
Fala, Andorinha! O que circula em um deserto de notícias?¹

Letícia DUARTE²
Andréa Cristiana SANTOS³
Universidade do Estado da Bahia, Juazeiro, BA

RESUMO

Os veículos jornalísticos locais podem possibilitar o entendimento da população sobre a sua realidade e podem combater à desinformação. No entanto, de acordo com pesquisa do Atlas da Notícia, algumas localidades do Brasil não podem contar com essa ferramenta de comunicação, sendo chamados de desertos de notícias, lugares onde não existem cobertura jornalística local. Diante desse fenômeno, esta pesquisa investiga a circulação de informação em um deserto noticioso a partir de um estudo de caso em Andorinha (BA), cidade do norte da Bahia com 15 mil habitantes. Foram adotados os procedimentos de pesquisa de campo, aplicação de questionário e entrevistas com 16 sujeitos. Comprovou-se a circulação de boatos como prática comunicativa, a existência de comunicadores locais, que disponibilizam conteúdos informacionais em plataformas midiáticas e a prevalência de disseminação de notícias falsas.

PALAVRAS-CHAVE: Deserto de Notícias; Jornalismo local; Andorinha

Introdução

No Brasil, existem 2.098 municípios considerados desertos de notícias, isso corresponde a 53% das cidades brasileiras que não possuem nenhum tipo de veículo jornalístico local. De acordo com o Atlas da Notícia (PROJOR, 2022), essa realidade faz parte da vida de 29 milhões de pessoas que vivem em cidades com a média de 9.870 habitantes. Barros (2019) argumenta também que municípios com baixo Índice Desenvolvimento Humano (IDH) e baixa taxa de escolaridade têm menos chances de ter veículos de informação local. Deolindo (2021) aponta que os desertos de notícias são definidos como comunidades urbanas e rurais sem acesso mais amplo às informações confiáveis e abrangentes, sendo cidades não-metropolitanas com baixa qualidade dos indicadores educacionais e carentes de políticas públicas de saúde e segurança.

¹Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

²Estudante de Graduação 9º Semestre do Curso de Jornalismo em Multimeios da UNEB-Juazeiro, email: leticiauarte1413@gmail.com

³Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo em Multimeios da UNEB-Juazeiro, email: andcristianasantos@gmail.com

Estudo do Atlas da Notícia (PROJOR, 2022) destaca que cidades sem veículos de comunicação e sem produção jornalística pode deixar a população sem conhecimento sobre a própria realidade, bem como compromete a qualidade das informações consumidas pelos habitantes. Os estados do Norte e Nordeste são os que mais possuem desertos noticiosos, dados que, quando relacionados às regiões onde possuem estatísticas de menor desenvolvimento humano, têm os mesmos destaques.

De acordo com pesquisa do Atlas da Notícia, a cidade de Andorinha, situada no centro norte da Bahia, no território de Identidade do Piemonte Norte do Itapicuru⁴, não tem nenhum veículo de comunicação com profissional formado no campo da comunicação social e/ou jornalista. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2010), o município possui 14.414 habitantes e uma densidade demográfica de 12 habitantes por m². Embora Andorinha (BA) conste como deserto de notícias, existem no município alguns produtos de mídia que circulam nas plataformas midiáticas (Youtube, Instagram), os quais são coordenados por pessoas que assumem o papel de comunicadores.

Diante disso, esta pesquisa tem como objeto de estudo compreender as redes de circulação de informações no município de Andorinha. Para tanto, o problema de pesquisa que guiou o estudo é saber como a ausência de produção jornalística local em uma cidade considerada “deserto de notícias” traz impactos na vida social do município? A importância de averiguar como é a produção de informações no município de Andorinha está alicerçada a perspectiva de que os desertos de notícias podem ter impactos no processo de disseminação de desinformação (MEDEIROS, 2020).

