anteriormente, o projeto de pesquisa “Estudo sobre regiões de sombra e silêncio no setor audiovisual brasileiro”⁹ tem se mostrado efetivo na medida em que

⁹ O projeto tem por objetivo mapear o que se entende como áreas de sombra e de silêncio no país: espaços onde o acesso à informação e à comunicação é dificultado pela ausência de sinal de rádio e de televisão ou de rede de telefonia.

reúne diversas informações sobre municípios com Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) baixo e muito baixo. Ao coletar dados sobre diversas localidades do Brasil, o estudo contribui na projeção e na análise de cenários muitas vezes esquecidos.

Como a produção acadêmica sobre as cidades pequenas ainda não é comum no campo da Comunicação, o projeto em questão tem como objetivo averiguar o “vazio”. Ao propor uma pesquisa na qual se investiga lugares de “sombra” e de “silêncio” no território brasileiro, o projeto oferece embasamento também para estudos que se voltam para os desertos e quase desertos de notícias.

Podemos assim refletir sobre a importância de contextualizar e apontar não somente o que há de mídia, mas também sobre infraestrutura e possibilidades de acessos para a população no que diz respeito a meios tecnológicos e, também, a saúde e educação. Assim, pensar sobre a existência de realidades distintas das que se encontram nas metrópoles e grandes centros urbanos.

[...] ainda que acesso aos meios audiovisuais e à internet seja livre no Brasil, e que o número de celulares tenha ultrapassado a média de um aparelho por habitante (dados da Anatel mostram que o Brasil encerrou maio de 2018 com 235,5 milhões de celulares e densidade de 112.68 celular por 100 habitantes) – muitos brasileiros seguem sem conseguir acessar uma variedade de serviços. Diferenças socioeconômicas e geográficas, principalmente, são impedimentos para que uma parte da população aproveite os benefícios gerados pela evolução das tecnologias de informação e comunicação nas últimas décadas (MOREIRA & DEL BIANCO, 2018, p. 4)

As informações coletadas apresentam 32 municípios com índices de desenvolvimento muito baixo¹⁰ - 28 desertos de notícias e quatro quase desertos - e 1.367 municípios com índice de desenvolvimento baixo (MOREIRA & DEL BIANCO, 2019). Ao pensar numa escala nacional, as regiões brasileiras que mais sofrem com essa questão são Norte e Nordeste. Todos os municípios que possuem IDHM muito baixo estão localizados nessas duas regiões. Além disso, são também as que mais concentram municípios com IDHM baixo.

¹⁰ Melgaço (PA), Fernando Falcão (MA), Atalaia do Norte (AM), Marajá do Sena (MA), Uiramutã, (RR), Chaves (PA), Jordão (AC), Bagre (PA), Cachoeira do Piriá (PA), Itamarati (AM), Santa Isabel do Rio Negro (AM), IPIXUNA (AM), Portel (PA), Amajari (RR), Anajás (PA), Inhapi (AL), São Francisco de Assis do Piauí (PI), Itapicuru (BA), Manari (PE), Caxingó (PI), IPIXUNA do Pará,(PA), Afuá (PA), Jenipapo dos Vieiras (MA), Santo Antônio do Içá (AM), Satubinha (MA), Olivença (AL), Pauini (AM), Cocal (PI), Cocal dos Alves (PI), Maraã (AM) e Assunção do Piauí (PI).

Contudo, apesar de Norte e Nordeste serem as duas regiões mais afetadas sob uma perspectiva nacional, isso não implica dizer que nas demais regiões do país não possa haver municípios que também sofra com a escassez de informações. Há nas outras regiões brasileiras, 1.401 desertos de notícias e 1.099 quase desertos de notícias.

Fora isso, em pesquisa realizada a respeito das mídias nos municípios com IDHM muito baixo, foi possível evidenciar que a presença de veículos de comunicação não implica necessariamente na garantia de produção e disseminação de notícias sobre as comunidades que estão inseridas (MOREIRA, DEL BIANCO & MARTINS 2019).

