

**Desertos de notícias na produção científica brasileira:  
conceito, contextos e aplicações**

**Desiertos de noticias en la producción científica brasileña:  
concepto, contextos y aplicaciones**

**News deserts in Brazilian scientific production: concept,  
contexts and applications**

**Iluska Maria da Silva Coutinho**

Professora titular da Universidade Federal de Juiz de Fora é jornalista formada pela Universidade Federal do Espírito Santo (1993), mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade de Brasília (1999) e doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (2003), com estágio doutoral na Columbia University (NY). Contato: [iluska.coutinho@ufjf.br](mailto:iluska.coutinho@ufjf.br).

**Sonia Virgínia Moreira**

Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), jornalista, mestre em Jornalismo pela Universidade do Colorado (Boulder, EUA, 1980), professora visitante no PPGCOM da Universidade Federal de Juiz de Fora no período 2018-2020, doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP, 1999). Contato: [soniavm@gmail.com](mailto:soniavm@gmail.com).

**César Franco dos Santos Martins**

Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (2022) e jornalista formado pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (2019). Contato: [cezarfs-martins1997@gmail.com](mailto:cezarfs-martins1997@gmail.com).

Submetido: 24.05.2021 | Aprovado: 04.08.2021



Creative Commons



Atribuição



Não Comercial



Compartilhe Igual

## Resumo

Este artigo tem como proposta mapear estudos no Brasil que abordam o conceito de desertos de notícias, desenvolvido em 2016 pela pesquisadora Penelope Abernathy no Centro de Inovação e Sustentabilidade de Mídia Local da Escola de Mídia e Jornalismo (Universidade da Carolina do Norte). A pesquisa documental foi realizada nos relatórios do Centro de Inovação e nos anais de 2017 a 2020 das associações científicas Compós, Intercom e SBPJor para localizar e refletir modos de aplicação do conceito em produções acadêmicas. Resultados preliminares apontam a pertinência do conceito e adaptações possíveis e necessárias para seu estudo no contexto midiático brasileiro.

**Palavras-chave:** desertos de notícias; notícias locais; produção científica; estado da arte.

## Resumen

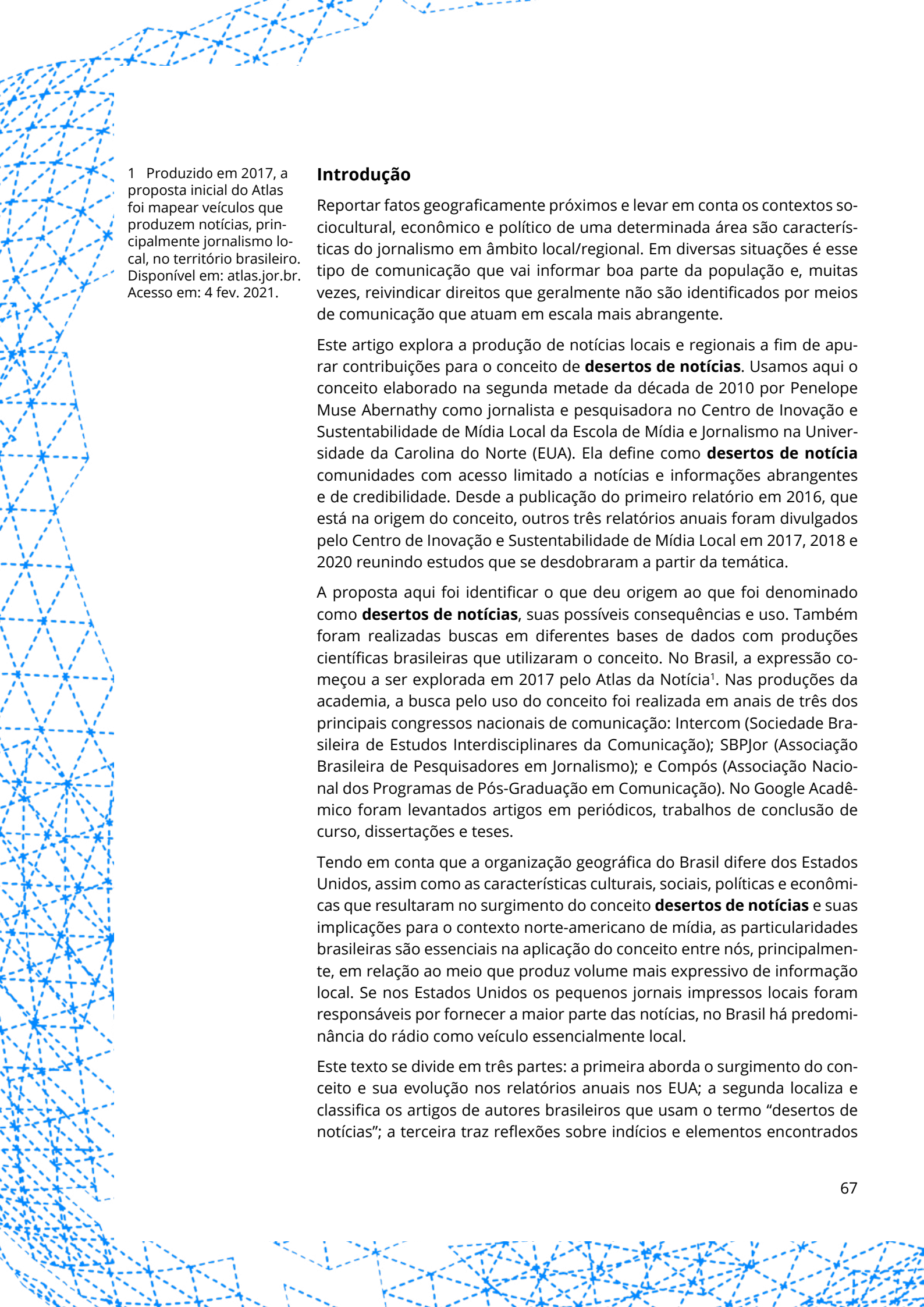
Este artículo tiene como objetivo mapear estudios en Brasil que abordan el concepto de desiertos de noticias, desarrollado en 2016 por la investigadora Penelope Abernathy en el Centro para la Innovación y Sostenibilidad de los Medios Locales de la Escuela de Medios y Periodismo (Universidad de Carolina del Norte, EEUU). El relevamiento documental se realizó en los informes anuales del Centro de Innovación y en los anales de 2017 a 2020 de las asociaciones científicas Compós, Intercom y SBPJor, con el fin de reflejar formas de aplicar el concepto en las producciones académicas. Resultados preliminares indican la pertinencia del concepto y las adaptaciones posibles y necesarias para el estudio en el contexto mediático brasileño.

**Palabras clave:** desiertos de noticias; noticias locales; producción científica; estado del arte.

## Abstract

This article aims to map the studies that address the concept of news deserts in Brazil, developed in 2016 by researcher Penelope Abernathy in the Center for Innovation and Sustainability of Local Media at the School of Media and Journalism (University of North Carolina, USA). The documentary survey was carried out in the annual reports of the Innovation Center and also in the annals from 2017 to 2020 of the scientific associations Compós, Intercom, and SBPJor, in order to reflect on the application of the concept in academic productions. Preliminary results points out to the relevance of the concept and the necessary adaptations for its study considering the Brazilian media context.

**Keywords:** news deserts; local news; scientific production; state-of-the-art.



1 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. Acesso em: 4 fev. 2021.

## Introdução

Reportar fatos geograficamente próximos e levar em conta os contextos sociocultural, econômico e político de uma determinada área são características do jornalismo em âmbito local/regional. Em diversas situações é esse tipo de comunicação que vai informar boa parte da população e, muitas vezes, reivindicar direitos que geralmente não são identificados por meios de comunicação que atuam em escala mais abrangente.