Discutimos ainda, nesse artigo, possibilidades de procedimentos metodológicos para investigar os desertos de notícias em cidades do interior da Bahia. Esta pesquisa é um estudo de caso de caráter instrumental a fim de entender os aspectos que envolvem os fluxos de comunicação na cidade de Andorinha (BA). Para tanto, foram realizadas as etapas de pesquisa bibliográfica, pesquisa exploratória de campo, aplicação de questionários e foram realizadas entrevistas.

⁴ O Território do Piemonte Norte do Itapicuru é o Território de Identidade 25, possui nove municípios e está localizado no Centro Norte do Estado, tendo todos os municípios inseridos na região Semiárida, sendo recortado pelas bacias hidrográficas do São Francisco, na porção Oeste e pelo Itapicuru, ao Leste e o povoamento diretamente ligado a busca de pedras preciosas.

É importante destacar que o que motivou esse trabalho vem do envolvimento pessoal com o objeto da pesquisa, construído por visitas a minha família que mora em Andorinha (BA). Desde a infância, escuto histórias de boatos que boa parte da população foi vítima, causando pânico geral, quando passei a cursar jornalismo percebi que o município não contava com nenhuma rádio ou blog de notícias. Assim, com a chegada da pandemia esse vazio de produção local ficou mais acentuado e, com isso muitas informações falsas sobre a Covid-19, foram disseminadas na cidade. Como era o momento da escolha do tema de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), durante as minhas pesquisas encontrei o site do Atlas da Notícia com estudo sobre jornalismo local e deserto de notícias⁵. Ao digitar o nome de Andorinha (BA), não apareceu nenhum veículo de jornalismo cadastrado, caracterizando-a como um deserto de notícias. A partir daí, percebi a necessidade de investigar a circulação de informações na cidade.

Refletindo sobre os Desertos de notícias

Embora as mídias sociais tenham oportunizado “a ampliação do acesso individual à produção e distribuição de informações” (BENEZATH, 2020, p. 2), ainda existem territórios geográficos no país sem acesso à cobertura jornalística local (BARROS, 2019). O conceito de deserto de notícias foi inspirado no America 's Growing News Deserts, uma pesquisa já existente nos Estados Unidos e que tem como objetivo mapear os municípios que não possuem veículos jornalísticos de comunicação.

No Brasil esse estudo é realizado pelo Atlas da Notícia, uma iniciativa criada pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (PROJOR), em parceria com a Volt Data Lab. A equipe é composta por um coordenador de pesquisa, cinco pesquisadores regionais, fora os colaboradores voluntários. A pesquisa considera deserto de notícias cidades que vivem sem cobertura significativa de imprensa, possui meios de comunicação que só reproduzem conteúdos de outros canais e/ou tem canais que estejam ligados a instituições como igrejas, prefeituras e sindicatos (PROJOR, 2022).

⁵O Atlas da Notícia é um projeto que tem como objetivo mapear o jornalismo local no Brasil, assim ao entrar na página oficial é possível consultar dados e estatísticas por cidade, tendo acesso aos dados sobre os veículos de comunicação existentes em cada município, deste modo cidades em que não existem nenhum veículo jornalísticos são consideradas desertos de notícias. Para ter acesso as informações é só entrar na página disponível em: <https://www.atlas.jor.br/dados/app/>.

Segundo Barros (2019), os veículos jornalísticos ficam mais concentrados em grandes centros urbanos. Na pesquisa realizada pelo Atlas da Notícia em 2019, 20,7% dos veículos de jornalismo ficam localizados nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, onde existe um maior investimento de empresas e onde tem mais emprego (PROJOR, 2019). “Isso quer dizer que uma cidade ou município do interior têm mais chances de saber o que acontece nessas três capitais detentoras de mais de 20% dos veículos de comunicação, do que saber de notícias locais.” (BARROS, 2019). Um outro aspecto é que as cidades que “apresentam menor expressão política e econômica são relegadas a um segundo plano ou nem sequer chegam a ser estudadas” (JURADO DA SILVA, 2009, p. 2). Milton Santos (2007) argumenta que a distribuição desigual de informação sempre esteve no país e que “ser desinformado equivale a estar desarmado diante das mutações tão rápidas que atinge a vida cotidiana de cada um” (SANTOS, 2007, p.113). Ele ainda observa que os espaços longe dos centros urbanos são os mais impactados com a desinformação, assim ela faz parte da realidade das cidades de pequeno porte

