

**Desertos de notícias na região metropolitana de Sorocaba:
análise e aplicação de uma proposta teórica**

*News deserts in the Sorocaba metropolitan region:
analysis and application of a theoretical proposal*

Carlos Carvalho CAVALHEIRO¹
Paulo Celso da SILVA²

Resumo

O estudo tem como tema a mídia local na Região Metropolitana de Sorocaba abrangendo as cidades do limite imediato com a cidade-sede. Nesse sentido, o artigo se debruça sobre as seguintes questões: Podemos considerar a existência do deserto de notícias somente considerando a não existência de veículos de comunicação no local, como sugere a teoria de Penelope Muse Abernathy? Ou as particularidades locais teriam outro peso conceitual? O objetivo é compreender a dimensão conceitual de mídia local, mídia do interior e deserto de notícias e analisar algumas cidades da Região Metropolitana de Sorocaba para verificar se realmente existem “desertos de notícias”. Como metodologia utilizou-se do levantamento dos veículos de informação nas cidades por meio de consulta aos órgãos oficiais bem como se fez do uso de pesquisa bibliográfica. A relevância do artigo incide no fato de desvelar a existência de possíveis desertos de notícias em uma das regiões metropolitanas do Estado de São Paulo.

Palavras-chave: Desertos de notícias. Região metropolitana de sorocaba. Mídia do interior.

Abstract

This study focuses on local media within the Sorocaba Metropolitan Region, encompassing the cities adjacent to the main city. The article addresses the following questions: Can we consider the existence of news deserts solely based on the absence of media outlets, as suggested by Penelope Muse Abernathy's theory? Or do local particularities carry different conceptual weight? The aim is to comprehend the conceptual dimensions of local media, media of medium-sized cities, and news deserts, and to analyze several cities in the Sorocaba Metropolitan Region to determine the existence of "news deserts." The methodology employed involved surveying information sources in these cities through consultations with official agencies and utilizing bibliographic research. The relevance of this article lies in uncovering the potential existence of news deserts in one of the metropolitan regions of the State of São Paulo.

Keywords: News deserts. Sorocaba metropolitan region. Media of medium-sized cities.

¹ Doutorando em Comunicação e Cultura pelo PPGCOMCUL - Universidade de Sorocaba.
E-mail: carlosccavalheiro@gmail.com

² Doutor em Geografia Humana pela Universidade de São Paulo e Professor do PPPGCOMCUL -
Universidade de Sorocaba. E-mail: paulo.silva@prof.uniso.br

Introdução

Os estudos abordando e/ou utilizando o conceito de deserto de notícia no Brasil, iniciam quase simultaneamente ao lançamento do livro de Penelope Muse Abernathy, em 2016, no qual, o conceito é tratado para os contextos estadunidenses da comunicação. Segundo Coutinho, Moreira e Martins, que se dedicaram a identificar o uso do conceito, o Atlas da Notícia foi o primeiro a empregá-lo, em 2017 (2022, p. 67). Os autores concluem que é possível trabalhar com esse conceito “desde que sejam consideradas as especificidades dos municípios caracterizados como desertos de notícias, além da mera existência ou inexistência de meios de comunicação locais” (2022, p. 77).

Seguindo esta trilha, este trabalho tem como objetivo compreender, no contexto contemporâneo, o conceito de Região Metropolitana, avaliando sua aplicabilidade ao conglomerado de cidades que integram a área de Sorocaba. Em seguida, pretende-se considerar Sorocaba como uma cidade média e, por fim, analisar como a interação entre os conceitos de região metropolitana, cidade média e desertos de notícias pode ser abordada no caso específico em questão.

Tais relações feitas no estudo justificam-se, por essas imbricações favorecerem pensar a complexidade dos lugares e deixarem aflorar as especificidades de uma comunicação local entendida com “um processo em que identidade, lugar, cotidiano e proximidade são as principais características. Surgem assim, duas ordens de comunicação distintas, porém interligadas: uma global e outra local” (Silva, 2010, p.283).

Esta por sua vez, implica na maneira como a mídia local pode ser compreendida no contexto de ter ou não deserto de notícia. Indicamos que para mídia entenderemos “o corolário da evolução histórica das técnicas e constitui-se por definição na ampliação espaço-temporal das possibilidades e potencialidades comunicacionais” (Leite, Silva, 2014, p. 177).

No artigo, são apresentadas comparações entre aquilo que é citado no Atlas da Notícia e o que pesquisamos nas fontes oficiais das cidades para encaminhar com as análises e conclusão do estudo feito.

Do que falamos quando falamos de região metropolitana?

Com esta ampla questão, Oriol Estela Barnet (2024) nos propõe uma reflexão acerca das cidades e, no caso específico do seu artigo, de Barcelona na Espanha.

