

A MUDANÇA NO ECOSISTEMA JORNALÍSTICO E O DESERTO DE NOTÍCIAS NO ESPÍRITO SANTO

Rita Benezath

Mestrando (a) do curso de Pós-graduação em
Comunicação e Territorialidades
Universidade Federal do Espírito Santo - UFES
E-mail: benezath.rita@gmail.com

Orientador(es): Prof^ª Ruth Reis
Universidade Federal do Espírito Santo – UFES
E-mail: ruthdosreis@gmail.com

RESUMO

Apresentamos as ideias preliminares de um projeto de pesquisa que busca investigar os hábitos de obtenção de informação sobre a atualidade dos moradores de municípios do Espírito Santo considerados deserto de notícias e os impactos sobre o exercício da cidadania nas cidades pequenas e médias mais afastadas do conglomerado de mídia da capital. Busca-se refletir sobre conceitos como deserto de notícias, jornalismo local e comunicação comunitária, a fim de construir uma paisagem teórica que permita refletir sobre as mudanças do ecossistema de comunicação sobre o acesso às notícias. Também colocamos em cena as mídias sociais como território informacional, visto que se tornaram uma forma de compartilhar informações, vivências e opiniões, que impactam significativamente o campo e o fazer jornalístico. O referencial teórico foi elaborado com base nas obras de Milton Santos, Augusto Franco, Cicilia Peruzzo, Cândida Emília Lemos, Maria José Baldessar, Pedro Dellagnello, Raquel Recuero, Reinaldo Pereira e Suzana Barbosa.

Palavras-chave: jornalismo; deserto de notícias; informação local; redes sociais.

INTRODUÇÃO

Já não é novidade que o jornalismo enfrenta uma crise no modelo de negócios e tem se deparado com constantes mudanças no consumo de notícias, ocasionadas principalmente pela internet, e com o fechamento de jornais. Com isso o jornalismo, que durante os séculos XIX e XX construiu hegemonia na produção e circulação de informações sobre o cotidiano, sofre os revezes de um processo de substituição da base tecnológica. A internet e as redes sociais possibilitaram a ampliação do acesso individual à produção e distribuição de informações. Com elas, os hábitos mudaram. Devido às notícias serem em tempo real, não é necessário que o leitor espere a divulgação em uma mídia tradicional, pois diversos usuários já compartilham informações durante o desenrolar do fato.

A redução da oferta de conteúdos jornalísticos é considerada um problema para o exercício da democracia e da vida cívica. 18 estudos sobre jornalismo comunitário divulgado por Josh Stearns, da ONG *Democracy Fund*¹ demonstrou isso. Um exemplo é que nos distritos dos Estados Unidos, país de votação é opcional, os moradores demonstraram dificuldades para escolher candidatos onde a cobertura local era escassa (LAWLESS, HAYES, 2015)².

No Brasil, 37 milhões de pessoas vivem nos chamados deserto de notícias, onde não há presença de nenhum veículo jornalístico – seja rádio, TV, impresso ou online. Isso significa 17,9% da população brasileira (Atlas da Notícia, 2019).⁵No Espírito Santo, o mesmo levantamento informa que 50% da população de quase 4 milhões de habitantes vive em desertos de notícias e cerca de 28% em quase desertos (lugares com até dois veículos de comunicação).

No presente artigo, apresentamos as ideias iniciais de uma investigação que desenvolveremos no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Ufes, na linha de Comunicação e Poder, que busca compreender as mudanças nos hábitos de consumo de informações sobre a atualidade e questionar se estas impactam o exercício da cidadania como apregoam autores que estudam as mudanças do campo do jornalismo e o desaparecimento/transformação dos jornais. Também nos propomos a discutir como a internet e as redes sociais, tão presentes no cotidiano das pessoas, formam um território informacional

¹ Ver: <https://democracyfund.org/who-we-are/>. Acesso em 28 de julho de 2020.

² Ver: <https://www.brookings.edu/blog/fixgov/2015/02/03/the-troubling-causes-and-consequences-of-diminished-local-news/>. Acesso em 9 de agosto de 2020.

⁵ Ver em: <https://www.atlas.jor.br/>. Acesso em 28 de julho de 2020.

que, teoricamente, preenche as demandas informacionais, rivalizando com o campo do jornalismo. O recorte da nossa pesquisa será ainda demarcado, mas compreenderá cidades do Espírito Santo.