Este artigo explora a produção de notícias locais e regionais a fim de apurar contribuições para o conceito de **desertos de notícias**. Usamos aqui o conceito elaborado na segunda metade da década de 2010 por Penelope Muse Abernathy como jornalista e pesquisadora no Centro de Inovação e Sustentabilidade de Mídia Local da Escola de Mídia e Jornalismo na Universidade da Carolina do Norte (EUA). Ela define como **desertos de notícia** comunidades com acesso limitado a notícias e informações abrangentes e de credibilidade. Desde a publicação do primeiro relatório em 2016, que está na origem do conceito, outros três relatórios anuais foram divulgados pelo Centro de Inovação e Sustentabilidade de Mídia Local em 2017, 2018 e 2020 reunindo estudos que se desdobraram a partir da temática.

A proposta aqui foi identificar o que deu origem ao que foi denominado como **desertos de notícias**, suas possíveis consequências e uso. Também foram realizadas buscas em diferentes bases de dados com produções científicas brasileiras que utilizaram o conceito. No Brasil, a expressão começou a ser explorada em 2017 pelo Atlas da Notícia<sup>1</sup>. Nas produções da academia, a busca pelo uso do conceito foi realizada em anais de três dos principais congressos nacionais de comunicação: Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação); SBPJor (Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo); e Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação). No Google Acadêmico foram levantados artigos em periódicos, trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses.

Tendo em conta que a organização geográfica do Brasil difere dos Estados Unidos, assim como as características culturais, sociais, políticas e econômicas que resultaram no surgimento do conceito **desertos de notícias** e suas implicações para o contexto norte-americano de mídia, as particularidades brasileiras são essenciais na aplicação do conceito entre nós, principalmente, em relação ao meio que produz volume mais expressivo de informação local. Se nos Estados Unidos os pequenos jornais impressos locais foram responsáveis por fornecer a maior parte das notícias, no Brasil há predominância do rádio como veículo essencialmente local.

Este texto se divide em três partes: a primeira aborda o surgimento do conceito e sua evolução nos relatórios anuais nos EUA; a segunda localiza e classifica os artigos de autores brasileiros que usam o termo “desertos de notícias”; a terceira traz reflexões sobre indícios e elementos encontrados



2 Disponível em: <https://www.usnewsdeserts.com/reports/>. Acesso em: 8 jan. 2021.

3 The Rise of a New Media Baron and The Emerging Threat of News Deserts.

4 *Over the past decade, a new media baron has emerged in the United States. Private equity funds, hedge funds and other newly formed investment partnerships have swooped in to buy — and actively manage — newspapers all over the country. These new owners are very different from the newspaper publishers that preceded them. For the most part they lack journalism experience or the sense of civic mission traditionally embraced by publishers and editors. Newspapers represent only a fraction of their vast business portfolios — ranging from golf courses to subprime lenders — worth hundreds of millions, even billions, of dollars. Their mission is to make money for their investors, so they operate with a short-term, earnings-first focus and are prepared to get rid of any holdings — including newspapers — that fail to produce what they judge to be an adequate profit.*

na aplicação do conceito. O levantamento pretendeu responder às seguintes questões: Como o conceito de desertos de notícias evoluiu nos relatórios do Centro de Inovação e Sustentabilidade de Mídia Local? De que maneira os apontamentos dos relatórios podem servir como base para pesquisas no território brasileiro? De que maneira as produções que utilizam os **desertos de notícias** como tema central ou correlato entendem a sua aplicação no Brasil?

### Origem do conceito

O Centro de Inovação e Sustentabilidade de Mídia Local da Escola de Mídia e Jornalismo na Universidade da Carolina do Norte (EUA) produz desde 2016 relatórios anuais sobre desertos de notícias<sup>2</sup>. O primeiro deles, intitulado **A ascensão de um novo barão da mídia e a ameaça emergente aos desertos de notícias**,<sup>3</sup> apresenta a origem do conceito. O relatório se baseou em análises de dois bancos de dados que rastream jornalistas americanos e coletaram informações durante um período de 12 anos em mais de 9.500 jornais locais. O objetivo foi localizar e identificar formas de sobrevivência da comunicação local que, de acordo com Abernathy (2016), fornece até 85% das notícias que “alimentam a democracia” nas escalas estadual e local. Para a pesquisadora, a presença da imprensa nessas escalas está intrinsecamente ligada à qualidade de vida nas comunidades.

O primeiro estudo ocorreu em meio a mudanças na propriedade de mídia nos Estados Unidos, quando surgiu um novo tipo de “dono de jornal”, diferente dos editores tradicionais, que tentavam equilibrar os interesses comerciais com a responsabilidade cívica junto às comunidades (ABERNATHY, 2016). Assim apareceu um novo “barão da mídia”.

Na última década, um novo barão da mídia surgiu nos Estados Unidos. Fundos de investimentos, de previdência privada e outras formas de investimento recém-criadas surgiram para comprar - e efetivamente gerenciar - jornais em todo o país. Esses novos proprietários são muito diferentes dos editores de jornais que os precederam. Na maioria das vezes, não têm experiência em jornalismo ou o senso de missão cívica tradicionalmente adotado por editores. Os jornais representam apenas uma fração dos vastos portfólios de negócios dessas empresas. Têm como missão gerar dinheiro para os seus investidores, então operam em curto prazo, com foco nas receitas em primeiro lugar, e estão preparados para se livrar de quaisquer participações - incluindo jornais - que não produzam o que julgam ser lucro adequado (ABERNATHY, 2016, p. 7, tradução nossa).<sup>4</sup>

O conceito de **desertos de notícias** aparece no registro de alguns desdobramentos apontados pela pesquisa. Desde 2004, mais de um terço dos jornais nos EUA mudou de proprietário, alguns deles vendidos duas ou mais

5 Gannett, Knight Ridder, Advance Publications, Tribune Publishing, MediaNews Group, Journal Register Co., Hearst Corporation, McClatchy, EW Scripps, Media General.

6 *The large investment groups tend to employ a standard formula in managing their newspapers — aggressive cost cutting paired with revenue increases and financial restructuring, including bankruptcy. Most have financed acquisitions with significant debt. To reduce costs, the new media barons have typically laid off staff, frozen wages, reduced benefits and consolidated sales and editorial functions. With revenues and profits still declining, much initial cost cutting has been painful, but necessary — and may have actually saved some newspapers in the short term. However, for the most part, profits derived from cost cutting have not been reinvested to improve their newspapers' journalism, but used instead to pay loans, management fees and shareholder dividends.*

7 *Thwarting the emergence of news deserts.*

vezes. Diante do declínio nas receitas, muitos proprietários tradicionais declararam falência ou decidiram vender seus negócios. Os dados mostram que centenas de jornais fecharam ou reduziram publicações antes diárias para semanais. A maioria dos jornais locais que sobreviveram (aproximadamente 8.000) foi de pequenos diários e semanários com tiragem inferior a 15 mil exemplares, muitos deles as principais ou a única fonte de notícias locais. A perda gerou implicações para a saúde do jornalismo e, também, para a vitalidade das comunidades.

