

Deserto de notícias: Estudo de Caso em Salinas da Margarida (BA)¹

Renata Falcone²

Claudiane Carvalho³

Universidade Federal da Bahia - UFBA

Resumo

O presente artigo é baseado num Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, e apresenta uma discussão teórica e um estudo de caso sobre o tema “deserto de notícias”, que se refere a cidades desprovidas de jornalismo local, ou seja, que não possuem nenhum empreendimento jornalístico dedicado a cobrir e veicular acontecimentos noticiosos sobre seu próprio território. O termo, que ganhou relevância em pesquisas sobre a crise do jornalismo nos Estados Unidos, inspirou, no Brasil, o projeto Atlas da Notícia, fornecendo dados para pesquisas locais. A partir da reflexão sobre a importância do jornalismo local, este texto apresenta os resultados de um estudo de caso realizado na cidade de Salinas da Margarida, no Recôncavo Baiano, classificada como deserto de notícias pelo Atlas, com o objetivo de analisar os hábitos informacionais de seus cidadãos.

Palavra-chave: deserto de notícias; jornalismo local; Atlas da Notícia; Salinas da Margarida.

Introdução

O termo “deserto de notícias” é relativamente recente. Criado nos Estados Unidos, em 2016, para definir cidades que estavam perdendo seus jornais locais, essa alcunha, no Brasil, é utilizada para classificar cidades desprovidas de veículos de jornalismo local. O Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (PROJOR)⁴ em parceria com a Volt Data Lab⁵, uma agência de análise de dados que atua no setor de comunicação, criou o Atlas da Notícia⁶, um banco de dados de veículos noticiosos do Brasil que permitisse uma visão ampla dos espaços ocupados pelo jornalismo.

O Atlas é inspirado pelo projeto *America's Growing News Desert*⁷, da *Columbia Journalism Review*, baseado nos estudos de Penelope Abernathy (2016) que ampliou o conhecimento sobre o termo entre pesquisadores e acadêmicos. A partir do

¹ Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em 2025, no Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação – FACOM, da Universidade Federal da Bahia – UFBA, e-mail: renataif@gmail.com.

³ Professora da Faculdade de Comunicação e do PósCOM da UFBA. Email: claudianecarvalho.29@gmail.com.

⁴ Disponível em: <https://www.projor.org.br/> Acesso em 06 de dezembro de 2022.

⁵ Disponível em: <https://voltdata.info/> Acesso em 06 de dezembro de 2022.

⁶ Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/> Acesso em 06 de dezembro de 2022.

⁷ Disponível em: https://www.cjr.org/local_news/american-news-deserts-donuts-local.php Acesso em 06 de dezembro de 2022.

desenvolvimento desse conceito, vários estudos estão sendo realizados para analisar como anda o jornalismo local no Brasil, aquele voltado para cidades menores e mais afastadas dos grandes centros urbanos. Porém, há diferenças entre como o termo é avaliado nos dois países. Era necessário, portanto, compreender melhor o que significava um território desprovido de imprensa na realidade brasileira.

Com base nesses estudos, esse artigo é uma síntese de um Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, e apresenta as conclusões de uma pesquisa de estudo de caso realizada na cidade de Salinas da Margarida-BA, classificada como deserto de notícias – segundo os critérios do Atlas da Notícia –, para analisar como seus cidadãos se informam sobre questões locais.

Deserto de notícias e jornalismo local

Apesar do termo ter surgido numa matéria do pesquisador Tom Stites, em 2011⁸, é a partir dos relatórios de Penelope Muse Abernathy que a expressão “Deserto de Notícias” se torna mais amplamente explorada, ao denominar regiões desprovidas de um veículo de imprensa local capaz de cobrir assuntos da própria comunidade. Em 2016, nos Estados Unidos, a jornalista e pesquisadora da Universidade da Carolina do Norte (UCN), apresentou um relatório a partir de uma pesquisa sobre o jornalismo local que denunciava o fechamento de diversos jornais locais em cidades pequenas. Os veículos sobreviventes estavam sendo comprados por grupos de investidores pouco preocupados com a manutenção da qualidade jornalística. Os jornais restantes tornavam-se superficiais, com matérias reduzidas e sem conexão com o seu território, sendo classificados como “*ghostpapers*” – jornais fantasmas, segundo Abernathy. Desde então, essa pesquisa tem sido desenvolvida ao longo dos anos. O projeto mudou, em 2022, para a Medill School of Journalism, da Northwest University – que mantém o site *Local News Initiative*⁹, onde é possível acessar os relatórios anuais, além de reportagens, artigos e também um banco de dados similar ao primeiro lançado em 2017, pela UCN.