Sendo assim, é possível se questionar se há a possibilidade de determinados municípios caracterizados como “quase desertos de notícias” se enquadrarem também como “desertos”, caso o(s) veículo(s) presente faça um trabalho de apenas reproduzir as informações do âmbito nacional. O mesmo vale para os “desertos”. Ao considerar a rede urbana, é possível saber se determinados municípios são representados em produções vizinhas e se recebe algum suporte de outras cidades.

Há um número expressivo de cidades pequenas no território brasileiro e com potenciais para serem desertos, o que não significa dizer que todas possuem as mesmas características ou muitas semelhanças. Por isso, torna-se importante explorar e levantar dados que abordam também aspectos socioeconômicos e levar em consideração a região em que se está inserida.

4. Dados e bases relevantes na pesquisa sobre desertos

A partir de pesquisas desenvolvidas que abordam os desertos de notícias, percebe-se a importância de considerar elementos que contribuem para contextualizar a realidade dos municípios que não possuem veículos de comunicação local. O primeiro ponto, portanto, é reconhecer a existência de espaços desprivilegiados no território nacional e ter ciência das diversas particularidades.

Nos estudos de Milton Santos e María Laura Silveira (2003) sobre território são apontados as “novas desigualdades territoriais”. No caso brasileiro, de acordo com os pesquisadores, o processo de criação de fluidez ainda é seletivo e não-igualitário. Os autores colocam ainda que, nos dias atuais, se produzir uma tipologia das diferenciações se torna mais complexo do que nos períodos históricos precedentes, assim, “as desi-

gualdades territoriais do presente têm como fundamento um número de variáveis bem mais vastos, cuja combinação produz uma enorme gama de situações de difícil classificação” (SANTOS & SILVEIRA, 2003, p. 259). Ao tratarem sobre o espaço, apresentam três conceitos: os espaços luminosos e espaços opacos; os espaços que mandam e os que obedecem; os espaços da rapidez e os da lentidão (p. 259-265).

Além dos 3.487 municípios apontados pelo Atlas da Notícia como desertos de notícias e 1.074 como quase desertos de notícias, o Brasil ainda carece de inclusão digital, o que, por consequência afeta a vida de milhares de pessoas. Assim, não é possível afirmar que as pessoas que residem em desertos e quase desertos conseguem se informar através da internet – o que também influenciaria na escala noticiosa, que tende ser mais ampla que a local.

Essa realidade passou a ter um pouco mais de notabilidade com a recente pandemia de Covid-19¹¹ que proporcionou (no momento atual ainda proporciona e tende a continuar proporcionando) milhares de consequências. Uma delas e que é alvo de debates atualmente é justamente a que diz respeito ao acesso aos meios tecnológicos e as “novas” maneiras para realização de encontros, reuniões, aulas e trabalhos – uma “nova vida” que acontece a partir do on-line e que nem todos possuem condições de participar.

Podemos pensar, portanto, que a pandemia expôs uma realidade muitas vezes ignorada ou esquecida. Além disso, coloca em risco a existência de veículos de mídias. Ao pensar em outros aspectos que vão além da presença de mídia, existe a possibilidade de reforçar ainda mais a ideia de “deserto” dependendo da localidade.

As produções que investigam o “vazio” nos apontam a importância de considerar fatores significativos e bases de dados para realizar a busca. Visto sobre a necessidade de se coletar dados que contribuem para contextualizar é importante aqui apontar quais são essas informações importantes colocadas nos trabalhos já realizados e como obtê-las.

¹¹ A Covid-19 (coronavírus) é uma doença infecciosa causada por um vírus recém-descoberto e que teve seus primeiros casos confirmados em dezembro de 2019 em Wuhan, na China.