Ao mesmo tempo em que os jornais de pequeno porte desapareceram, as maiores empresas jornalísticas cresceram. No final de 2004, as maiores companhias dos EUA<sup>5</sup> administravam 487 jornais com uma tiragem combinada de 9,8 milhões de exemplares. Em 2016, essas companhias já reuniam cerca de 900 jornais com circulação combinada de 13 milhões de exemplares e um público abrangente que segue atraindo anunciantes. O relatório assinala que os grupos de investimentos, geograficamente concentrados, operavam mais de 1.000 jornais em 42 estados (cerca de 15% de todos os jornais nos Estados Unidos). A adaptação ao formato digital foi a forma encontrada para enfrentar o problema

Os grandes grupos de investimento tendem a empregar uma fórmula padrão em gerenciando seus jornais - corte agressivo de custos junto com aumento de receita e reestruturação financeira, incluindo falência. Para reduzir custos, os barões da nova mídia normalmente dispensam funcionários, congelam salários, reduzem benefícios e vendas consolidadas e funções editoriais. No entanto, na maior parte, os lucros derivados do corte de custos têm não foi reinvestido para melhorar o jornalismo de seus jornais, mas usado em vez de pagar empréstimos, taxas de administração e dividendos aos acionistas. (ABERNATHY, 2016, p. 8, tradução nossa).<sup>6</sup>

Desde a primeira publicação sobre os **desertos de notícias** em 2016, a Escola de Mídia e Jornalismo na Universidade da Carolina do Norte manteve o registro do desaparecimento de jornais e expandiu as informações no banco de dados proprietário para mais de 9.000 títulos. O conceito gerou percepções ampliadas nos relatórios posteriores, com a inclusão de camadas contendo informações de associações de imprensas estaduais, regionais, nacionais e de uma rede independente online, e também informações recolhidas em entrevistas com profissionais autônomos. Camadas demográficas, de políticas públicas e de dados econômicos oficiais foram agregados a esse material.

O relatório de 2017, **Impedindo o surgimento dos desertos de notícias**<sup>7</sup>, oferece uma perspectiva diferente sobre as possibilidades e obstáculos que jornais e comunidades em todos os Estados Unidos enfrentaram no processo de desaparecimento dos veículos locais. O relatório explora a conexão entre o jornalismo local e as condições existentes nas comunidades do estado da Carolina do Norte. Para tanto, apresenta estudos que utilizaram

8 *The Expanding News Desert.*

9 *The Loss of Local News.*

10 *The Enduring Legacy of Our New Media Barons.*

11 *As hundreds of small weeklies and dozens of dailies vanished from the U.S. news landscape in recent years, thousands of other dailies and weeklies became shells, or "ghosts," of their former selves. Many of these papers are still published – sometimes under the same name as in the past – but the quality, quantity and scope of their editorial content are significantly diminished.*

o conceito em diferentes perspectivas: artigos sobre como jornais locais cobriram as eleições de 2016 e as consequências do furacão Matthew (2016); o fim de um jornal impresso que se tornou digital em uma comunidade no estado de Michigan; e o significado para uma comunidade americana do fechamento ou venda de um jornal local.

O relatório de 2018, **Os desertos de notícias em expansão**<sup>8</sup>, investiga as implicações para as comunidades sob risco de perder fontes locais de notícias confiáveis. Dividido em duas partes (“A perda de notícias locais”<sup>9</sup> e “O legado duradouro dos novos barões da mídia”<sup>10</sup>), explora a redução da mídia local e as implicações para comunidades e a democracia na abordagem das formas para impedir o aumento dos **desertos de notícias**. O estudo examina o predomínio dos grandes grupos, que compraram empresas menores de comunicação e provocaram o surgimento de **mídias fantasmas**. “Mais da metade de todos os jornais mudaram de proprietário na última década - alguns deles várias vezes e as 25 maiores redes de jornais possuem um terço de todos os jornais, incluindo dois terços dos 1.200 diários” (ABERNATHY, 2018, p. 8).

Segundo os dados apresentados, em um período de 14 anos (2004-2018) foi identificada a redução de 1.800 exemplares locais. O relatório também avalia esforços de outras mídias para preencher o “vazio” provocado pelo desaparecimento de um jornal local e avança sobre a aquisição de centenas de jornais por empresas de investimentos na mesma década. Para Abernathy (2018), o relatório é um exercício sobre a “democracia de base”, diante de notícias falsas e políticas divisionistas e reforça o jornalismo local, ao mostrar que as pessoas com menos acesso às notícias locais são frequentemente as mais vulneráveis, geralmente os mais pobres e aqueles com menos educação. Em períodos de grande circulação de notícias falsas, o desaparecimento dos jornais locais passou a representar uma ameaça à vitalidade das comunidades e para Abernathy (2018) muitos jornais que sobreviveram a essa perda se tornaram meros “fantasmas das suas antigas identidades”:

Enquanto centenas de pequenos semanários e dezenas de jornais diários desapareceram do cenário de notícias dos EUA nos últimos anos, milhares de outros diários e semanários se transformaram em “cascas” ou “fantasmas” de suas antigas identidades. Muitos desses jornais continuam a ser publicados - às vezes com o mesmo título original -, mas a qualidade, a quantidade e a abrangência de seu conteúdo editorial foram significativamente reduzidas (ABERNATHY, 2018, p. 24, tradução nossa).<sup>11</sup>

Sobre o processo de transformação de um jornal local em “mídia fantasma”, Abernathy sugere duas possibilidades:

Há dois caminhos para um jornal se tornar fantasma: no primeiro cenário, um pequeno diário ou jornal semanal, geralmente publicado em área metropolitana



12 *There are two paths to becoming a ghost newspaper: In one scenario, a weekly or small daily, often in a metro or suburban area, is purchased by a larger daily and slowly fades away as its news-gathering operations are merged with the larger paper's. In its final stages of life, the once stand-alone weekly transitions to a free-distribution shopper or an upbeat lifestyle and entertainment publication. [...] In the second scenario, newspapers become "ghosts" when their newsroom staffing is so dramatically pared back that the remaining journalists cannot adequately cover their communities.*

13 *News Deserts and Ghost Newspaper: Will local news survive?.*

14 *The News Landscape 2020: Transformed and Diminished.*

15 *The News Landscape of the Future: Transformed... and Renewed?.*

ou suburbana, é comprado por um jornal maior e desaparece lentamente na medida em que suas atividades de apuração de notícias entram no processo de fusão com a publicação que o comprou. Em seus estágios finais, o jornal se transforma em publicação semanal de distribuição gratuita geral ou em uma publicação cujo conteúdo se resume a entretenimento e estilo de vida. [...] No segundo cenário, os jornais se tornam "fantasmas" quando a redação é drasticamente reduzida e os jornalistas que restam não conseguem cobrir adequadamente suas comunidades. (ABERNATHY, 2018, p. 24, tradução nossa).<sup>12</sup>

Nesse cenário, vários empresários – de jornalistas em emissoras de TV a fundadores de sites digitais – experimentaram novos modelos de negócios e formas de fornecer notícias locais a centenas de comunidades que perderam seus jornais. A maioria dos empreendimentos foi agrupada no entorno de áreas metropolitanas e, com isso, entre 1.300 e 1.400 comunidades que mantinham jornais próprios em 2004 deixaram de ter cobertura de notícias locais em 2018.

O relatório de 2020 do Centro de Pesquisa e Inovação – **Desertos de notícias e jornal fantasma: as notícias locais irão sobreviver?**<sup>13</sup> – publicado já durante a pandemia de COVID-19, potencializa algumas das consequências apontadas nos relatórios anteriores: em apenas alguns meses, a pandemia e a recessão que se seguiu aceleraram a perda de notícias locais (ABERNATHY, 2020). A proposta do relatório foi apresentar como esse período se refletiu nos **desertos de notícias** de modo a avaliar o que pode ser feito para nutrir e reavivar a produção de notícias locais. O documento lista em duas seções as questões estruturais que contribuíram para o surgimento dos **desertos de notícias**: "O cenário de notícias 2020: transformado e diminuído"<sup>14</sup> e "O cenário de notícias do futuro: transformado... e renovado?"<sup>15</sup>. Além da perda de notícias locais, o relatório examina a publicidade, a circulação e o emprego em jornais nos últimos anos e retratos do cenário de notícias antes da pandemia; avalia o estado atual de jornais e de sites digitais locais, de organizações de notícias étnicas e de canais de transmissão pública; e trata da necessidade de uma "reimaginação" de soluções jornalísticas, empresariais, tecnológicas e políticas.