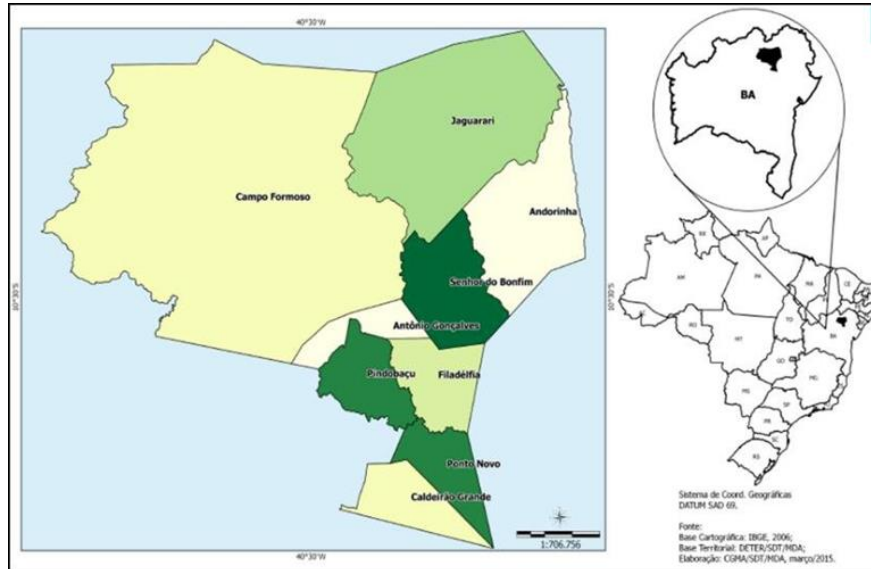
Na pesquisa para compreender os processos de comunicação envolvidos em um deserto de notícias, é importante pensar o jornalismo como um importante mediador de informações entre o poder público e a população. A apuração e a qualidade do conteúdo jornalístico têm grande importância no exercício da democracia. As informações jornalísticas são insumos culturais estratégicos para a formação de grande parte da opinião pública contemporânea (MIRANDA, 2021, p. 33). O conhecimento sobre o território em que estão inseridos com coberturas jornalísticas no âmbito local também pode despertar o olhar da população para temas políticos, ambientais e crises no espaço geográfico. Desse modo, Hall (1996) discorre que as identidades culturais são pontos de identificação que fazem parte dos discursos sobre cultura e história.

O universo da Pesquisa: Andorinha (BA)

Município localizado no Território de Identidade do Piemonte Norte do Itapicuru, Centro Norte da Bahia, Andorinha-BA “tem no início de sua história uma configuração territorial agregada ao município de Senhor do Bonfim-BA” (GONÇALVES, 2021, p. 13), já que a emancipação política do município só ocorreu em 1989. A cidade passou a ter um melhor desenvolvimento econômico e social a partir da instalação da empresa de exploração de minérios em 1970. O CETEM (2014)

argumenta que a Bahia é responsável por 65% da produção de cromita do país e grande parte dessa produção vem da Companhia de Ferro e Ligas da Bahia (FERBASA), maior produtora de cromita e a maior fabricante da América Latina.

Figura 1: Mapa do Piemonte Norte do Itapicuru



Fonte: Revista Científica Trama

Cidade cercada por serras, “o processo de urbanização de Andorinha se deu concomitantemente com a necessidade que o capital tem de produção e reprodução juntamente com as ações do poder público, desempenhando assim o seu papel enquanto agente produtor do espaço” (GONÇALVES, 2021, p. 27). A chegada da empresa ao município movimentou a economia e gerou cerca de 1000 empregos (CETEM, 2014), além disso, levou energia elétrica, água encanada, foi responsável pela construção de estradas, incentivou o comércio e fundou a Escola Márcio Seno em 1987.