Inspirado nesse modelo, em 2017, no Brasil, o Projor, Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo, em parceria com a Volt Data Lab, elabora um banco de

⁸ STITES, Tom. **Banyan Project**. Disponível em: <https://banyanproject.coop/> Acesso em: 27 jul 2024.

⁹ Disponível em: <https://localnewsinitiative.northwestern.edu/projects/state-of-local-news/explore/#/localnewslandscape> Acesso em: 08 abr 2025

dados semelhante: o Atlas da Notícia, que tem fornecido dados e relatórios periódicos sobre como se distribuem os veículos de imprensa no Brasil.

Porém, existem diferenças entre a realidade da imprensa brasileira e estadunidense. Se nos Estados Unidos, o termo foi criado justamente por uma associação com o processo de desertificação, no Brasil, a realidade parece diferente. Desde seu surgimento, os relatórios do Atlas apontam uma redução dos desertos¹⁰. Este fato pode ter duas causas: a identificação de veículos que já existiam, ou, o surgimento de novos veículos como sites, blogs e páginas de redes sociais - classificados como “online”, graças à facilidade econômica e burocrática de iniciar este tipo de empreendimento.

Nos EUA, a queda na qualidade da apuração jornalística é o principal foco da pesquisa. Com o desaparecimento dos jornais impressos, desaparecem também notícias mais aprofundadas sobre questões realmente relevantes à comunidade, com a devida contextualização e apuração dos fatos. Segundo Abernathy, mesmo veículos, como rádio e TV, não conseguem cobrir mais profundamente certas questões que só o jornalismo impresso era capaz: “Mesmo o surgimento de novos blogs e sites noticiosos não está suprimindo o que está a ser perdido” (Abernathy e Franklin, 2022). Já no Brasil, o Atlas passou a considerar a desertificação por critério numérico, não importando o tipo de veículo. Outra diferença é a unidade territorial usada nos dois casos. Enquanto nos EUA, ela é baseada a partir do condado -- que pode incluir uma ou mais cidades -- no Brasil, são os municípios.

Isso levanta a importância do estudo sobre jornalismo local. Afinal, um morador de um desses municípios é capaz de ter acesso a notícias do mundo, de seu país, da capital do seu estado e, também, da cidade-polo mais próxima que tenha um veículo jornalístico, mas não tem acesso a notícias sobre sua própria cidade.

Reconhecido por diversas denominações, a exemplo: “mídia local”, “mídia regional”, “jornalismo de interior”, entre outros, o jornalismo local pode ser classificado em relação à cobertura de outros territórios e até bairros de grandes metrópoles. Segundo Cicília Peruzzo (2005, p.69), “mídia local denota uma comunicação baseada em informação de proximidade”. Assim como Abernathy, a autora defende que a mídia e o jornalismo local, “cumprem uma importante função social”. No Brasil, o desenvolvimento do jornalismo online, por meio de blogs e até contas em redes sociais

¹⁰ Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/analise/atlas-da-noticia-identifica-reducao-de-desertos-e-lideranca-do-jornalismo-online-no-brasil/> Acesso em 15 de julho de 2024

com caráter jornalístico, tem contribuído para uma redução – pelo menos numérica – dos desertos, graças a descentralização da economia brasileira, a ampliação da cobertura da internet e a propagação dos smartphones, que facilitam tanto a produção como o consumo de produtos e serviços noticiosos. Muitos desses veículos, inclusive, apresentam características multimidiáticas, com apresentação de vídeos de *Youtube* e *podcasts*. As rádios, ainda relevantes, sendo o segundo veículo mais presentes nesses territórios, também costumam manter sites com notícias escritas, redes sociais e links de transmissão ao vivo da programação e eventos (Falcone, 2022). Muitos dos blogs na Bahia, também apresentam a característica da personalização, tendo o nome do principal jornalista estampando o título do blog, que segundo a análise: "gera confiança e legitimidade ao veículo, uma vez que associa o conteúdo a uma figura conhecida e mesmo respeitada na comunidade" (Andrade e Guerra, 2022, p. 35).