Interessamos aqui, dada a especificidade da RM Sorocaba, compreender as possibilidades de chegarmos ao consenso do que seria a Região e repensar conceitualmente as cidades médias e pequenas para além do critério de expansão territorial ou demográfico, mas considerando relações sociais e culturais que ampliam o entendimento das cidades. Obviamente não vamos comparar regiões metropolitanas tão díspares, como é o caso de Sorocaba com Barcelona, seja em número de habitantes, desenvolvimento social e tecnológico³, mas nos apropriamos de suas reflexões para pensar nosso tema.

Assim, em uma primeira consideração podemos aceitar que:

diferenciamos os conceitos de cidade e metrópole, normalmente considerando que uma metrópole é um conglomerado de cidades inter-relacionadas. No entanto, aqui entra em cena a habitual confusão entre cidade e município, entre o espaço das relações cotidianas e os limites administrativos. Uma metrópole deveria ser considerada, na verdade, como uma cidade extensa e contínua que integraria vários núcleos urbanos que podem pertencer a municípios distintos ou não. O que importa é a funcionalidade do conjunto, e não o número de municípios.⁴ (Estela Barnet, 2024, p.21)

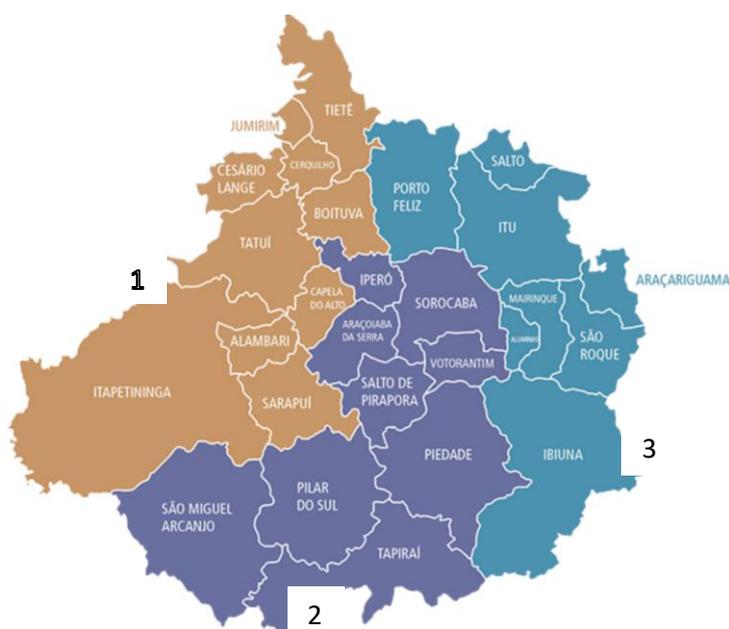
Com base nessa definição simples de metrópole, encontramos a primeira diferenciação quanto à Sorocaba: talvez ela poderia ser considerada como uma metrópole regional se aceitarmos que oferece prestações de serviços, mídia, educação, saúde, comércios etc., para muitas cidades. Contudo, não se aplica para o critério de

³ Para acesso aos dados relativos às duas cidades podem ser consultados os sites oficiais para Sorocaba: <https://agemSORocaba.sp.gov.br>; e para Barcelona <https://ajuntament.barcelona.cat/ca/>. Acesso em 30 set. 2024.

⁴ No original: diferenciamos los conceptos de ciudad y metrópoli, normalmente considerando que una metrópoli es un conglomerado de ciudades interrelacionadas. Pero ahí entra en juego la habitual confusión entre ciudad y municipio, entre espacio de relaciones cotidianas y límites administrativos. Una metrópoli debería ser considerada, en realidad, una ciudad extensa y continua que integraría varios núcleos urbanos que pueden pertenecer a municipios distintos o no. Importa la funcionalidad del conjunto, no el número de municipios. ESTELA BARNET, Oriol. ¿De qué hablamos cuando hablamos de región metropolitana? Revista Metropolis Barcelona N131 - JUL 2024, p. 21.

contiguidade territorial e, podemos inclusive inferir, que nem mesmo cultural. A criação da Região Metropolitana de Sorocaba foi um ato político de interesses diversos (aprovada pelo governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, então do PSDB) os quais aparecem subdivididos em três sub-regiões representadas abaixo:

Figura 1- região metropolitana de Sorocaba divisão sub-regional.