DESENVOLVIMENTO

Deserto de notícias

Tomamos como referência para iniciar a questão que colocamos o conceito de deserto de notícias, surgido nos Estados Unidos, após o fechamento de vários jornais na primeira década dos anos 2000⁶. Penelope Muse Abernathy é referência no assunto e estuda o tema no *Center for Innovation and Sustainability in Local Media* da Universidade de Carolina do Sul. A iniciativa mapeou quais locais no país norte-americano em que há apenas um jornal ou nenhum⁷. Outro projeto como a mesma finalidade é o *America's Growing News Desert*, da revista *Columbia Journalism Review*, que inspirou o projeto brasileiro Atlas da Notícia. Iniciado em 2017, esta é uma iniciativa do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), que mapeia a presença de veículos de comunicação no território brasileiro.

A premissa por trás do conceito é de que as comunidades que não dispõem de veículos institucionalizados de jornalismo, vivem em desertos de notícias e têm a cidadania afetada, por não dispor de informações de qualidade que favoreçam a participação nas decisões coletivas, levando-as a ser submetidas a processos de desinformação e manipulação. Esta é uma questão importante e controversa, que exige compreender as redes de informação que vigoram em determinados espaço-tempos, uma vez que não é seguro que os veículos jornalísticos convencionais sejam os únicos capazes de prover informação de qualidade, dada a disponibilidade e acesso facilitado na web de fontes de alta reputação.

As formas de produção e circulação de informações atuais, por meio da internet e das mídias sociais, configuram um sistema de informação que, teoricamente, pode ser tão capaz de promover a cidadania quanto foi o jornalismo durante os tempos áureos. Mas esta conclusão

⁶Ver: <https://www.cislm.org/what-exactly-is-a-news-desert/>. Acesso em 31 de julho de 2020.

⁷Disponível em: <https://www.usnewsdeserts.com/>. Acesso em 31 de julho de 2020.

ainda demanda maior conhecimento sobre o funcionamento e o ethos que vigora nesse novo sistema e também sobre sua influência em relação ao próprio sistema jornalístico.

Jornalismo local

Uma das questões que se colocam no debate sobre a crise do jornalismo, o desaparecimento dos jornais e a prevalência de um sistema de comunicação em rede de alcance global é o impacto sobre o local. O surgimento da internet tornou mais fácil o acesso a informações e conexões de todo o mundo, o que ficou conhecido como globalização. No entanto, o local ainda persiste como espaço de vivência de cada um de nós, mesmo que atravessado por todos os vetores do global. Surge, assim, um novo conceito: glocalização, que busca compreender o local em articulação com o global. Franco conceitua o local como “necessariamente o pequeno, mas não no sentido territorial ou populacional e sim no sentido daquilo que foi tornado pequeno pela força de alta “tramatura” social (FRANCO, 2003, p.140). Para o autor, glocalização é “uma planetarização e uma comunitarização”.

Milton Santos discorre sobre a interferência da localização do indivíduo sobre a participação política e alerta para a desigualdade geográfica. O autor entende que, quanto mais longe o indivíduo está dos centros de poder, mais difícil é o fazer-se ouvir.

É impossível imaginar que uma cidadania concreta que prescindia do componente territorial (...) O valor do indivíduo depende do lugar em que está e que, desse modo, a igualdade dos cidadãos supõe, para todos, uma acessibilidade semelhante aos bens e serviços, sem os quais a vida não será vivida com aquele mínimo de dignidade que se impõe (SANTOS, p. 144, 2002).

Um outro conceito surge para tornar ainda mais complexa a compreensão das dimensões espaciais e simbólicas contemporâneas: o hiperlocal. Juliano de Carvalho e Angela de Carvalho discutem a convergência de mídias e o conceito de hiperlocal, a partir do campo do jornalismo:

O jornalismo passa por uma transformação que transita entre a circulação da informação em tempo real, dinâmica e de grande alcance e a necessidade de adaptar à produção de conteúdo para os públicos locais. Nasce, assim, o conceito de hiperlocal. (CARVALHO, A. M. G.; CARVALHO, J. M.; 2014, p. 73).

Autores como Dellagnello e Baldessar (2013, p.105) observam nas experiências do jornalismo hiperlocal a participação ativa do usuário e a prática de colocar em cena temas que interessam aos usuários, assinalando que essa cobertura adquire a capacidade de enfrentar critérios de seleção de informações produzidos no interior das grandes corporações comunicacionais.