Contudo, a importância do jornalismo local, segundo Abernathy (2016), Peruzzo (2005) entre outros estudiosos, teria como base o ideal do jornalismo como função cívica, não apenas no papel de vigilante da sociedade, atento às decisões políticas que afetam os cidadãos locais, como colaborador para o crescimento econômico dos empreendimentos locais, através da publicidade e da veiculação de eventos e atividades de interesse público, além de reforçar o pertencimento, a valorização das tradições e cultura da região, e instruir a população sobre seus direitos e garantindo a melhor atuação de seus governantes.

No Brasil, contudo, muitos desses novos veículos têm atuação de jornalistas amadores, sem formação acadêmica, que tendem apenas a replicar o modelo de veículos de grandes centros urbanos. É comum testemunhar a duplicação de conteúdos de agências de notícias e de outros veículos - às vezes, sem créditos, configurando plágio. A propaganda ocupa boa parte do espaço ou da programação para conseguir suprir os custos operacionais. Também há episódios de desinformação (*fake news*) e "*clickbait*s" – notícias sensacionalistas de outros municípios que nada têm a ver com a localidade. Por essa razão, essas empresas poderiam também ser classificadas como "veículos fantasmas".

Outro problema seria a "neutralidade" jornalística, pois, em cidades pequenas no Brasil, os donos das maiores empresas anunciantes também são, em geral, os líderes políticos, e comumente, até donos de alguns desses meios. Nessa conjuntura, seria plausível questionar se um veículo, mesmo considerado "independente" de instituições, pode ser realmente imparcial, visto que a dependência econômica de anunciantes --

sobretudo os de origem pública -- pode afetar um posicionamento mais crítico. Mesmo quem arrisca um posicionamento mais combativo, corre o risco de represálias econômicas e até atentados:

No território itabunense, um dos veículos, por conta da sua vertente mais independente e de caráter denunciador, foi alvo de uma tentativa de silenciamento: um dos responsáveis pelo Jornal A Região foi assassinado, em junho de 1998, após denunciar políticos do Sul da Bahia e policiais da capital. A despeito dessa investida, tendo como um dos principais modelos de negócio o *crowdfunding*, o veículo permanece ativo, [...]. (Andrade *et al*, 2022, p. 111)

Em relação às cidades sem um veículo próprio, alguns aspectos foram observados que suprem, pelo menos em parte, a carência de informações locais. Prefeituras costumam manter sites ou redes sociais, como uma espécie de assessoria, para divulgar serviços e prestação de contas – porém, sem a apuração e avaliação crítica. Em veículos de cidades maiores também é comum a cobertura de notícias de cidades-deserto vizinhas (Falcone, 2022, p. 207). Grupos de redes sociais como o *WhatsApp*, também são responsáveis por alguma outra informação local relevante, ampliando o alcance da comunicação interpessoal – o boca-a-boca. Carros de som também são relatados como fonte de notícias, principalmente de falecimento. Também foi verificada a existência de veículos que cumprem alguma função jornalística na cidade, mas são ligados a movimentos sociais e de classe e não podem ser classificados como veículo local, segundo as regras do Atlas da Notícia¹¹. Considerando que muitas cidades-deserto possuem uma média de apenas 9 mil habitantes e baixa renda *per capita* em geral, seria possível existir algum veículo realmente independente nessas localidades? Afinal, um veículo noticioso, como empresa, precisa de um público consumidor.

Estudo de Caso: Salinas da Margarida-BA

Salinas da Margarida é um município no Recôncavo Baiano, pertencente à Região Geográfica Intermediária de Santo Antônio de Jesus e da Região Geográfica Imediata de Nazaré-Maragogipe. O mar separa a cidade da Ilha de Itaparica, onde estão os municípios de Itaparica e Vera Cruz. Com população estimada em 15.497 habitantes, segundo o Censo do IBGE (2022), teria condições para ter, pelo menos, um ou dois veículos de