Fonte: <https://www.emtu.sp.gov.br/emtu/institucional/quem-somos/sorocaba.fss>

A subdivisão regional criou as “sub-metrópoles” de Tatuí para a sub-região um e Itú para a sub-região dois e Sorocaba para a três, sendo Sorocaba a que mais se aproximaria daquilo que o conceito de metrópole indica. A Região metropolitana de Sorocaba é, desde o início, gestada pelo Conselho de Desenvolvimento da Região Metropolitana de Sorocaba, atualmente presidida pelo prefeito de São Roque, Guto Issa e o prefeito de Iperó Leonardo Folim como vice-presidente, ambos eleitos por um ano em dezembro de 2023.

Interessante lembrar que, quando a Região metropolitana de Sorocaba é pensada em 2005, Saskia Sassen vai teorizar acerca de uma nova geografia da centralidade e marginalidade (2007, p. 95) indicando que no entorno das redes globais e regionais de cidades se formava um cinturão periférico de cidades industriais que perderiam, gradativamente, sua importância na economia global (2007, p. 96), ou seja, o globalização

já acentuava e deixava as claras que algumas porções do globo - cidade e/ou regiões - seriam, agora com mais efetividade, áreas de comando e outras de execução das ordens do capitalismo global.

Com isso e na tentativa de responder à pergunta inicial proposta, podemos aceitar que estamos tratando de um aglomerado de cidades, unidas/conectadas por interesses políticos do capitalismo tradicional, nacional e internacional, operando em uma área periférica que executa as ordens do capital global (Silva, 2022).

Nesse processo faz-se necessário definir com mais precisão os conceitos que utilizamos. Além do conceito de Região Metropolitana, cabe pensar também o de cidades médias e, sem dúvida, o de deserto de notícias que não podem ser assumidos sem questionamentos.

A geógrafa Maria Encarnação Sposito ressalta que a metrópole integra necessariamente dois aspectos: a estrutura de controle político e econômico e a dinâmica social, caracterizada pelo anonimato e pela diversidade cultural. Essa complexidade social, com grupos humanos distintos, resulta em um ambiente cosmopolita, uma vez que a vida metropolitana é marcada pelas mais diversas interações.

Baseados na proposta de Sposito podemos indicar que Sorocaba não é uma metrópole pois, assim como Presidente Prudente, Marília ou Uberlândia, entre outras, Sorocaba têm uma elite bastante restrita, ou seja não tem hegemonia política nos cenários decisórios nacionais e internacionais. Essa chamada elite econômica e política consiste em um número proporcionalmente pequeno de atores, famílias e grupos, o que propicia relações de poder e controle distintas em comparação com as metrópoles. Nas grandes cidades, existe uma ampla diversidade de atores, incluindo movimentos sociais e interessados com variados objetivos que atuam em escalas que se relacionam entre o local e o global (2017), em um movimento dialético e, portanto, contraditório de produção e reprodução dos territórios.

Os pesquisadores Thiago Hoshino e Rosa Moura (2019, p. 373-376) em seus estudos propõem que, estas cidades, transformadas em sedes de regiões metropolitanas por forças políticas são “regiões metropolitanas, sem metrópole”, que ao mesmo tempo em que aparenta uma contradição, também retrata o que ocorre na política de produção e reprodução dos territórios. Sposito faz a ressalva afirmando com

Rosa Moura, que usou uma expressão num texto que eu também gosto muito. O Brasil desde que mudou a exigência para se criar regiões metropolitanas, tinha que se aprovar isso no Congresso Nacional, descentralizou essa decisão para as Assembleias Legislativas, muitas delas criaram regiões metropolitanas e ela cunhou uma expressão que eu acho muito boa: são regiões metropolitanas, sem metrópole. Porque uma coisa é você ir na Assembleia Legislativa e convencer os deputados que aquela região é poderosa, que aquela região está crescendo, que ela está se desenvolvendo e conseguir o número de votos para aprovar. Outra coisa, de fato, é essas cidades terem um papel metropolitano. O que é o papel metropolitano? É um papel de comando na rede urbana, que é dada para cidades que estão no topo de uma dada hierarquia, que compreende, para o caso brasileiro, grandes regiões, como as metrópoles regionais brasileiras, como Curitiba, Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife, Fortaleza, ou uma abrangência nacional como o caso de São Paulo ou Rio de Janeiro (Sposito, 2017).

Isso posto, em não sendo uma metrópole, vamos aqui considerar Sorocaba como uma cidade média do Estado de São Paulo, e, ainda, apoiados nos estudos de Maria Encarnação Sposito para quem a

cidade média é pensada como uma espécie de elo entre aquilo que é o comando da hierarquia urbana e a base, quer dizer, as cidades pequenas, pelo tamanho, elas não têm bens e serviços em diversidade muito grande, então elas vão ser servidas, seus moradores também vão ser servidos desses bens e serviços nessas cidades intermediárias, já que essa população está distante da metrópole e não vai poder ascender à metrópole para serviços, como serviços de saúde, ensino superior, enfim (2017).