As experiências de jornalismo hiperlocal – seja via redes sociais como o Twitter, blogs ou através de jornais online, que privilegiam a cobertura noticiosa de determinado espaço geográfico – cidade, região e mesmo uma rua, são exitosas e estão tendo a capacidade de desafiar os filtros editoriais e econômicos das corporações de comunicação (...) Por outro lado, a convergência das mídias, tanto no sentido tecnológico quanto cultural, ajuda a superar barreiras de acesso e de participação do público (BALDESSAR, DELAGNELLO, 2013, p. 54-55).

Cândida Emília Lemos e Reinaldo Pereira (2011, p.8) apontam que não há uma definição oficial para o hiperlocal, mas que é caracterizado “como uma modalidade de cobertura e produção jornalísticas de conteúdo sobre uma comunidade específica com vistas para o Jornalismo Colaborativo (quando a própria comunidade passa a participar do processo de construção desses conteúdos)”. A do olaboração do leitor é cada vez mais presente. Contudo, quando se compara o nacional com o local, se torna mais escassa.

Suzana Barbosa identifica o interesse do sistema jornalístico hegemônico pelas informações locais, que conceitua como “informação de proximidade”.

Os portais locais ou regionais, diferentemente das edições online dos jornais diários comerciais, neste momento, trabalham muito mais a informação de proximidade como um dos diferenciais para despertar a atenção e a audiência do usuário, sendo também uma iniciativa clara de percepção do uso das novas tecnologias para aproximar-se das comunidades e, ao mesmo tempo, socializar a apropriação dessas tecnologias (BARBOSA, S. p 61, 2002).

A produção de informações e também de narrativas sobre o local são elementos preponderantes para a construção de um conhecimento sobre o território, o lugar ou, como propõe Lefebvre, (2000) do espaço vivido. Esse conhecimento é potencialmente gerador de cidadania, uma vez que cria as condições básicas de participação e ação cívica, portanto de exercício de cidadania. O jornalismo vem cumprindo a função de oferecer um leque de informações, tendo ao longo de seu desenvolvimento, procurado dar conta dessas múltiplas camadas de vivências que se colocam em níveis local, regional e global. O novo sistema de comunicação tem maior potencial no âmbito local, por encorajar a participação por meio da produção de conteúdos por parte dos indivíduos.

Redes Sociais

Sempre que mudanças ocorrem, especulações sobre o fim de algum meio de comunicação surgem. Como já dissemos, o século XXI viveu a maior delas: o surgimento na internet e das redes sociais e com elas as apostas de fim da era do jornalismo. Ainda não é certo que o jornalismo vai perecer, mas é certo que o ecossistema de comunicação se transforma.

Por enquanto, o jornalismo tem se transformado, usando as redes como meio de distribuição de conteúdo e como aliadas nos processos produção, como demonstram Baldessar e Dellagnelo.

Mais do que um espaço para repercutir determinados assuntos, notícias e informações, as redes sociais têm se consolidado cada vez mais como importantes ferramentas para se fazer jornalismo dentro e fora das redações. O uso das redes por cidadãos comuns (não jornalistas) tem ajudado a alterar sobremaneira a agenda noticiosa – seja ela local, nacional ou internacional (BALDESSAR; DELLAGNELO, 2013, p.55).

As redes também interferem na agência noticiosa, com assuntos em alta na internet e que viram reportagem, além de o *feedback* agora ser imediato, e não mais por “carta do leitor”. Também abriu espaço para projetos de produtos noticiosos importantes, como os de coletivos focados em temas específicos, que nem sempre são pauta nos jornais. É neste ecossistema que se desenvolve, ainda, a circulação infinita de assuntos locais. Segundo Raquel Recuero

Sites como o Twitter, o Facebook [...] passaram assim a dar também uma nova dimensão informativa para a sociedade, gerada pela construção e pelo espalhamento das informações pelas redes sociais suportadas pelas ferramentas. Com isso, ferramentas cujo princípio basilar seria social passam a ter um novo valor informativo diferenciado. (RECUERO, 2011, p.6)

É interessante pontuar que a internet se tornou um espaço de disseminação rápida de informações sem fundamento empírico, o que tem sido entendido como um fenômeno de desinformação ou *fake news*. Segundo Lins (2018), as *fake news* são notícias fraudulentas. O ecossistema das redes propicia o compartilhamento rápido de conteúdo, e muitos não checam de onde veio a informação. Por trás disso, há quem lucre politicamente e economicamente. A internet e as mídias sociais, portanto, se colocam como um território informacional relevante quando se trata do sistema de comunicação contemporâneo e em especial da produção de informações sobre o presente. São ambientes em que as

peessoas passam grande parte do dia usando recursos disponíveis e compartilhando vivências

Comunicação comunitária

O debate sobre o local, as dinâmicas informacionais contemporâneas e o deserto de notícias nos levam a um outro conjunto de questões ensejado pelos estudos sobre comunicação comunitária. Peruzzo (2006) elenca um feixe de termos que sinaliza o conceito.