¹¹ “Veículos não-jornalísticos incluem canais de TV pertencentes a Estados e municípios, periódicos de sindicatos e associações corporativas e outros veículos que não se encaixam em padrões de produção jornalística.” (ATLAS, 2022)

comunicação. No entanto, segundo o *Atlas*, Salinas é um deserto de notícias. Sua economia local é baseada, a princípio, na exploração pesqueira e no turismo. Nos últimos anos, a cidade também passou a receber royalties da Petrobrás por ceder território para a passagem de um gasoduto. Esse fato parece ter contribuído com o incremento econômico da cidade com um crescimento de 111,34% do PIB *per capita*, -- de R\$ 5 9348, em 2010, para R\$12 550,81, em 2021 – e do IDHM, de 0,466 (baixo), em 2000, para 0,617 (médio), em 2010. Outro critério para a escolha da cidade como estudo, foi sua distância de Maragogipe, cidade que nomeia a Região Geográfica Imediata, onde ela se insere, para que a proximidade não significasse uma possível cobertura de algum veículo próximo.

Decidiu-se, então, que seria realizada uma visita para observação participante e entrevistas semiestruturadas com moradores locais, visando compreender a realidade dos sujeitos “a partir de suas experiências, práticas cotidianas e sentidos atribuídos às ações” (Duarte, 2008).

A visita, ocorrida entre 11 e 13 de janeiro de 2025, foi guiada por uma residente, nascida no município. Graças a essa intermediadora, foi possível ter acesso a moradores locais, observar seus hábitos, realizar entrevistas, além de conversas informais com perfis diversos em termos de idade, ocupação, escolaridade e entre a região central e o distrito de Conceição de Salinas, pertencente ao município. O roteiro incluiu questões relacionadas aos hábitos informacionais, às fontes utilizadas para saber sobre a cidade, à percepção sobre a qualidade e confiabilidade das informações disponíveis e à existência ou não de um veículo jornalístico que represente Salinas da Margarida.

Seguindo o padrão de outras cidades-deserto, tanto a prefeitura quanto a câmara municipal de Salinas mantêm um site onde fica registrado o diário oficial. A prefeitura tem conta no Instagram¹², com postagens atualizadas. Já no Facebook¹³, estava desatualizada, desde 2023. A Câmara Municipal tem apenas um site¹⁴ simples.

Em busca por páginas de notícias sobre Salinas no *Instagram*, foram encontrados os seguintes títulos: @porta_salinasdamargarida; @salinasdamargarida.ba (da Prefeitura); @salinas_da_margarida; @salinasdamargaridaba; @salinasaqui. Nenhuma delas tinha real perfil noticioso, apenas fotos ou vídeos sobre festas, atrativos locais e

¹² Disponível em: <https://www.instagram.com/salinasdamargarida.ba/> Acesso em: 18 jan 2024.

¹³ Disponível em: <https://www.facebook.com/salinasdamargarida.ba>. Acesso em: 24 de jul 2024.

¹⁴ Disponível em: <http://camarasalinasdamargarida.ba.gov.br/> Acesso em: 24 de jul 2024

classificados, que também é a característica dos principais grupos temáticos de Salinas no Facebook.

Poucos dias antes da visita à região, contudo, foi descoberta uma rádio comunitária, Salinas FM, que também continha site¹⁵ e conta no Instagram¹⁶, sendo depois indicada inclusive como fonte de informação para alguns entrevistados. Porém, segundo a guia e intermediadora, ela era ligada à prefeitura e seu alcance era limitado ao centro de Salinas. Em entrevista com o responsável pela rádio, confirmou-se que ela funcionava em terreno cedido pela prefeitura, mas que tinha programação independente. Porém, grande parte das postagens da rádio no Instagram são iguais às da Prefeitura.

Como nem todas as entrevistas puderam ser em caráter oficial, só foi possível reunir oito respostas registradas. A identidade e dados destes contatos foram preservados. Referente à pergunta de múltipla escolha “Como você busca notícias da Bahia, Brasil ou Mundo (Notícias em Geral)”, as Redes Sociais foram apontadas por sete dos oito entrevistados, seguida de TV, por seis.

Em relação à pergunta também de múltipla escolha sobre como buscavam notícias sobre Salinas da Margarida, a maior parte das respostas foi “Redes Sociais” (5), “Grupos de Whatsapp” (5) e “Boca-a-boca” (4). Quando questionados qual rede social, pelo menos dois entrevistados responderam que era na conta de Instagram da Prefeitura. Assim, confirmaram, em parte, a hipótese de que as páginas de redes sociais das prefeituras acabam por preencher as informações referentes a serviços locais e eventos da administração pública local.