Dados de outubro de 2019 a março de 2020 da TIC Domicílios¹² mostram que 70 milhões de brasileiros tem acesso precário à internet ou não tem nenhum tipo de acesso – isso significa dizer que um a cada quatro pessoas no Brasil não usam internet. No país, 74,7% acessam à internet - 64,7% (Norte); 64% (Nordeste); 81,5% (Centro-Oeste); 81,1% (Sudeste); 78,2% (Sul).

Outro fator são as formas de acesso. Os números mostram que 58% acessam a rede exclusivamente pelo telefone móvel e 20 milhões de domicílios (28%) não possuem internet. No caso dos que não acessam, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) aponta motivos como: o não saber utilizar; a falta de interesse; o preço do serviço e/ou dos equipamentos eletrônicos; e a não disponibilidade de serviço na área.

Os números a nível nacional indicam uma carência também em outros aspectos, evidenciando as diferenças e desigualdades territoriais. Assim, torna-se necessário informações específicas das parcelas dos espaços que compõem o território brasileiro – seja a nível regional ou local. Ou seja, é preciso buscar nas bases os dados que não somente em escala nacional.

O projeto “Regiões de sombra” realiza esse tipo de trabalho quando pesquisa de forma direcionada sobre os municípios com IDHM muito baixo e baixo e se utiliza principalmente de bases da Anatel e do IBGE. Os novos painéis de dados da Anatel¹³ possibilitam averiguar, por exemplo, a busca de maneira individualizada, ou seja, ter acesso aos diversos dados sobre o setor de telecomunicação em escalas mais restritas, inclusive, local. O mesmo acontece com IBGE Cidades¹⁴.

Além da busca sobre informações que dizem respeito somente a uma determinada localidade, as pesquisas realizadas por Deolindo (2018) e Reis (2018 e 2019) nos faz considerar também o papel que é desempenhado dentro da rede urbana. No caso do Re-

¹² TIC trata-se das tecnologias de informação e comunicação no Brasil. É monitorado pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). Disponível: <https://cetic.br/pt/>

¹³ Os painéis de dados da Anatel disponibilizam dados referentes ao setor de telecomunicações. Disponível em: anatel.gov.br/paineis/

¹⁴ Abrangem temas como Educação, Trabalho, Economia, População, Saúde e Território, não só sobre o Brasil mas também sobre seus estados e municípios. Disponível em: cidades.ibge.gov.br/

gic, as cidades são divididas em hierarquia em cinco tipos de centros, são eles: Metrô-
poles, Capitais Regionais, Centros Sub-Regionais, Centros de Zona e Centros Locais.
Com exceção dos Centros Locais, que engloba 4.037 cidades, todos os outros possuem
subdivisões que ajudam a configurar a rede urbana.

5. Considerações finais

Essa pesquisa contribui para o estudo iniciado este ano como parte de disserta-
ção em andamento em Programa de Pós-Graduação em Comunicação, que tem como
objetivo investigar municípios que são caracterizados como desertos na região interme-
diária¹⁵ da Zona da Mata Mineira. Nos primeiros levantamentos realizados, a região da
Zona da Mata apresentou 36 desertos de notícias e 84 quase desertos – 73 com apenas
um veículo e 11 com dois – de acordo com o Atlas da Notícia.

A partir do resultado de busca por pesquisas que abordaram os “desertos” e das
produções realizadas, pode-se perceber algumas etapas para se trabalhar com a temática.
Diante dos dados sobre o cenário nacional que apontam que há localidades desprovidas
de infraestrutura e meios tecnológicos, o primeiro passo é identificar onde esses espaços
se encontram no território brasileiro ou se alguma determinada região de interesse conta
com municípios que se enquadram nessa realidade.

Num estudo no qual o tema central são os desertos de notícias, o portal do Atlas
da Notícia se apresenta como fonte essencial para realizar essa primeira identificação
das possíveis localidades que podem ser desertos ou quase desertos de notícias. Obser-
va-se, portanto, que estamos aqui reforçando a ideia de uma hipótese sobre os municí-
pios colocados como desertos ou quase desertos. Isso porque acredita-se na necessidade
de explorar outros aspectos que contribuem para construir um panorama mais preciso
sobre localidades em específico. Considerando também que cada lugar tem suas peculi-
aridades.