Maria Encarnação Beltrão Sposito define cidade média em suas pesquisas como um espaço urbano que apresenta características específicas de desenvolvimento econômico, social e cultural, situando-se entre cidades pequenas e grandes metrópoles.

Em suas discussões, ela menciona que as cidades médias desempenham um papel crucial nas redes urbanas, pois servem como centros regionais que influenciam a dinâmica socioeconômica de áreas adjacentes. Sposito também destaca que as cidades médias são importantes para entender as transformações urbanas no Brasil contemporâneo, enfatizando sua relevância no contexto das novas centralidades urbanas e na organização do espaço capitalista.

Na dialética entre o ser ou não ser, efetivamente, uma Região Metropolitana e estar na hierarquia das cidades médias com suas elites locais em relação com interesses atores nacionais e globais, surge a possibilidade de pensar as mídias. É no bojo desse

processo que os “desertos de notícias” tupiniquins começam a ser gestados pelos interesses do grande capital, contudo, mantendo as particularidades de cada território e dos atores que dele participam e interagem, como veremos adiante no caso de algumas cidades participantes da região metropolitana de Sorocaba.

Acerca de uma teoria para os desertos de notícias

Em 2016, Penelope Muse Abernathy lançou o livro *The Rise Of A New Media Baron And The Emerging Threat Of News Deserts* (O nascimento de um novo barão da mídia e a ameaça emergente dos desertos de notícias) em que analisa os “milhares de outros jornais neste país que cobrem as notícias de suas pequenas cidades, bairros urbanos, subúrbios em crescimento e grandes áreas metropolitanas” (Abernathy, 2016, p. 6).

A preocupação de Abernathy estava calcada na eminência do fechamento dos jornais das pequenas cidades. O desenvolvimento de novas tecnologias, concorrendo com os jornais impressos, assim como o desinteresse de anunciantes e leitores ameaçavam a existência dos jornais em pequenas cidades ou comunidades dos Estados Unidos.

Entretanto, a preocupação maior de Abernathy não se restringia ao aspecto cultural ou mesmo econômico, mas sim no impacto em que incidiriam tais fechamentos de jornais locais. Para ela, o fechamento dos jornais implica no desaparecimento dos editores tradicionais que mantinham um vínculo com sua comunidade, os “quais buscavam equilibrar os interesses comerciais com a responsabilidade cívica para com a comunidade onde seu jornal estava localizado” (Abernathy, 2016, p. 6).

A autora entende que isso trará consequências drásticas não somente para as pequenas comunidades, mas, sobretudo, para o próprio país.

Desse modo, Abernathy (2016, p. 39) questiona:

Em estados e algumas grandes cidades, organizações de notícias online de nicho surgiram para preencher as lacunas deixadas pela redução dos jornais metropolitanos. Mas para os residentes em cidades e vilarejos menores, de Goldsboro, na Carolina do Norte, a Minot, na Dakota do Norte, a internet oferece pouca cobertura substancial de eventos e questões de interesse e importância cotidiana. A menos que os jornais locais nessas comunidades se reconstruam e sustentem sua cobertura online, quem prestará atenção às ações do conselho municipal, ao sucesso das escolas locais ou à segurança do abastecimento de água da cidade?

Utilizando-se do mesmo conceito de “desertos de notícias”, de acordo com a teoria de Abernathy, o Atlas da Notícia teve a pretensão de mapear “todos os veículos jornalísticos no território brasileiro” (Relatório Atlas da Notícia, 2023, p. 5).

Utilizando-se das informações disponíveis no Atlas da Notícia, cruzamos as informações com o levantamento realizado nas prefeituras de cidades da Região Metropolitana de Sorocaba e, a partir disso, refletimos sobre a consideração da existência ou não de desertos de notícias dentro da realidade brasileira. Em outras palavras, se a inexistência de veículos de comunicação em uma localidade é dado suficiente para se afirmar a existência de desertos de notícias ou se devem ser consideradas as particularidades de cada localidade.

Os “desertos de notícias” na Região Metropolitana

Como forma de obtenção de informação sobre a existência ou não de desertos de notícias, foram dirigidas às prefeituras das 27 cidades que compõem a Região Metropolitana de Sorocaba requerimentos solicitando dados sobre a existência de veículos de comunicação e informação na localidade (jornais impressos, estações de rádio locais e emissoras de televisão).

Os pedidos de informações foram realizados entre os dias 16 e 25 de setembro de 2024. Dentre as 27 cidades consultadas, apenas 9 enviaram informações: Boituva, Cesário Lange, Ibiúna, Itapetininga, Mairinque, Piedade, Salto de Pirapora, Sarapuí e Tapiraí. Dessas, as que afirmaram não existir nenhum veículo de comunicação foram Sarapuí e Salto de Pirapora.