Figura 2: Vista de cima da cidade de Andorinha (BA)



Fonte: Grupo Cia' And' Art

Conforme dados do IBGE (2020), a cidade possui o Produto Interno Bruto (PIB) *per capita* de R\$ 14.014,30, que comparado com a região geográfica fica em terceiro lugar. Contudo, é possível perceber uma má distribuição de renda na cidade, pois conforme dados do IBGE (2020), o salário médio mensal dos trabalhadores formais é de 2,5 salários mínimos e a população ocupada é de 12,8%, o que corresponde a 1852 pessoas, enquanto que 52% têm um rendimento mensal de apenas 1/2 salário mínimo (IBGE, 2010).

Na educação, a cidade tem 98% de crianças escolarizadas na faixa etária de 6 e 14 anos. No entanto, as notas do Índice de Desenvolvimento do Ensino Básico (IDEB) são baixas, com 4,1 para os anos iniciais e 3,7 para os anos finais. Para a educação de ensino médio, o município tem apenas três escolas de ensino médio (IBGE, 2021). Conforme o Atlas Brasil (2010), o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal de Andorinha (BA) é de 0,58, o que é considerado baixo, o indicador de renda tem 0,58; de longevidade 0,73 e o de educação 0,47. Segundo o IBGE (2010), a área urbanizada da cidade é de 2,18%, o que dificultou a telecomunicação no município. De acordo com o entrevistado Leandro Coelho⁶, a energia elétrica só chegou para a maioria da população a partir de 2010 com o Programa Luz para Todos do governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Antes disso, a luz era fornecida a partir de baterias distribuídas em algumas casas das comunidades rurais de Andorinha (BA).

⁶ Informação obtida na entrevista realizada no dia 4 de maio de 2023 com Leandro Coelho, presidente da Associação Rural da Queimada de Cima em Andorinha (BA).

A principal fonte de notícia era o rádio, com canais que transmitiam das cidades próximas como Itiúba, Jaguarari e Senhor do Bonfim. Quanto à internet, segundo dados da Anatel (2023), Andorinha tem uma densidade de 1,7 acessos de banda larga fixa a cada 100 habitantes, valor 85, 1% menor que a densidade da Bahia e 92,1% menor que a do Brasil. No site da Anatel, a evolução de acessos só consta a partir de 2019 registrando um aumento de 171 acessos, saindo de 79 acessos em 2019 para 250 em 2023. Ainda de acordo com o entrevistado Leandro Coelho, o sinal de operadora de celular é fraco na cidade, sendo Tim na zona urbana e Vivo em alguns pontos da zona rural.

Metodologia

Foi adotada, primeiramente, como ferramenta metodológica, uma pesquisa qualitativa de revisão bibliográfica que buscou refletir e analisar as questões que envolvem a circulação de informações em cidades que não possuem veículos de jornalismo profissional sejam eles, rádio, TV, jornal ou iniciativas de jornalismo independente online. Em pesquisa através do Google Acadêmico e Programas de Pós Graduação em Comunicação, foram encontrados quatro textos dos autores: Ana Carolina Furlanetto (2021), Jacqueline Deolindo (2018), Larissa Cristina Sampaio Barros (2019), e Giovanni Miranda (2021) sobre desertos de notícias. A respeito da história de Andorinha, foram encontrados as referências bibliográficas de Gonçalves (2021) e CETEM, (2014)

Também foi realizado um estudo de caso de caráter instrumental a fim de entender os aspectos que envolvem os fluxos de comunicação na cidade de Andorinha (BA). Gil (2002) argumenta que o estudo de caso é apropriado para estudos sobre fenômenos contemporâneos para descrever o contexto no qual determinada ação/situação está sob investigação. Para tanto, foi realizada pesquisa de campo desenvolvido com a aplicação de 61 questionários estruturados em duas etapas: primeira etapa, 49 pessoas responderam ao questionário via Google form; e a segunda etapa em 10 de maio com 12 questionários aplicados presencialmente na feira de Andorinha. O questionário visa “[...] compreender, a partir da visão de pessoas que vivem no contexto a ser investigado, como consomem informações jornalísticas sobre os locais onde vivem, bem como entender como essas informações circulam ou não” (FURLANETTO, 2021).