Desse modo, ao selecionar uma determinada parcela do território brasileiro para
investigar surgem diversos questionamentos, como: onde o município se localiza? Qual
a população (incluindo zona urbana e rural)? Qual o índice relativo à educação, saúde e

¹⁵ Atual nomenclatura do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para mesorregião.

economia? Qual o percentual de residências com banda larga fixa? Quais as empresas que atendem na localidade? Quais as velocidades e tecnologia disponíveis? Quais as operadoras que atuam e as tecnologias de serviço móvel que disponibilizam? O município é de fato um deserto de notícia? Se não tem nenhum veículo: a localidade é representada em algum veículo de mídia em localidade vizinha? Qual é a região e as cidades de influência? Caso tenha algum veículo de mídia: quantos são? É rádio, TV, impresso ou portal online? O que veicula? Produz conteúdo próprio ou só reproduz? O local fica em detrimento do nacional? Por onde a população dessa localidade se informa? Na plataforma mais utilizada por essas pessoas há jornalismo local e/ou regional?

Os estudos que já são realizados sobre a temática nos indicam caminhos que permitem que essas perguntas possam ser respondidas. Dependendo do local há a possibilidade ainda do surgimento de novos questionamentos. Os primeiros, normalmente, trata-se de informações quantitativas que podem ser encontradas nas diversas bases de dados disponíveis e aqui mencionadas. Mas é necessário “adentrar” mais nas localidades para se obter as informações que ajudam a contextualizar e apresentar uma realidade mais próxima do município, para que, desse modo, seja feita uma análise qualitativa mais precisa sobre as localidades e, assim, tratar de um contraditório: investigar coisas no “vazio” e visualizar o “invisível”.

Referências

ABERNATHY, Penelope M. **The Rise of a New Media Baron and the Emerging Threat of News media Deserts**. The University of North Carolina Press: Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2016.

_____. **The Expanding News Desert**. The University of North Carolina Press: Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2018.

CETIC.BR. TIC Domicílios 2016 – Acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação. Acesso em 13 de julho de 2020. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf

DEOLINDO, Jacqueline da Silva. O deserto da notícia no interior Brasil - apontamentos para uma pesquisa. Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville: **Intercom**, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-2022-2.pdf>

MOM BRASIL – Monitoramento de Propriedade de Mídia, Brasil. Repórteres Sem Fronteiras / Intervezes, 2017. Acesso em: <http://brazil.mom-rsf.org/br/>

MOREIRA, Sônia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MOREIRA, Sonia Virgínia; DEL BIANCO, Nélia Rodrigues. Brasil: Regiões de sombra e de silêncio no audiovisual e nas telecomunicações. 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville: **Intercom**, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1821-2.pdf>

_____. Comunicações, território e desenvolvimento regional em municípios brasileiros com IDHM muito baixo. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**. v 15, n.º.4, Edição Especial, p69-82. Taubaté, SP. 2019. Disponível em: <https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/4842>

MOREIRA, Sonia Virgínia; DEL BIANCO, Nélia Rodrigues; MARTINS, César Franco dos Santos. Territórios a Conhecer: produção local de informação em retransmissoras de rádio e TV no interior. Anais do 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Goiânia: **SBPJor**, 2019. Disponível em: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/paper/viewFile/1949/1029>
PROJOR. Atlas da Notícia – Desertos e quase desertos, uma ocorrência nacional. Novembro, 2018. Disponível em <https://www.atlas.jor.br/>

REIS, Thays Assunção. Mapeamento dos serviços de mídia das cidades médias da região norte. Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville: **Intercom**, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1408-2.pdf>

_____. Consumo de notícias no interior: relatos sobre duas cidades pequenas do Maranhão. Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belém: **Intercom**, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1559-1.pdf>

SANTOS, Milton & SILVEIRA, María L. As diferenciações do território. In: **O Brasil: Território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2003.