A priori, essas cidades se constituiriam como “desertos de notícias”. No entanto, a informação sobre a cidade de Salto de Pirapora está divergente com o que consta no Atlas, conforme a figura abaixo:

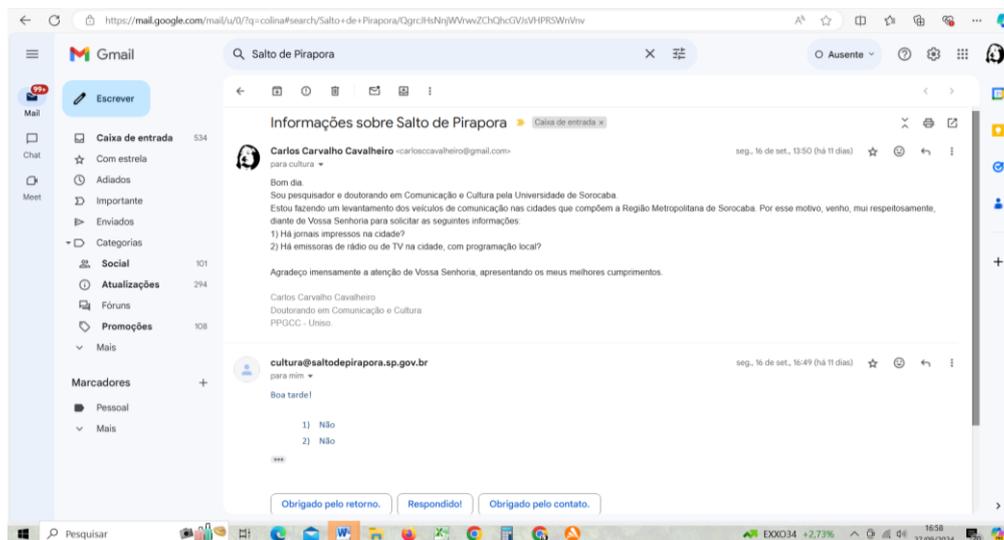
Figura 2 - Extrato de consulta ao Atlas de Notícias.

id	Nome do Veículo	Fonte	Segmento	Município	Cód. Mun. (IBGE)	UF	Região	Núm. Funcionários	Periodicidade	Ativo	Data de Atualização	Data de Fechamento
17042	RÁDIO TRANSVERSAL FM 105.9	Atlas da Notícia	radio	Salto de Pirapora	3545308	SP	Sudeste		diária	Ativo	2022-02-13T00:50:51Z	
17043	JORNAL DA CIDADE	Atlas da Notícia	impresso	Salto de Pirapora	3545308	SP	Sudeste		mensal	Ativo	2022-02-13T01:00:33Z	

Fonte: imagem reproduzida do Atlas da Notícia (2024)

De acordo com o Atlas das Notícias, a cidade de Salto de Pirapora não se constitui como deserto de notícias (dados de 2022, referentes à edição mais recente do Atlas). A resposta oficial dada em 2024 aponta que esse município poderia sim se constituir em um deserto de notícias:

Figura 3 - Extrato de mensagem de Correio eletrônico.



Fonte: imagem reproduzida do Gmail dos autores (2024)

Nesse sentido, levanta-se uma hipótese: a de que os desertos de notícias não são situações definitivas, mas, antes, flexíveis em decorrência de diversas circunstâncias. São situações transitórias e não permanentes. Os próprios dados de 2023 divulgados pelo Atlas das Notícias apontou uma redução de 8,6% dos desertos de notícias. Com isso, de acordo com o que publicou o site da Apjor (Associação Profissão Jornalista),

Pela primeira vez, desde que começou a mapear o jornalismo local no Brasil em 2017, o Atlas da Notícia registrou uma virada: sua sexta edição constatou menos desertos de notícias do que cidades com ao menos um veículo *jornalístico* para servir a sua população. Por que isso é tão importante? Como bem observa a própria pesquisa: “Sobretudo numa sociedade tão castigada pela desinformação, a sobrevivência do jornalismo local é a sobrevivência da própria democracia e o mapeamento dos desertos de notícias é também o mapa dos lugares onde a democracia corre mais riscos”. (Apjor, 2023).

Uma das preocupações de Abernathy era com a desvinculação do jornalismo tradicional para com o que ela chamou de novos barões da mídia, interessados somente nos lucros e não nas comunidades. De acordo com Abernathy (2016, p. 20):

Com cada geração de proprietários de jornais, houve debate sobre como priorizar as obrigações para com o público versus aquelas para com os principais acionistas. A mais nova geração de barões da mídia — os gestores de portfólios de investimento — não são jornalistas nem compartilham a missão cívica tradicional do jornalismo. Sua prioridade é maximizar o retorno sobre os ativos em seus diversos portfólios. Portanto, sua rápida ascensão levanta novas e urgentes preocupações sobre as responsabilidades dos proprietários de jornais na era digital.