Também foram realizadas 16 entrevistas narrativas que possibilita ao entrevistado “a contar história sobre algum acontecimento importante de sua vida e do contexto social” (BAUER E GASKELL, 2008, p.93). Como o tempo impossibilitaria de escutar uma parte expressiva da população de Andorinha para uma amostra, o principal critério para escolha de personagens foi à busca por lideranças que representassem parcelas diversas da população. Foi feita também uma análise qualitativa dos conteúdos abordados pelos grupos de Whatsapp de Andorinha (BA), buscando mapear os temas que circulam a fim e entender as necessidades de comunicação da população.

O questionário contém 17 perguntas que serviram de base para definir o perfil da população e entender os meios que usam para o consumo de informações. Ao responder sobre os temas que mais circulam, política e violência foram os primeiros colocados, com respectivamente, 41 (67,2%) e 22 (36,1%) respostas. Questionados a respeito do tema que desejam receber informação, responderam empregabilidade (54,1%), educação (50,8%) e saúde (34,4%) respectivamente. Quanto à circulação de fake news, a maioria (44,3%) da população considerou que consegue reconhecer quando a notícia é falsa, enquanto que 34,4% responderam com um “talvez reconheça”; e 21,3% admitiram que não sabe discernir quando a notícia é falsa ou verdadeira. Dados que chocam com a realidade diária da população, pois durante a pesquisa exploratória, foi identificado que, em Andorinha (BA), existem vários grupos de circulação de informações, sendo divididos por segmentos, tais como: política, intitulado Vendinha Beija Flor; comercialização de produtos, chamado Andorinha publicidade; e de transporte alternativo - Táxis de Andorinha. Estes grupos têm público específico para atender a demanda e/ou interesses, porém circulam várias informações.

Na coleta de dados sobre a comunicação em Andorinha, foi possível encontrar alguns canais de comunicadores populares, entre eles estão o Papo Reto⁷ e Andorinha News⁸. O Papo Reto pertence a Rafael Batista e foi criado em maio de 2021, dividindo-se entre uma página no Instagram que tem 2.364 mil seguidores e o programa ao vivo no YouTube todas as quintas à noite. Esses produtos foram acompanhados entre os dias 9 a 22 de abril.

⁷ O canal do Papo Reto no YouTube está disponível em:

<https://www.youtube.com/@paporetocomrafaelbatista> e a página do Instagram pode ser acessada através do link: https://instagram.com/paporeto_com_rafael_batista?igshid=NjIwNzIyMDk2Mg

⁸ A página do Instagram do Andorinha News está disponível em:

<https://instagram.com/andorinhaneews?igshid=NjIwNzIyMDk2Mg>

Ao acompanhar os *stories* na plataforma instagram, foi possível perceber que a maioria das publicações do Papo Reto é de propaganda das parcerias que tem na cidade ou de divulgação do podcast. Em alguns momentos, disponibiliza caixinhas de perguntas para os seguidores como aconteceu no dia 17 de abril, quando ele abriu seus stories para que os seguidores relatassem os problemas que encontram na cidade. Ao total, foram 11 interações divulgando denúncias de áreas como infraestrutura, política e saúde.