Algumas perguntas, contudo, se mostraram inócuas. Todos confirmaram a existência de carros de som da cidade, mas explicaram que pertencia à funerária local com apenas notícias de falecimento. Sobre Fake News, a maioria afirmou buscar outras fontes quando desconfiam de que alguma notícia seja falsa, dando a entender que já tinham consciência do fenômeno e meios de lidar com aquilo.

Durante a visita, a observação sobre a relação entre os moradores, sobretudo do distrito de Conceição de Salinas, mostrou forte familiaridade e aproximação. O entrar e sair da casa de vizinhos é comum, assim como a conversa nas portas de casa e nos

¹⁵RADIO SALINAS FM. [Site institucional]. Disponível em: <https://radiosalinasfm.com.br/index.php/home-radio-salinas-fm-87-9/>. Acesso em: 09 jan 2025.

¹⁶ RADIO SALINAS 87.9 FM. Brasil: out 2017. **Instagram**: @salinasfm87.9. Disponível em: <https://www.instagram.com/salinasfm87.9/>. Acesso em: 18 jan 2025.

mercados. Isso reforçou o entendimento sobre a importância da comunicação interpessoal, reforçada pela resposta de boa parte dos entrevistados que declararam se informar das notícias locais pelo “boca-a-boca”. Tal hábito, que já acontecia pelas condições sociais e culturais, é potencializado pelo WhatsApp e outras redes sociais. Dois grupos de WhatsApp foram indicados como fontes, mas nenhum deles tinha caráter noticioso sendo apenas espaço de discussões, sobretudo políticas, ou prestação de serviço de compra e venda e transporte intermunicipal.

A segurança da cidade foi outro aspecto que chamou a atenção, tema orgulhosamente comentado por seus moradores, e que contribui para uma boa avaliação dos moradores em relação à administração local. O que levou a outra observação: a longa participação de um mesmo grupo político na administração local. O ex-prefeito acabara de encerrar seu quinto mandato e ainda tinha eleito a candidata do seu partido. Uma longa permanência no poder poderia indicar uma forte influência na comunicação local, numa forma sutil de censura, por meio de influência política e econômica. De fato, uma reclamação que apareceu em mais de uma entrevista foi que, com os poucos meios de informação na região, “o lado ruim do que acontece nunca é veiculado”, ficando restrito às conversas informais e meras suposições sem apuração.

Quando questionados sobre a existência ou necessidade de um veículo jornalístico local, sete dos oito entrevistados manifestaram o desejo de ter um canal confiável que reunisse as principais notícias da cidade.

Outra descoberta foi o uso de um blog de Vera Cruz, o “Ilha Notícias Bahia”¹⁷, que também noticiava acontecimentos em Salinas. O que confirmou outra das características evidenciadas na pesquisa prévia sobre jornalismo local: a de que veículos de cidades de maior influência costumam divulgar acontecimentos noticiosos de desertos de notícia vizinhos. A diferença, no caso de Salinas da Margarida, é que a partir dos critérios do IBGE, o foco da pesquisa foi em relação à cidade de Maragogipe quando, na verdade, a cidade de maior influência e proximidade é Vera Cruz.

Considerações finais

É válido dizer que Salinas da Margarida não está totalmente desprovida de apuração e notícias sobre a sua localidade. Se não há mais iniciativas de caráter

¹⁷Disponível em: <https://ilhanoticiasbahia.com.br/> Acesso em 18 jan 2025.

jornalístico local, isso pouco parece ter relação com as condições socioeconômicas locais e mais com um desestímulo à independência da comunicação local frente à influência política, além da atuação das redes sociais na proliferação de informações locais, ainda que sem apuração. No contexto brasileiro, essa precarização se expressa não apenas na inexistência de veículos, no caso dos desertos, mas na presença de estruturas frágeis, política e economicamente comprometidas. O Atlas da Notícia, ao mapear essa realidade, oferece um panorama necessário, mas ainda quantitativo, como avaliam Lüdtke e Spagnuolo (Atlas da Notícia, 2023).