Ao documentar a transformação do cenário das notícias locais nos últimos 15 anos e explorar desafios e possíveis soluções, Abernathy (2020) prevê que mudanças nesse contexto exigem conscientização do papel que todos podem desempenhar no apoio ao renascimento das notícias locais.

## A aplicação do conceito no Brasil

O conceito começou a ser explorado entre nós em 2017 por meio do Atlas da Notícia, produzido em parceria com o Volt Data Lab, agência de jornalismo de investigação, análise e visualização de dados. A proposta de mapear

16 Disponível em: [https://www.cjr.org/local\\_news/american-news-deserts-donuts-local.php](https://www.cjr.org/local_news/american-news-deserts-donuts-local.php). Acesso em: 4 fev. 2021.

17 A busca nos anais da Compós englobou oito Grupos de Trabalhos (GTs): Comunicação e Cibercultura; Comunicação e Cidadania; Comunicação e política; Comunicação e sociabilidade; Cultura das mídias; Estudos de Jornalismo; Estudos de Televisão; Recepção, circulação e usos sociais das mídias.

18 A busca de trabalhos na Intercom englobou duas Divisões Temáticas (DTs): Jornalismo (1) e Estudos Interdisciplinares da Comunicação (2). A escolha se deu através da emenda de cada uma das DTs<sup>7</sup>. Dentro dessas duas divisões, a busca 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).

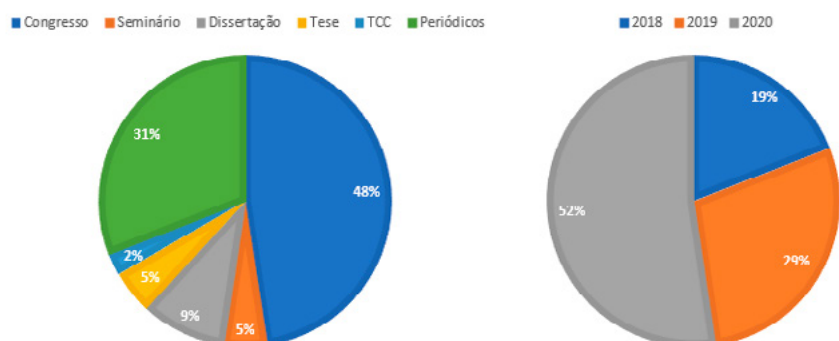
**Figura 1** - Modalidades dos textos coletados, por ano de produção.

**Fonte:** Elaborada pelos autores (2021).

veículos que produzem notícias, principalmente jornalismo local, se inspirou no projeto America's Growing News Deserts (2017) da revista *Columbia Journalism Review*<sup>16</sup>, que desenvolveu um mapa navegável para localizar os títulos de jornais locais existentes em praticamente todos os estados americanos. O material do Atlas divulgado em fevereiro de 2021 mostra que 3.280 municípios brasileiros são considerados **desertos de notícias**, o que corresponde a 59% do total e a pouco mais de 33 milhões de pessoas, enquanto 1.187 municípios (21%) são **quase desertos de notícias**, aqueles que correm risco de se tornarem **desertos** porque têm um ou dois veículos de comunicação local.

Além do Atlas foram levantados estudos que usam o conceito de **desertos de notícias**. Uma busca preliminar nos anais de 2017, 2018 e 2019 de dois congressos nacionais de comunicação e jornalismo (Intercom e SBPJor) localizou sete trabalhos com o conceito – dois apenas com menções e cinco em que foi explorado de forma mais efetiva (MARTINS, 2020). Para este artigo, a busca foi estendida para trabalhos de 2020, a fim de agregar dados quantitativos mais recentes. Também foram acrescentados os anais do congresso da Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação) e agregadas as produções publicadas em periódicos e armazenadas em bancos de dissertações e teses.

Em relação às produções científicas que mencionaram “desertos de notícias” foram localizados 42 trabalhos: 20 artigos em anais de congresso; 13 artigos em periódicos científicos; quatro dissertações de mestrado; duas teses de doutorado; dois textos apresentados em seminários e um trabalho de conclusão de curso. A busca considerou 2017 como ano inicial, data em que o conceito começou a ser explorado pelo Atlas da Notícia, mas estudos acadêmicos foram identificados somente a partir de 2018, como aponta a Figura 1. Outro ponto perceptível é o aumento no número de menções ao conceito com o passar dos anos. Pouco mais da metade dos trabalhos identificados (52%) foi produzida em 2020; e em 2019 houve crescimento também em relação a 2018.



Especificamente nos congressos de Comunicação, não foi localizada qualquer menção nos anais da Compós<sup>17</sup>, mas a partir de 2018 o conceito aparece em congressos da Intercom<sup>18</sup> e a partir de 2019 no congresso da



19 A busca por artigos no SBPJor se deu na modalidade Comunicações Livres.

SBPJor<sup>19</sup>. Em 2018 foram quatro artigos selecionados e apresentados no congresso da Intercom; em 2019 foram cinco textos – três no evento da Intercom e dois no da SBPJor; e, em 2020, 11 artigos – oito no congresso da Intercom e três no da SBPJor. Trata-se, portanto, de um conceito recente, ainda pouco explorado no Brasil, que passou a ser mais frequente a partir de 2020. O Atlas da Notícia tem papel importante na divulgação do termo, já que não foi identificada qualquer produção no país antes do seu uso, que por isso mesmo é a referência brasileira em todos os textos.

Além da menção e/ou do emprego do conceito buscamos na leitura dos trabalhos identificar aqueles que se aprofundaram na temática. Três grupos foram delimitados na quantificação: 1) artigos em que o termo é apenas mencionado; 2) artigos em que há alguma problematização do conceito; 3) artigos em que o conceito aparece como elemento central ou um dos elementos centrais.

**Tabela 1** - Distribuição quantitativa dos artigos que usam o conceito de desertos de notícias.

**Fonte:** Elaborada pelos autores (2021).

Forma	Quantitativo	Percentual
Apenas menção	17	40,4%
Problematização sobre o conceito	12	28,5%
Conceito como elemento central	13	30,9%

A principal diferença entre os artigos é que, naqueles em que o termo apenas é mencionado, serve mais como dado estatístico, seja para contextualizar o estudo em questão ou uma parcela dele. Nesses casos é comum usar o levantamento do Atlas da Notícia como fonte. Na segunda forma aparecem textos em que há algum tipo de problematização do conceito, como a escassez de jornalismo local/regional ou mapeamentos de veículos com produção jornalística em determinada região do território brasileiro. O terceiro tipo de quantificação reúne artigos em que o conceito é central (ou uma das referências centrais) no desenvolvimento dos argumentos. Em seis textos, inclusive, **desertos de notícias** fazem parte do título.

Entre os 13 artigos que exploram o conceito ele aparece associado a especificidades, como território em Moreira e Del Bianco (2018), ou a temáticas gerais que envolvem, por exemplo: a função social do rádio local nos desertos de notícias e a transição AM-FM (MEDEIROS; PRATA, 2019; MEDEIROS, 2020); a produção de conteúdo de prefeituras em municípios caracterizados como desertos de notícias (BENEZATH; REIS, 2020); jornalismo local em cidade do interior na cobertura da Covid-19 (JAVORSKI; BARGAS, 2020); produção laboratorial em localidades onde há escassez de jornalismo local (JAVORSKI; BARGAS; BARROSO, 2020); rede urbana como elemento relevante no mapeamento dos desertos de notícias (DEOLINDO, 2018; REIS, 2019; MARTINS, 2020).