No feed, houve a postagem de 18 de abril que contou sobre o caso do senhor João que não tinha conseguido regulação. Na semana de 9 a 22 de abril, houve as seguintes publicações de maior impacto na comunidade: nota sobre o cenário político com anúncio de uma pré-candidatura à prefeitura local; solicitação de um vereador para viabilizar a destinação de recursos do CEFEM da empresa Ferbasa para o Fundo Municipal da Criança e Adolescente. Além dessas, também houve uma postagem sobre o assassinato do vereador Pablo Campos que aconteceu há dois anos atrás e não houve ainda nenhuma resolução sobre quem cometeu o homicídio.

O Andorinha News tem uma página no instagram criada em outubro de 2019 e possui 13,1 mil seguidores. Em análise entre os dias 9 e 22 de abril, foi possível ver uma postagem com tema saúde, com vídeo do responsável técnico de um Laboratório da cidade falando sobre check-ups, também foi publicado um vídeo do Jornal *Hoje* noticiando o bloqueio de 1,2 milhões de cadastros do Bolsa Família. Na mesma semana, houve a publicação de um texto sobre um acidente de carro em um povoado da cidade. Com o São João se aproximando, houve também a publicação das atrações da festa de Senhor do Bonfim (BA). No dia 21 de abril, teve a divulgação de uma atração do São Pedro na cidade de Andorinha.

O grupo mais falado em Andorinha é a Vendinha Beija Flor, criado em 17 de abril de 2018, com 308 participantes tem como objetivo principal compartilhar informações sobre a política Nacional, Estadual e Local. Durante os dias 4 a 14 de maio, circularam 70 publicações sobre política nacional, divididas entre áudios, vídeos, textos e links de matérias de jornais nacionais.

Quanto às publicações locais houve cinco na área da saúde relacionadas ao boletim de casos de Covid 19 e uma sobre vacina de febre aftosa para gado. Sobre segurança e violência teve 11 publicações, com temas como assaltos em Senhor do Bonfim, um acidente e um assassinato. Houve também duas publicações sobre sessões

na câmara dos deputados, duas sobre a infraestrutura da cidade, um informe sobre o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) e um sobre o benefício do bolsa família, 10 publicações sobre o São Pedro de Andorinha e uma sobre o São João de Senhor do Bonfim. Ao analisar o grupo também foi possível perceber o compartilhamento de informações com imagens e textos falsos e manipulados.

Também foi encontrado o grupo ‘Táxis de Andorinha’, criado em 16 de dezembro de 2018, com 244 participantes. O grupo é administrado pelos taxistas que fazem o transporte intermunicipal da cidade, já que o município não possui nenhuma linha de ônibus. Mesmo com a finalidade de informar sobre transporte e horários, no grupo também circulam informações sobre o cotidiano da cidade e publicidades de lojas locais. Na análise feita dos dias 15 a 30 de março, foi possível perceber uma prevalência de conteúdos publicitários e informes sobre os horários de ônibus, tendo sido encontrados apenas dois conteúdos informando sobre IPVA e um áudio de desinformação sobre vacinas.

Como a cidade não possui rádio com veiculação de notícias sobre o local e as iniciativas de comunicação são recentes, o boca a boca, como uma ferramenta antiga e muito usada na história da humanidade, ainda é um dos principais meios de informação entre a população de Andorinha (BA). Outra forma de comunicação usada na cidade são os famosos carros de sons, que, de acordo com os entrevistados, são usados para dar informes sobre vacinas e eventos.

Uma das principais características do boca a boca é que ele é acessível a todos, mas também pode ser um problema quando propaga boatos e informações falsas. Durante as entrevistas realizadas em Andorinha (BA), foi possível perceber que, assim como o boca a boca tem força, os boatos também têm. Em uma matéria de Guillermo Altares (2018), para o El País, ele argumenta que as notícias falsas são velhas conhecidas das sociedades civilizadas, pois são espalhadas desde a antiguidade. Ele ainda aponta que, no contexto de guerras, é onde as informações falsas mais se proliferam, e que não é à toa o ditado jornalístico que diz que a primeira vítima da guerra é a verdade.