Grosso modo, a comunicação comunitária é aquela elaborada no âmbito de comunidades, representa o exercício da liberdade de expressão e de participação popular através de canais próprios, com a finalidade de difundir conteúdos orgânicos à própria realidade, e como forma de promover a educação informal e a mobilização comunitária. Já a imprensa alternativa, salientamos apenas (PERUZZO, 2013, p89).

A autora também observa que há um processo de apropriação nas tecnologias digitais por parte de movimento sociais e comunidades que cria novas formas de identificação e formação de comunidades. Da mesma forma, há uma mudança de objetivos.

Com o passar do tempo se reinventa, muda o caráter combativo, mas continua se caracterizando como independente de governos e empresas e não se alinhando ao modo de operar dos grandes meios de comunicação, na sua lógica de mercado e como sistema burocrático (...) Parece não querer derrubar governos, mas exercitar a liberdade de expressão em favor do interesse público. (PERUZZO, 2013, p89).

Embora o conceito de comunicação comunitária remeta a um universo de uma comunicação popular e alternativa que “gera processos cooperativos de organização e se pauta por transmitir conteúdos info-comunicativos tratados de maneira diversa daqueles que circulam nos mass media tradicionais” (Peruzzo, 2011, p 84), este apresenta abordagens relevantes para uma melhor compreensão sobre as mutações contemporâneas nos processos de comunicação e constituição da cidadania. Isso porque as redes podem se tornar aliadas no fazer-se ouvir dos cidadãos, por meio da comunicação comunitária. Com a internet, não é preciso uma grande estrutura para a disseminação de conteúdo.

Considerações finais

As considerações precedentes nos permitem apontar que o novo ecossistema de comunicação edificado sobre a internet apresenta questões importantes tanto ao campo do jornalismo quanto da produção e promoção da cidadania. Considera-se oportuno refletir sobre o conceito de deserto de notícias. É realmente um “deserto” por não haver veículo institucionalizado? Conforme discutido, a internet possibilitou a criação de outros produtos noticiosos também

importantes, que não possuem necessariamente ligação com a grande mídia, sejam eles produzidos pelo jornalismo profissional seja por indivíduos ou coletivos independentes. As redes sociais podem ajudar na prática da comunicação comunitária e no desenvolvimento da cidadania, visto que proporcionam discussões que nem sempre têm voz nos periódicos tradicionais. Se torna necessário, também, investigar como se dá o acesso à informação por parte dos cidadãos que vivem nas cidades consideradas deserto de notícia. Além de compreender como o novo ecossistema de informação afetou os hábitos de leitura e consumo de notícias desses moradores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALDESSAR, M; DELLAGNELLO, P. **Jornalismo hiperlocal e o desafio da criação de uma agenda noticiosa internacional plural**. Intexto, Porto Alegre, n. 28, p. 53-62, jul. 2013. Disponível em < <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/41161/26091>>.

CARVALHO, J.M. de; CARVALHO, A. M. G. de. Do hiperlocal aos insumos criativos: as mutações do jornalismo na contemporaneidade. In: BRONOSKY, M.; CARVALHO, J. M (orgs). **Jornalismo e Convergência**. Cultura Acadêmica, 2014, p. 69-88.

FRANCO, Augusto. **Pobreza & desenvolvimento local**. Brasília: Aed, 2002.

LEFEBVRE, Henri. **A produção do espaço**. Paris: Éditions Anthropos, 2000

LEMOS, C. E. B.; PEREIRA, R. M. **Jornalismo hiperlocal no contexto multimídia: um relato da experiência do jornal-laboratório Contramão Online**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – São Paulo - SP – 12 a 14 de maio de 2011. Disponível em < <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0588-1.pdf> >

PERUZZO, C. **Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou”**. Ano 7 – nº 2 jul./dez. 2013 - São Paulo - Brasil – p. 73-93

PERUZZO, C. **Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária**. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Brasília: 2006, p. 4-14. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116338396152295824641433175392174965949.pdf>>

RECUERO, R. **"Deu no Twitter, alguém confirma?" Funções do Jornalismo na Era das Redes Sociais**. In: 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2011, p. 6. Disponível em <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/sbpjorrecuero.pdf>>

REVISTA USP. São Paulo: Universidade de São Paulo, n. 116, maio. 2018

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão**. 7. ed, 2. reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2014.