20 Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101728>. Acesso em: 12 set. 2020.

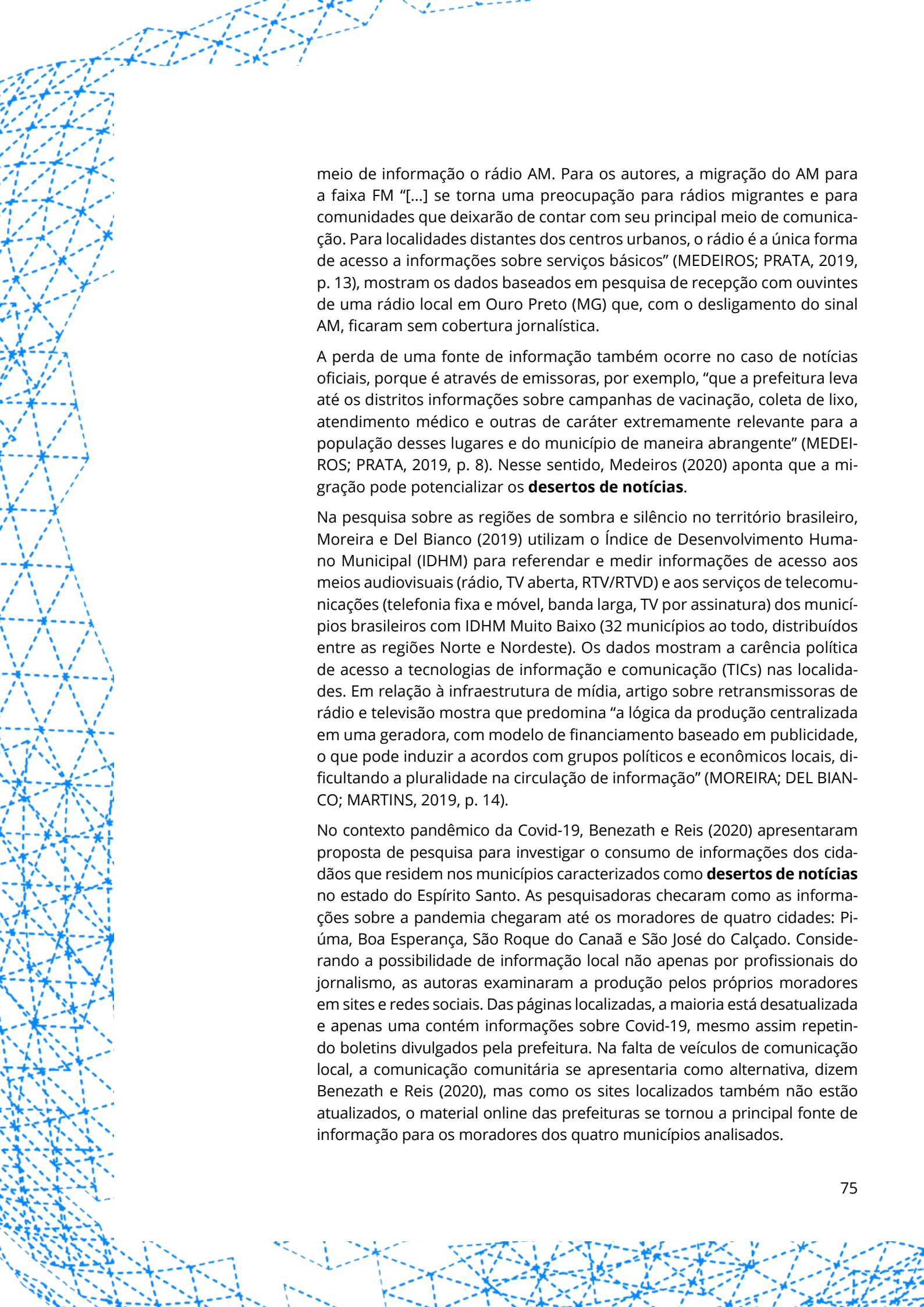
21 As análises temáticas apresentadas no último Regic foram: Gestão do território; Comércio e serviços; Instituições financeiras; Ensino superior; Saúde; Informação; Cultura e Esporte; Transporte; Atividades agropecuárias; e Ligações Internacionais.

## Apontamentos sobre estudos aplicados ao território brasileiro

A meta do levantamento bibliográfico e das leituras dos textos que mencionam os **desertos de notícias** é saber de que maneira o conceito tem sido utilizado no Brasil. O uso vinculado a regiões e estados brasileiros, desde as primeiras produções identificadas em 2018, mostra que é possível perceber alguns caminhos percorridos na aplicação do conceito. Deolindo (2018), na abordagem de **desertos de notícias**, afirma que é importante levar em consideração a origem, a demografia e a sua função na rede urbana. Ela entende que na classe das cidades pequenas há uma variedade de centros urbanos compondo realidades distintas que dependem das funções desempenhadas nesse espaço. Sob esse aspecto, a pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que tem o título 'Regiões de Influência das Cidades' (Regic), é essencial<sup>20</sup>. O Regic permite checar níveis de influências e estabelecer hierarquizações, com as cidades classificadas em Metrôpoles, Capitais Regionais, Centro Sub-Regionais, Centros de Zona e Centros Locais. No que diz respeito às temáticas levadas em consideração para a definição das centralidades das cidades, a "informação" é calculada pela presença dos veículos de mídia<sup>21</sup>.

Seguindo essa linha, Reis (2018), que usou como objeto de pesquisa três cidades médias na Amazônia Oriental – Imperatriz (MA), Araguaína (TO) e Marabá (PA) –, aponta a possibilidade de cidades caracterizadas como média darem suporte midiático a cidades menores que são desertos de notícias. Autora de um dos primeiros levantamentos a respeito, Reis (2019) mapeou os serviços de mídia na região Norte e reuniu dados quantitativos sobre duas cidades pequenas do Maranhão, Ribamar Fiquene e Lajeado Novo (que integram a região de influência de Imperatriz), para checar o consumo de informações nas duas localidades – uma caracterizada como **deserto de notícias** e outra como **quase deserto de notícias**. Ela observou que a mídia mais acessada pelos moradores das duas cidades maranhenses para obter notícias é a televisão, em especial telejornais nacionais. "Os telejornais de localidades vizinhas, como Imperatriz, tiveram 10 (5%) respostas e os de São Luís somaram 7 (4%) no total dos questionários. O Jornal da Mirante (JMTV) 1ª e 2ª edição foram os telejornais mais citados quando o assunto eram as notícias regionais" (REIS, 2019, p. 9).