Como continuação da pesquisa de campo, foi realizada visita ao município de Andorinha (BA) na semana entre os dias 1 e 7 de maio de 2023, com o objetivo de realizar uma observação de aspectos relacionados ao acesso à comunicação pela população, tendo sido feitas atividades como visitas ao CRAS, bancos, prefeituras e

secretaria de cultura. Nessa semana, também foram realizadas entrevistas, cobertura fotográfica de alguns espaços do município e pesquisa documental sobre a história da cidade na biblioteca local.

As entrevistas foram definidas pelo critério de fontes principais de informações para a produção do podcast. Como o tempo impossibilitaria de escutar uma parte expressiva da população de Andorinha para uma amostra, o principal critério para escolha de personagens foi a busca por lideranças que representassem parcelas diversas da população, tendo sido entrevistados secretário de cultura, moradores, comerciante, presidente de associação rural e dos comerciantes, ex-vereador, organizador de festas e funcionário da principal empresa da cidade. Também foram realizadas entrevistas com assessoras, publicitária e comunicadores populares da cidade para entender o funcionamento da circulação de informações dentro do município.

Conclusões

Durante a pesquisa exploratória feita em Andorinha (BA), foi possível perceber que, assim como o boca a boca tem força, os boatos também têm. Assim, nas entrevistas, alguns moradores demonstraram preocupação quanto à rede de boatos que existe na cidade. Luciano Evangelista, proprietário de um mercado no centro da cidade conta que percebe que há comunicadores que fazem o papel de informar a população, mas que não dão conta da realidade local, já que houve publicação de informações falsas nos blogs de notícia.

Diante das complexidades de um deserto de notícias e amparada pelas análises e resultados dessa pesquisa, entende-se que a comunidades andorinhence continua sem cobertura local de notícias, mas ainda existem produtos que se propõem a entregar informação sobre a cidade e seus bairros, com uma linguagem que se aproxima da população. Entretanto, foi verificado que o acesso à internet ainda é precário para muitas comunidades rurais do município, assim, durante as entrevistas os moradores apresentaram a necessidade de uma rádio local que alcance todos os espaços da cidade. Outro ponto levantado pela população foi a falta de repórteres de rua para apurar os fatos com mais detalhes, produzindo assim um conteúdo de mais qualidade e confiança.

Após realizar a pesquisa, considerou-se que, como nos estudos sobre jornalismo, a mídia é apontada como um elemento essencial para a democracia e o jornalismo local como instrumento para fortalecer as identidades locais, contextualizando as notícias com a realidade cultural, social e ambiental da região em

que faz a cobertura, buscou-se analisar os impactos da falta de veículos jornalísticos para a população de Andorinha (BA).

Comprovou-se que a ausência de produtos jornalísticos pode comprometer a apuração dos acontecimentos. Outro objetivo alcançado foi o de investigar os impactos da disseminação de informação falsa por meio de boatos na cidade, impactando na desconfiança quanto à saúde e segurança. Além disso, como os canais de comunicação locais não dão conta de abordar todos os temas necessários para que haja qualidade nas informações, o município fica à mercê de decisões tomadas por gestores públicos com pouca transparência pública.

REFERÊNCIAS

ANATEL, Agência nacional de Telecomunicações; Meu município. Disponível em: <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/meu-municipio>. Acesso em: 22 mai. de 2023.

ALTARES, Guillermo. **A longa história das notícias falsas**. El país: Madri 18 jun. de 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/08/cultura/1528467298_389944.html. Acesso em: 24 mai. de 2023

ATLAS DO DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL. Rio de Janeiro, PNUD, IPEA, Fundação João Pinheiro, 2003. Acesso em: Estatísticas da Saúde; Mortalidade 1992. Porto Alegre: Secretaria da Saúde, 1995; Rio Grande do Sul. Disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br/consulta/planilha> Acesso em 24 de mai. De 2023

BARROS, Larissa Cristina Sampaio. **Desertos de notícia e Comunicação Pública: Um estudo de caso sobre o Atlas da notícia**. Brasília, 2019. 24 f. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/26455>. Acesso em: 28 mai. 2022.