Aparentemente, esses novos barões da mídia, promotores dos desertos de notícias – eis que colaboram com o fechamento dos jornais locais – poderiam estar associados a portais de notícias como o G1, por exemplo. A resposta dada pela funcionária da Prefeitura de Sarapuí, por exemplo, no dia 16 de setembro de 2024, por mensagem de áudio no aplicativo WhatsApp corrobora, em parte ao menos, essa ilação: “Sempre que acontece alguma coisa [em termos de notícias] é mais o G1 de Itapetininga que dá essa força aí, mas aqui em Sarapuí não tem mesmo [veículos de comunicação]”.

Por outro lado, a realidade dos Estados Unidos seria a mesma do Brasil? Em suma, o conceito de deserto de notícias se ajusta perfeitamente ao que ocorre na Região Metropolitana de Sorocaba?

Quando Abernathy pergunta quem noticiará (prestará atenção) ao que ocorre nas Câmaras Municipais (Conselhos) ou em questões pertinentes ao abastecimento de água ou mesmo da educação, para a realidade que ela analisa, essa é uma preocupação legítima. Quando perguntamos à mesma funcionária da Prefeitura de Sarapuí como essas notícias circulam, a resposta nos leva a uma reflexão sobre a existência ou não, de fato, do deserto de notícias:

Da questão da Câmara Municipal tem o Facebook da Prefeitura. Assim, toda quarta-feira tem sessão, tudo ao vivo pelo Facebook da Câmara. E a questão da Prefeitura, em si, é pelo Facebook e o Instagram da Prefeitura e o site da Prefeitura. O site, na parte de notícias: questões ligadas a educação, a saúde, vacinação, palestras, oficinas. Tudo o que tem a ver com a Prefeitura é divulgado em três meios: site, Instagram e Facebook. A questão de abastecimento de água, tudo o mais. Porém, quando entra o período eleitoral é obrigatório desativar a página de notícias do site, do Instagram, do Facebook... Carros de som não há. Comunicados, só se for uma coisa muito específica, algo grande. Daí às vezes se coloca uma faixa na entrada da cidade...

Por outro lado, verifica-se que o portal G1 não possui correspondentes locais nessas cidades menores. As matérias publicadas nesse veículo chegam até os redatores por meio de comunicação de populares (habitantes da cidade) ou pela notoriedade ou grandiosidade do fato. Uma busca nesse portal, tendo como palavra-chave o nome Sarapuí, revelou a existência de mais de duas dezenas de matérias com temas como eleições municipais de 2024; prisão de traficantes; ocorrência de roubo em loja de celulares; ocorrência de estupro e cárcere privado; baixas temperaturas nas cidades vizinhas; acidente de moto e automóvel; Unidade móvel do projeto “Cidadania itinerante”; celebração de aniversário de 152 anos da cidade de Sarapuí; abertura de inscrição de blocos de carnaval de rua; chegada à cidade do projeto “Óleo do Bem” (sobre descarte ecologicamente correto do óleo de cozinha); apreensão de arma de fogo escondida em automóvel; inseminação genética em búfalos de uma fazenda da cidade; celebração de Dia de Reis em um assentamento Carlos Lamarca, do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra, entre Sarapuí e Itapetininga.

Essas matérias foram divididas em escritas (divulgadas apenas no portal) ou televisivas (produzidas pelos telejornais e reproduzidas no portal). A diversidade de assuntos, abarcando interesses múltiplos (e não somente com matérias que possam gerar

lucros), é argumento suficiente para diferenciar o portal G1 dos “barões da nova mídia” citados por Penelope Abernathy?

Portal G1: um barão da nova mídia?

Os assuntos veiculados pelo Portal G1 em relação à cidade de Sarapuí deixam dúvidas se o distanciamento dos barões da nova mídia, descritos por Abernathy, se ajustam perfeitamente a essa realidade.

De fato, é difícil comparar as duas realidades, pois devem ser levadas em consideração as diferenças culturais e contextuais dos dois países. Obviamente que para se fazer essa comparação seria necessário um aprofundamento de pesquisa que pudesse abarcar os meandros de ambas as realidades, a fim de fazer a comparação.

Entretanto, a partir das considerações feitas por Abernathy (2016), entendemos ser possível tecer algumas considerações. A primeira delas é que a realidade brasileira, no caso específico o Portal G1, embora seja uma grande empresa de comunicação, percebe-se que, diferentemente do que aponta Abernathy, houve a abertura para a participação dos habitantes da localidade para indicar matérias que sejam do interesse daquela comunidade.