O rádio continua como o principal meio de comunicação local no território brasileiro. O mapeamento de veículos realizado pelo Atlas da Notícia (2021) se distribuiu entre rádio, online, impresso e TV, com o rádio atingindo 33,6%, seguido de meios online (32,2%), impressos (24,7%) e TV (9,4%). O rádio tem, portanto, importante função social na veiculação de informações locais, confirmada por estudos que abordaram o processo de migração de rádio AM para FM no Brasil. Medeiros e Prata (2019) destacam que muitas localidades não têm acesso a sinal de televisão ou de telefone e, desse modo, as pessoas que residem nesses lugares acabam tendo como único



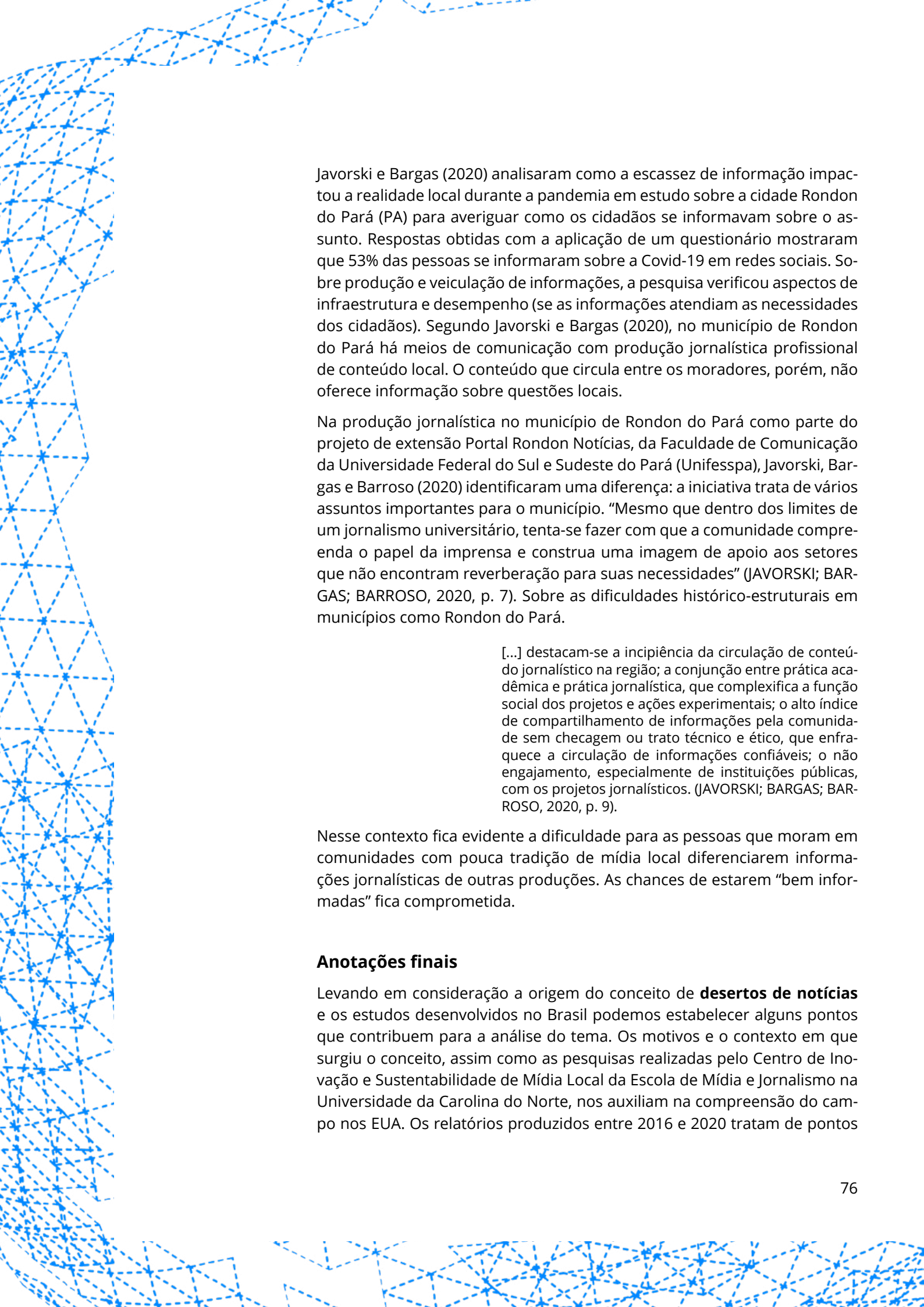
meio de informação o rádio AM. Para os autores, a migração do AM para a faixa FM “[...] se torna uma preocupação para rádios migrantes e para comunidades que deixarão de contar com seu principal meio de comunicação. Para localidades distantes dos centros urbanos, o rádio é a única forma de acesso a informações sobre serviços básicos” (MEDEIROS; PRATA, 2019, p. 13), mostram os dados baseados em pesquisa de recepção com ouvintes de uma rádio local em Ouro Preto (MG) que, com o desligamento do sinal AM, ficaram sem cobertura jornalística.

A perda de uma fonte de informação também ocorre no caso de notícias oficiais, porque é através de emissoras, por exemplo, “que a prefeitura leva até os distritos informações sobre campanhas de vacinação, coleta de lixo, atendimento médico e outras de caráter extremamente relevante para a população desses lugares e do município de maneira abrangente” (MEDEIROS; PRATA, 2019, p. 8). Nesse sentido, Medeiros (2020) aponta que a migração pode potencializar os **desertos de notícias**.

Na pesquisa sobre as regiões de sombra e silêncio no território brasileiro, Moreira e Del Bianco (2019) utilizam o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) para referendar e medir informações de acesso aos meios audiovisuais (rádio, TV aberta, RTV/RTVD) e aos serviços de telecomunicações (telefonia fixa e móvel, banda larga, TV por assinatura) dos municípios brasileiros com IDHM Muito Baixo (32 municípios ao todo, distribuídos entre as regiões Norte e Nordeste). Os dados mostram a carência política de acesso a tecnologias de informação e comunicação (TICs) nas localidades. Em relação à infraestrutura de mídia, artigo sobre retransmissoras de rádio e televisão mostra que predomina “a lógica da produção centralizada em uma geradora, com modelo de financiamento baseado em publicidade, o que pode induzir a acordos com grupos políticos e econômicos locais, dificultando a pluralidade na circulação de informação” (MOREIRA; DEL BIANCO; MARTINS, 2019, p. 14).

No contexto pandêmico da Covid-19, Benezath e Reis (2020) apresentaram proposta de pesquisa para investigar o consumo de informações dos cidadãos que residem nos municípios caracterizados como **desertos de notícias** no estado do Espírito Santo. As pesquisadoras checaram como as informações sobre a pandemia chegaram até os moradores de quatro cidades: Piúma, Boa Esperança, São Roque do Canaã e São José do Calçado. Considerando a possibilidade de informação local não apenas por profissionais do jornalismo, as autoras examinaram a produção pelos próprios moradores em sites e redes sociais. Das páginas localizadas, a maioria está desatualizada e apenas uma contém informações sobre Covid-19, mesmo assim repetindo boletins divulgados pela prefeitura. Na falta de veículos de comunicação local, a comunicação comunitária se apresentaria como alternativa, dizem Benezath e Reis (2020), mas como os sites localizados também não estão atualizados, o material online das prefeituras se tornou a principal fonte de informação para os moradores dos quatro municípios analisados.





Javorski e Bargas (2020) analisaram como a escassez de informação impactou a realidade local durante a pandemia em estudo sobre a cidade Rondon do Pará (PA) para averiguar como os cidadãos se informavam sobre o assunto. Respostas obtidas com a aplicação de um questionário mostraram que 53% das pessoas se informaram sobre a Covid-19 em redes sociais. Sobre produção e veiculação de informações, a pesquisa verificou aspectos de infraestrutura e desempenho (se as informações atendiam as necessidades dos cidadãos). Segundo Javorski e Bargas (2020), no município de Rondon do Pará há meios de comunicação com produção jornalística profissional de conteúdo local. O conteúdo que circula entre os moradores, porém, não oferece informação sobre questões locais.