BENEZATH, Rita. **A mudança no ecossistema jornalístico e o Deserto de notícias no espírito santo**. Espírito Santo: 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/poscom/article/view/32168/21658>. Acesso em: 06 dez. 2021.

BAUER, Martin W.; **GASKELL**, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Editora Vozes Limitada, 2017.

CETEM - Centro de Tecnologia Mineral. Exploração de cromita em Andorinha (BA) causa problemas socioambientais. Andorinha – BA: **MUNICÍPIOS**, 2014. Disponível em: <http://verbetes.cetem.gov.br/verbetes/ExibeVerbete.aspx?verid=175>. Acesso em: 16 mai. de 2022.

DEOLINDO, Jackeline. **Os desertos de notícias e a comunicação em pequenas cidades fluminenses**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL –2021.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Editora Atlas S.A, 4º edição, 2002.

GONÇALVES, Katiane Benevides. **A PRODUÇÃO DE CIDADE: Uma análise das transformações do espaço urbano na Cidade de Andorinha-BA (1989-2020)**. Senhor do Bonfim, 2021.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. tradução Tomaz Tadeu da Silva,. Guaracira Lopes Louro-11. ed. -Rio de Janeiro: DP&A, 2006. 104p.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **IBGE Cidades: Andorinha (BA)**, 2010; 2020; 2021. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ba/andorinha/panorama>. Acesso em: 22 de mar. de 2023.

FREITAS, Isaac. (2018). **FORMAÇÃO DE TRADUTORES E INTÉRPRETES DE LIBRAS/LÍNGUA PORTUGUESA VIA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA NO SEMIÁRIDO BAIANO**. Trama. 14. 40-52. 10.48075/rt.v14i32.18117. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/348292160_FORMACAO_DE_TRADUTORES_E_INTÉRPRETES_DE_LIBRASLINGUA_PORTUGUESA_VIA_EXTENSAO_UNIVERSITARIA_NO_SEMIARIDO_BAIANO. Acesso em: 1 de ago. de 2023.

FURLANETTO, Anna Carolina R. **Desertos de notícia e o jornalismo de interior: uma análise de seis cidades interioranas da região sul**. 2014. Disponível em: <https://repositorio.unipampa.edu.br/jspui/bitstream/riu/6037/1/Anna%20Carolina%20Roque%20Furlanetto%202021.pdf>. Acesso em: 21 out. 2021.

JURADO DA SILVA, Paulo F. **Discussão geográfica sobre cidades pequenas**. Rio Claro, v. 34, n. 2, p. 203-217, 2009.

MEDEIROS, Rafael. **A FUNÇÃO SOCIAL DO RÁDIO LOCAL ENTRE DESERTOS DE NOTÍCIA E ZONAS DE SILÊNCIO: reverberações da migração AM - FM**. Revista Âncora: João Pessoa, PB, ANO 7, VOL.7, N.1. p. 360-378, 2020.

PROJOR (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo). **Atlas da Notícia**. São Paulo: 2019. Disponível em: https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vTedpNyScKNhwHzXo_eMIDyZQ_J0NxsdoLhgPz2QIxivW6gC6U92oO6l58ztEDa8QDxsTxfpGrYIw7n/pub?start=false&loop=false&delays=3000&ref=atlas.jor.br&slide=id.p1. Acesso: 12 mai. 2022.

PROJOR (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo). **Atlas da Notícia**. São Paulo: 2022. Disponível em: https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vR-f5IMNoMDPTZtQGLEmienJCFfkAxmqpRuL6lpg5o_g6vE9WnMuEu94wn0DeDspft7BGQNPxlvToC/pub?start=false&loop=false&delays=3000&slide=id.p1. Acesso: 12 mai. 2022.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão**. 7.ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.