Desse modo, o portal G1 também garante o interesse do seu público potencial por trazer informações e notícias de interesse local. É importante frisar, por exemplo, que a cidade de Sarapuí pertence, na divisão feita pelo portal G1, a uma microrregião de Itapetininga. Assim, a divisão do portal responsável pela cidade de Sorocaba e entorno não mantém um canal direto com os moradores de Sarapuí. Ainda que essa divisão tenha outros motivos – por exemplo, de cunho econômico – ao fim permite uma proximidade maior com os habitantes de uma microrregião, o que favorece a divulgação de informações e notícias das cidades de menor porte, como Sarapuí.

Apesar de Sarapuí ter tido um jornal impresso extinto há aproximadamente dez anos, depois de um ano de existência, isso parece não ser suficiente para determinar que exista um deserto de notícias porque a veiculação de informações locais continua ocorrendo pelas características do portal G1 e da comunicação no Brasil.

Um dos exemplos é a divulgação da Folia de Reis num assentamento do Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra (MST). A despeito da matéria não evidenciar o movimento social, também não o esconde, de maneira que em algumas imagens é

possível ver as insígnias e símbolos do MST. Essa é uma matéria que, a princípio, interessa quase que exclusivamente aos moradores da localidade.

Também, a chegada do projeto “Óleo do Bem” na cidade de Sarapuí. Esse projeto tem por objetivo orientar sobre o descarte correto do óleo de cozinha, o qual pode ser usado depois para, por exemplo, a fabricação de sabão ecológico. Esse é um projeto que percorre outras cidades. A divulgação da chegada em Sarapuí é uma informação cujo interesse se restringe aos moradores da cidade.

Quanto ao questionamento realizado por Abernathy, sobre o interesse na publicação de atos oficiais (da Prefeitura, da Câmara Municipal...) pelos grandes veículos de comunicação, a legislação brasileira obriga aos poderes públicos a veiculação desses atos em jornal de grande circulação ou em periódico oficial. Com o advento das novas tecnologias, os portais das prefeituras e câmaras municipais publicam esses atos por obrigação legal. Desse modo, tais assuntos não ficam fora do alcance de quem queira acessá-los.

Desse modo, aparentemente não se pode falar em deserto de notícias no caso de Sarapuí porque o conceito criado por Abernathy não se ajusta perfeitamente no caso brasileiro.

O portal G1, que a princípio faria o papel do barão da nova mídia, não age, a princípio, do mesmo modo como ocorre na realidade estadunidense. Até mesmo para manter um público leitor fiel, o portal G1 procura manter uma periodicidade de publicação quinzenalmente. Foram mais de vinte chamadas sobre Sarapuí publicadas no portal G1 em um período de dez meses. Algumas dessas chamadas são reproduções de matérias veiculadas na TV (como a TV Tem, afiliada da Rede Globo).

Possivelmente, o interesse econômico está por detrás desse *modus operandi* do portal G1, o qual permite e estimula a participação da população na indicação de matérias de interesse da população local. Entretanto, indiretamente, essa forma de agir acaba descaracterizando a ação dos barões da nova mídia.

Considerações finais

Possivelmente, o conceito de deserto de notícias tem sido utilizado sem que se leve em consideração algumas diferenças, inclusive culturais, entre os Estados Unidos (onde o conceito foi cunhado) e o Brasil, que desde 2017, um ano após a publicação do

artigo de Abernathy, o termo vem sendo utilizado, conforme atestam Coutinho *et al* (2022).

Por esse motivo, surgem algumas distorções ou discrepâncias nas informações veiculadas sobre os possíveis desertos de notícias no Brasil. Um exemplo é o caso de Salto de Pirapora, cidade que o Atlas da Notícia aponta como não sendo um deserto de notícias por possuir uma estação de rádio e um jornal impresso. Entretanto, a informação oficial da Prefeitura da cidade afirma que inexistem os dois veículos de comunicação.

Coutinho *et al* (2022, p. 67) advertem que é preciso levar “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”.

Analisando o caso de Sarapuú é possível entender que essas diferenças e “particularidades brasileiras são essenciais na aplicação do conceito entre nós, principalmente, em relação ao meio que produz volume mais expressivo de informação local” (Coutinho et al, 2022, p. 67). Uma das diferenças entre os países é que “nos Estados Unidos os pequenos jornais impressos locais foram responsáveis por fornecer a maior parte das notícias, [e] no Brasil há predominância do rádio como veículo essencialmente local” (Coutinho et al, 2022, p. 67).