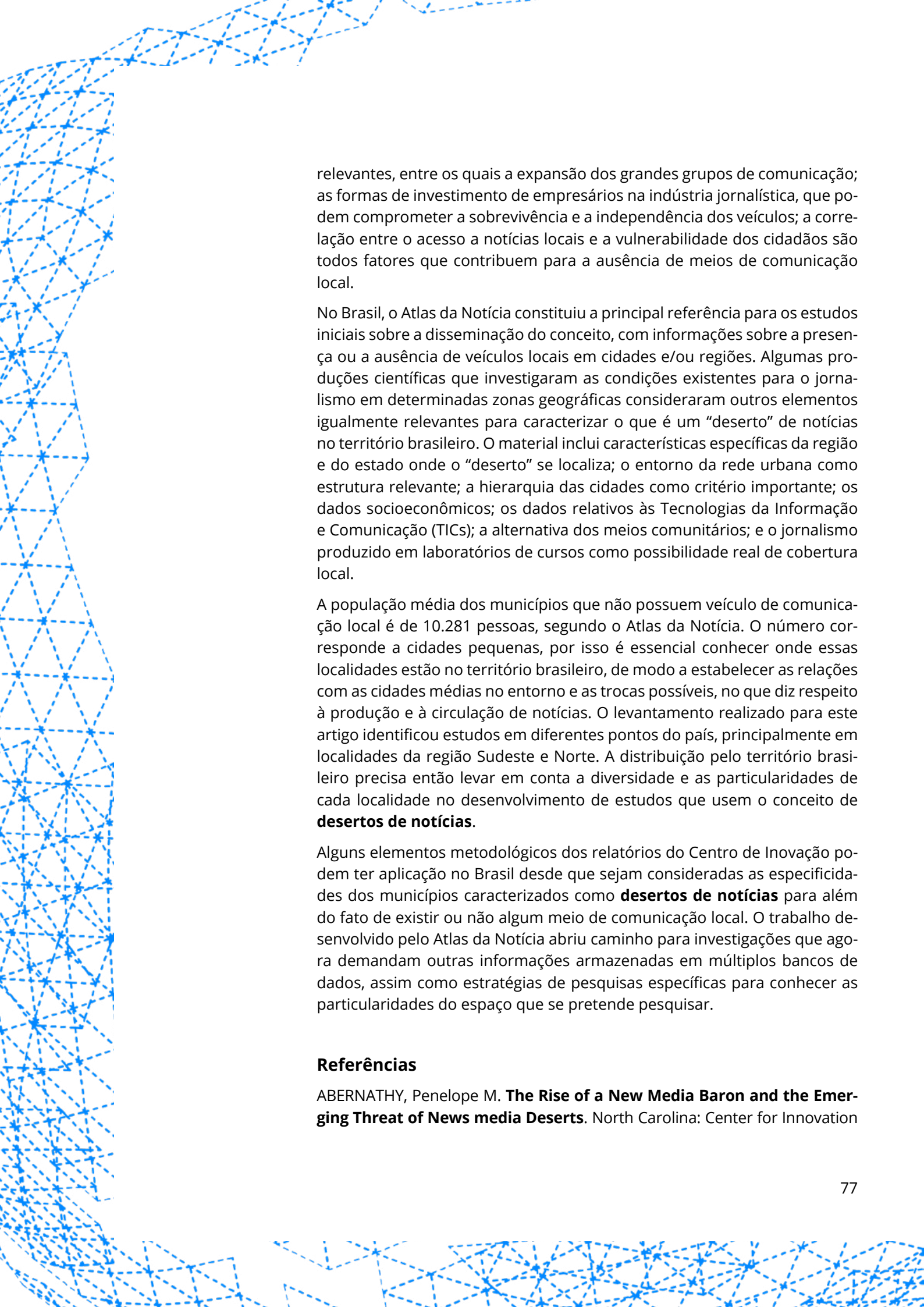
Na produção jornalística no município de Rondon do Pará como parte do projeto de extensão Portal Rondon Notícias, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (Unifesspa), Javorski, Bargas e Barroso (2020) identificaram uma diferença: a iniciativa trata de vários assuntos importantes para o município. “Mesmo que dentro dos limites de um jornalismo universitário, tenta-se fazer com que a comunidade compreenda o papel da imprensa e construa uma imagem de apoio aos setores que não encontram reverberação para suas necessidades” (JAVORSKI; BARGAS; BARROSO, 2020, p. 7). Sobre as dificuldades histórico-estruturais em municípios como Rondon do Pará.

[...] destacam-se a incipiência da circulação de conteúdo jornalístico na região; a conjugação entre prática acadêmica e prática jornalística, que complexifica a função social dos projetos e ações experimentais; o alto índice de compartilhamento de informações pela comunidade sem checagem ou trato técnico e ético, que enfraquece a circulação de informações confiáveis; o não engajamento, especialmente de instituições públicas, com os projetos jornalísticos. (JAVORSKI; BARGAS; BARROSO, 2020, p. 9).

Nesse contexto fica evidente a dificuldade para as pessoas que moram em comunidades com pouca tradição de mídia local diferenciarem informações jornalísticas de outras produções. As chances de estarem “bem informadas” fica comprometida.

### **Anotações finais**

Levando em consideração a origem do conceito de **desertos de notícias** e os estudos desenvolvidos no Brasil podemos estabelecer alguns pontos que contribuem para a análise do tema. Os motivos e o contexto em que surgiu o conceito, assim como as pesquisas realizadas pelo Centro de Inovação e Sustentabilidade de Mídia Local da Escola de Mídia e Jornalismo na Universidade da Carolina do Norte, nos auxiliam na compreensão do campo nos EUA. Os relatórios produzidos entre 2016 e 2020 tratam de pontos



relevantes, entre os quais a expansão dos grandes grupos de comunicação; as formas de investimento de empresários na indústria jornalística, que podem comprometer a sobrevivência e a independência dos veículos; a correlação entre o acesso a notícias locais e a vulnerabilidade dos cidadãos são todos fatores que contribuem para a ausência de meios de comunicação local.


No Brasil, o Atlas da Notícia constituiu a principal referência para os estudos iniciais sobre a disseminação do conceito, com informações sobre a presença ou a ausência de veículos locais em cidades e/ou regiões. Algumas produções científicas que investigaram as condições existentes para o jornalismo em determinadas zonas geográficas consideraram outros elementos igualmente relevantes para caracterizar o que é um “deserto” de notícias no território brasileiro. O material inclui características específicas da região e do estado onde o “deserto” se localiza; o entorno da rede urbana como estrutura relevante; a hierarquia das cidades como critério importante; os dados socioeconômicos; os dados relativos às Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs); a alternativa dos meios comunitários; e o jornalismo produzido em laboratórios de cursos como possibilidade real de cobertura local.

A população média dos municípios que não possuem veículo de comunicação local é de 10.281 pessoas, segundo o Atlas da Notícia. O número corresponde a cidades pequenas, por isso é essencial conhecer onde essas localidades estão no território brasileiro, de modo a estabelecer as relações com as cidades médias no entorno e as trocas possíveis, no que diz respeito à produção e à circulação de notícias. O levantamento realizado para este artigo identificou estudos em diferentes pontos do país, principalmente em localidades da região Sudeste e Norte. A distribuição pelo território brasileiro precisa então levar em conta a diversidade e as particularidades de cada localidade no desenvolvimento de estudos que usem o conceito de **desertos de notícias**.

Alguns elementos metodológicos dos relatórios do Centro de Inovação podem ter aplicação no Brasil desde que sejam consideradas as especificidades dos municípios caracterizados como **desertos de notícias** para além do fato de existir ou não algum meio de comunicação local. O trabalho desenvolvido pelo Atlas da Notícia abriu caminho para investigações que agora demandam outras informações armazenadas em múltiplos bancos de dados, assim como estratégias de pesquisas específicas para conhecer as particularidades do espaço que se pretende pesquisar.

## Referências

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



and Sus-tainability in Local Media, 2016. Disponível em: <https://www.usnews-deserts.com/reports/rise-new-media-baron/>. Acesso em: 15 ago. 2022.