As evidências coletadas confirmaram muitas hipóteses previamente levantadas nas pesquisas de jornalismo local, como a cobertura por cidades-polo e o uso informativo de redes sociais de Prefeituras. Isso sem incluir a própria prática da comunicação interpessoal, potencializada por aplicativos como WhatsApp e Redes sociais. Contudo, ficou evidenciado também, a carência e o desejo de um veículo de imprensa que os represente. Um espaço não tão difícil de ser preenchido, graças aos avanços tecnológicos dos meios online, mas com limitações político-econômicas para se realizar plenamente.

As iniciativas mais próximas do interesse público na função jornalística, contraditoriamente, parecem partir justamente de veículos de associações de classe, em geral, da base trabalhadora (Abernathy, 2022), entre outras iniciativas de mídia comunitária. São alternativas quando se trata de uma cobertura com compromisso cívico e democrático e menos influenciada pela lógica do mercado, mas desconsideradas dos critérios do Atlas.

O estudo realizado em Salinas da Margarida permitiu compreender, a partir da realidade concreta de um município baiano, os efeitos da ausência de jornalismo local sobre os hábitos informacionais e a cidadania. Embora haja produção e circulação de informações, ela se dá de forma fragmentada e informal, com riscos evidentes de desinformação e baixa qualidade. A pesquisa reforça a importância do jornalismo local como ferramenta de fortalecimento democrático, além de indicar que os desertos de notícias não são espaços de silêncio absoluto, mas de silêncio jornalístico. Há vozes e fluxos comunicacionais, mas carecem de mediação ética, técnica e crítica, próprias do campo jornalístico.

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 Sustainability in Local Media, 2016. Disponível em: <https://www.usnewsdeserts.com/reports/rise-new-media-baron/>. Acesso em: 27 jul 2024.

ABERNATHY, Penelope Muse. e FRANKLIN, Tim (org). **The State of Local News 2022 - Expanding News Deserts, Growing Gaps, Emerging Models**. Northwestern University: Local News Initiative, 04 out 2022. Disponível em: <https://localnewsinitiative.northwestern.edu/projects/state-of-local-news/2022/> Acesso em 27 jul 2024.

ANDRADE, Ivanise Hilbig de; GUERRA, João Cláudio de Santana (org.). **Jornalismo Local na Bahia: presenças, ausências e novas práticas**. São Paulo: Gênio Editorial, 2022. 227p.

ATLAS DA NOTÍCIA. Projor. 2018 (Última atualização em 09 de agosto de 2023) Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/> Acesso em 5 dez de 2022.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.380p.

FALCONE, Renata I. Mapeamento e análise dos veículos jornalísticos da região de Santo Antônio de Jesus. In: ANDRADE, Ivanise Hilbig de; GUERRA, João Cláudio de Santana (org.). **Jornalismo Local na Bahia: presenças, ausências e novas práticas**. São Paulo: Gênio Editorial, 2022. cap 10. p 193-209

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Divisão regional do Brasil em Regiões Geográficas Imediatas e Regiões Geográficas Intermediárias**. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Cidades e Estados**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 15 jan. 2025.

LÜDTKE, S., SPAGNUOLO S. **Brasil tem redução de 8,6% nos desertos de notícias em 2023, mas jornalismo local precisa de incentivo**. Atlas da Notícia. 09 ago 2023. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/v6/brasil-tem-reducao-de-8-6-nos-desertos-de-noticias-em-2023-mas-o-jornalismo-local-precisa-de-incentivo/> Acessado em: 27 jul 2024

NORTHWESTERN UNIVERSTIY (Medill). **Local News Initiative**. 2017-2021. Disponível em: <https://localnewsinitiative.northwestern.edu/projects/state-of-local-news/explore/#/localnewslandscape> Acesso em: 08 abr 2025

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1o. sem. 2005. Disponível em: metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/8637/6170. Acesso em 05 de nov de 2024.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). **Página institucional**. United Nations Development Programme(UNDP), [s.d.]. Disponível em: <https://www.undp.org/pt/brazil>. Acesso em: 06 dez. 2022.

PROJOR (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo). Atlas da Notícia. [on-line]: Projor, 2017. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br>. Acesso em 28 nov. 2022.

SALINAS DA MARGARIDA. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Salinas_da_Margarida. Acesso em: 8 dez. 2023.