Da mesma maneira, os barões da nova mídia parecem diferir de postura no Brasil e nos Estados Unidos. No Brasil, os barões da nova mídia aparentemente, por questões diversas, se interessam em manter um vínculo com as localidades menores. No caso de Sarapuú, por exemplo, cidade com pouco mais de 10 mil habitantes, o Portal G1 procura manter o vínculo com a localidade com a publicação (ou difusão) de notícias periodicamente (em torno de duas notícias a cada mês).

Das notícias coletadas no portal G1 sobre Sarapuú pode-se verificar que não se tratavam apenas daquelas de grande impacto, como as notícias de cometimento de crimes, as quais costumam interessar às mídias de maneira geral. Informações sobre a política local, costumes, economia, serviços públicos também foram alvo da atenção do portal.

De acordo com Abernathy (2016, p. 7), a realidade dos Estados Unidos, que deu origem ao conceito de deserto de notícias está fundamentada em acontecimentos bastante particulares daquele país:

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. Tais 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.

No caso do Portal G1, que pertence a um tradicional conglomerado de comunicação (o Globo), os editores seguem regras que se fundamentam na experiência do jornalismo. Por esse motivo, é possível afirmar que no caso específico de Sarapuí, estudado neste artigo, o conceito de deserto de notícias não se encaixa perfeitamente pelos motivos acima elencados.

Referências

ABERNATHY, Penelope Muse. **The rise of a new media baron and the emerging threat of news deserts**. Center for Innovation and Sustainability in Local Media, University of North Carolina at Chapel Hill, 2016.

APJOR. **Mesmo sem incentivos, diminuem os desertos de notícias no Brasil**. Disponível em: <https://apjor.org.br/desertos-de-noticias/>. Acesso em 27 set. 2024.

ATLAS DE NOTÍCIAS. **Desertos de notícias encolhem no Brasil**. Disponível em: https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vQFAhPLu4ib6fic3pvGxexr2FieCLY_ax-Ukqjz58AzM7PUHXcUyhzVCSGryRDg2P1AfzSPwbYrQWUu/pub?start=false&loop=false&delayms=3000&ref=atlas.jor.br&slide=id.p4. Acesso em 27 set. 2024.

COUTINHO, Iluska Maria da Silva., MOREIRA, Sonia Virgínia., MARTINS, Cézar Franco dos Santos. Desertos de notícias na produção científica brasileira: conceito, contextos e aplicações. In **Revista Eptic**, Vol. 24, Nº 2, Mai.-Ago. 2022. Também disponível em: DOI: <https://doi.org/10.54786/revista%20eptic.v24i2.15744>. Acesso em 27 set. 2024.

HOSHINO, Thiago de Azevedo Pinheiro; MOURA, Rosa. **Politizando as escalas urbanas: jurisdição, território e governança no estatuto da metrópole**. Cadernos Metrópole, [S.L.], v. 21, n. 45, p. 371-392, ago. 2019. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/2236-9996.2019-4501>. Acesso em 15 out. 2024.

LEITE, Carlos Fernando, SILVA, Paulo Celso da. **Comunicação, mídia e lugar: a apropriação socioespacial dos meios de comunicação, da perspectiva material/conceitual**. Disponível em: <https://pergamum.casperlibero.edu.br/acervo/16106>. Acesso em 19 out. 2024.

MOREIRA, Sonia Virgínia; COUTINHO, Iluska Maria da Silva e MARTINS, César Franco dos Santos. **Desertos de notícias na produção científica brasileira: conceito, contextos e aplicações**. Revista Eptic, vol. 24, n° 2, mai.-ago. 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/epitic/article/view/15744>. Acesso em 27 set. 2024.

SASSEM, Saskia. **Sociologia da Globalização**. Porto Alegre: Art Médica, 2007.

SILVA, Paulo Celso da. Brasil e o último suspiro do capitalismo tradicional: a força da boniteza no território vivido. **Revista Transregiones**, Universidad de Guadalajara/Mx, Año 2, n°4, JULIO-DICIEMBRE 2022, p. 8- 104. Também disponível em: <https://revistatransregiones.com/web/index.php/tr/article/view/48/36>. Acesso em 16 out. 2024.

SILVA, Paulo Celso da. **Verbetes**: comunicação local. Enciclopédia Intercom de Comunicação, v. 1, p. 283, 2010.

SPOSITO, Maria Encarnação. **Entrevista: Maria Encarnação Sposito fala sobre redes urbanas e cidades médias em Chapecó**. Disponível em: <https://www.uffrs.edu.br/campi/chapeco/noticias/entrevista-maria-encarnacao-sposito-fala-sobre-redes-urbanas-e-cidades-medias-em-chapeco>. Acesso em 16 out. 2024.