ABERNATHY, Penelope M. **Thwarting the Emergence of News Deserts**. UNC Hussman School of Journalism and Media. North CarolinaThe University of North Carolina Press: Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2017. Disponível em: <https://www.usnewsdeserts.com/reports/thwarting-the-emergence-of-news-deserts/>. Acesso em: 15 ago. 2022.

ABERNATHY, Penelope M. **The Expanding News Desert**. North Carolina: Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2018. Disponível em: [https://www.cislm.org/wp-content/uploads/2018/10/The-Expanding-News-Desert-10\\_14-Web.pdf](https://www.cislm.org/wp-content/uploads/2018/10/The-Expanding-News-Desert-10_14-Web.pdf). Acesso em: 15 ago. 2022.

ABERNATHY, Penelope M. **News deserts and ghost newspapers: Will local news survive?** UNC Hussman School of Journalism and Media. North Carolina: Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2020. Disponível em: [usnewsdeserts.com/reports/news-deserts-and-ghost-newspapers-will-local-news-survive/](https://www.usnewsdeserts.com/reports/news-deserts-and-ghost-newspapers-will-local-news-survive/)

BENEZATH, Rita; REIS, Ruth. Uma análise da produção de conteúdo de prefeituras no deserto de notícias do Espírito Santo durante a pandemia. *In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 43., 2020. **Anais eletrônicos** [...]. Intercom, 2020.

DEOLINDO, Jacqueline da Silva. O deserto da notícia no interior Brasil - apontamentos para uma pesquisa. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 41., 2018. **Anais** [...] Joinville: Intercom, 2018.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Regiões de Influência das Cidades**. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101728>. Acesso em: 12 set. 2020.

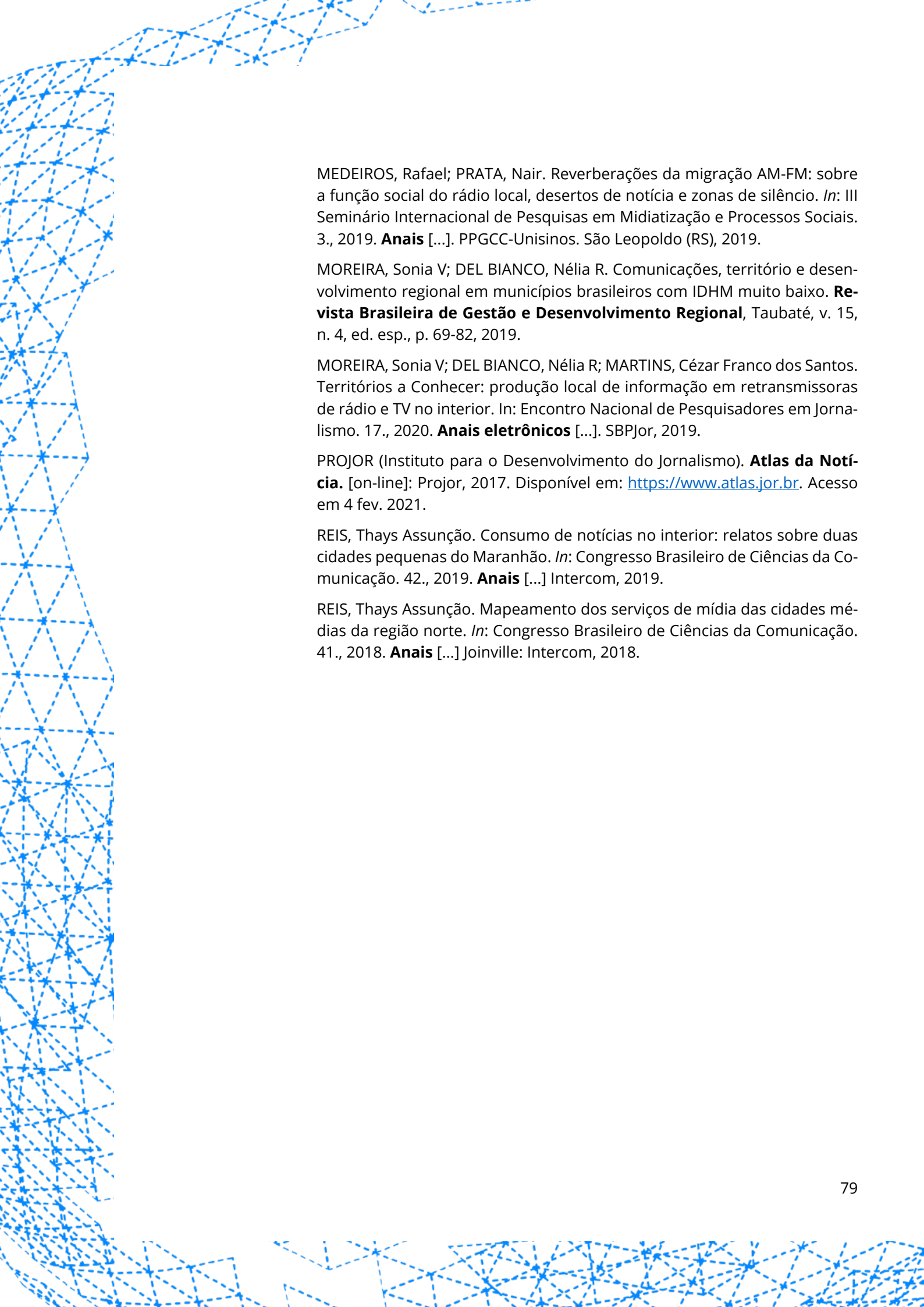
JAVORSKI, Elaine; BARGAS, Janine. A informação sobre a Covid-19 nos desertos de notícias: a relevância do jornalismo interior do Pará. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro,. 2020; v. 16,; n. 2,; p. 1-16, 2020.

JAVORSKI, Elaine; BARGAS, Janine; BARROSO, Lívia. Os desafios da produção jornalística laboratorial em um deserto de notícias. *In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 43., 2020. **Anais eletrônicos** [...]. Intercom, 2020.

MARTINS, César Franco dos Santos. Os desertos e quase desertos de notícias: produções e caminhos para um estudo. *In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. 18. 2020. **Anais** [...]. SBPJor, 2020.

MEDEIROS, Rafael. A função social do rádio local entre desertos de notícia e zonas de silêncio: reverberações da migração AM-FM. **Revista Latino-americana de Jornalismo**, Paraíba, v. 7, n. 1, p. 260-278, 2020.





MEDEIROS, Rafael; PRATA, Nair. Reverberações da migração AM-FM: sobre a função social do rádio local, desertos de notícia e zonas de silêncio. *In*: III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. 3., 2019. **Anais** [...]. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo (RS), 2019.

MOREIRA, Sonia V; DEL BIANCO, Nélia R. Comunicações, território e desenvolvimento regional em municípios brasileiros com IDHM muito baixo. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v. 15, n. 4, ed. esp., p. 69-82, 2019.

MOREIRA, Sonia V; DEL BIANCO, Nélia R; MARTINS, César Franco dos Santos. Territórios a Conhecer: produção local de informação em retransmissoras de rádio e TV no interior. *In*: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. 17., 2020. **Anais eletrônicos** [...]. SBPJor, 2019.

PROJOR (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo). **Atlas da Notícia**. [on-line]: Projor, 2017. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br>. Acesso em 4 fev. 2021.

REIS, Thays Assunção. Consumo de notícias no interior: relatos sobre duas cidades pequenas do Maranhão. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 42., 2019. **Anais** [...]. Intercom, 2019.

REIS, Thays Assunção. Mapeamento dos serviços de mídia das cidades médias da região norte. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 41., 2018. **Anais** [...]. Joinville: Intercom, 2018.