

Desertos de notícias na Zona da Mata Mineira: a popularização de canais de jornalismo amador diante da escassez de veículos jornalísticos.¹

Jean ALMEIDA²
Gabriel BHERING³
Iluska COUTINHO⁴

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

O estudo oferece uma análise dos desertos de notícias (Franco, 2022) em trinta e três municípios da Zona da Mata Mineira, destacando a prevalência de perfis de jornalismo amador diante da falta de fontes confiáveis de informação. O estudo revela a partir da Análise da Materialidade do Audiovisual (Coutinho, 2016) que apenas seis desses municípios possuem perfis de notícias ativos no Instagram, evidenciando a escassez de fontes confiáveis em algumas localidades. Além disso, a disparidade quantitativa entre os perfis com e sem presença jornalística informada demonstra que os últimos alcançam números consideravelmente maiores de engajamento, ressaltando a importância de um olhar crítico por parte dos usuários diante do conteúdo consumido nas redes sociais. Esses resultados destacam a necessidade urgente de promover a verificação de fontes e o jornalismo ético para combater a propagação da desinformação e fortalecer a democracia e a cidadania.

PALAVRAS-CHAVE:

Desertos de notícias, jornalismo, Zona da Mata Mineira, mídia local, fontes confiáveis.

Introdução

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Inteligência Artificial, evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

² Estudante do Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Juiz de Fora. Bolsista PIBIC (CNPq), integrante do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. E-mail: almeidapaulo.jean@estudante.ufjf.br

³ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, email: bhering.gabriel@estudante.ufjf.br.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo (FACOM-UFJF) e coordenadora do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. iluska.coutinho@ufjf.br

A era contemporânea tem sido marcada por avanços significativos em diversas áreas do conhecimento humano, impulsionados pela interconexão global e pela rápida evolução tecnológica. Nesse contexto, a compreensão e o uso eficaz de grandes volumes de dados têm se tornado imperativos para a tomada de decisões informadas em vários campos. Este estudo busca explorar os desafios relacionados ao deserto de notícias em alguns municípios da zona da mata mineira, destacando por meio de dados e reflexões de como essa problemática pode afetar a sociedade na totalidade.

No cenário atual, a quantidade de dados gerados a cada segundo é exponencialmente maior do que nunca, proveniente de diversas fontes, por exemplo, o Instagram, rede social que em 2023 possuía cerca de 113 milhões de contas ativas no Brasil (RDSTATION, 2023). O alto número de usuários no país e a facilidade para se publicar nessa rede acarretam diversos problemas ao jornalismo e a sociedade em geral, tendo como um dos principais problemas a disseminação de notícias por perfis de jornalismo amador sem a devida averiguação ou critério específico, deixando a sociedade a mercê de notícias falsas ou nas mãos de políticos que usam desses perfis públicos para se autopromover. O aumento do impacto da desinformação também está associado à ascensão da mídia social. Esta é compreendida como um efeito das ações dos atores nos sites de rede social, publicando e republicando informações de modo a dar visibilidade para determinados discursos em detrimento de outros (RECUERO, 2016).

Essa pesquisa pretende promover uma análise entre os dias 18 a 23 de março em perfis de cunho informativo em trinta e três municípios da zona da mata mineira (Aracitaba, Belmiro Braga, Bias Fortes, Bicas, Chácara, Chiador, Coronel Pacheco, Descoberto, Ewbank da Câmara, Goianá, Guarará, Juiz de Fora, Lima Duarte, Mar de Espanha, Maripá de Minas, Matias Barbosa, Olaria, Oliveira Fortes, Paiva, Pedro Teixeira, Pequeri, Piau, Rio Novo, Rio Preto, Rochedo de Minas, Santa Bárbara do Monte Verde, Santa Rita do Ibitipoca, Santa Rita de Jacutinga, Santana do Deserto, Santos Dumont, São João Nepomuceno, Senador Côrtes e Simão Pereira) e identificar quais deles estão diretamente inseridos no conceito de desertos de notícias.

Esse vasto volume de cidades se torna pequeno ao identificar que apenas seis desses municípios possuem perfis de notícias no Instagram, e que em apenas quatro deles tiveram publicações no período analisado. Torna-se necessário lembrar que o

deserto de notícias não é um problema apenas na Zona da Mata Mineira, mas sim do país inteiro. Segundo o Atlas de Notícias, em 2021 existiam mais de 13.000 veículos jornalísticos livres; contudo, do total de 5.570 municípios, 58,9% configuraram-se como “desertos de notícias”, por sequer abrigarem um periódico, por exemplo, e 21,3% são “quase desertos”, por possuírem até dois e correrem o risco de se tornar desertos. Ou seja, há no país 4.467 unidades e em torno de 62,6 milhões de habitantes esquecidos pelo jornalismo ou em factíveis vias de o ser. (Atlas da Notícia, 2021).

O aumento do compartilhamento de dados nas mídias sociais, como o Instagram, destaca seu papel crucial na disseminação de informações atualmente. Porém, a facilidade de acesso à publicação de conteúdo levanta preocupações sobre a qualidade e veracidade das notícias, especialmente quando não são verificadas. Isso pode criar um ambiente propício para a propagação de notícias falsas e manipulação da opinião pública. A pesquisa busca entender esses impactos, concentrando-se nos hábitos de consumo de notícias e na percepção da veracidade das informações pela população. Além disso, examina os “desertos de notícias” em algumas regiões da Zona da Mata Mineira para entender como a escassez de fontes confiáveis contribui para a disseminação de notícias não verificadas nessas comunidades.

2. Do Olhar à Interpretação: AMA e Eixos Analíticos na Exploração de Perfis de Jornalismo Amador

Antes de prosseguirmos com a análise dos dados coletados, é crucial introduzir o conceito de Análise de Materialidade do Audiovisual (AMA), uma abordagem metodológica que, conforme sugerido por Coutinho (2016), se concentra na avaliação da unidade composta por texto, som, imagem, tempo e edição em mídias audiovisuais. Por meio da AMA, busca-se compreender as características físicas e estéticas das mídias audiovisuais, destacando como esses elementos contribuem para a construção de significado e influenciam a forma como as mensagens são percebidas pelo público. Neste estudo, a aplicação da AMA visa examinar a apresentação e o consumo de notícias nos perfis de jornalismo amador no Instagram, considerando aspectos como composição visual, estilo narrativo e uso de recursos multimídia.

Essa dinâmica ressalta a importância não apenas da liberdade de expressão nas mídias sociais, mas também da responsabilidade dos usuários na verificação e na validação das informações compartilhadas. No período estudado, dos trinta e três municípios da zona da mata mineira analisados, apenas seis possuíam perfis de notícias no Instagram, evidenciando a escassez de fontes de informação confiáveis em algumas localidades. Somando-se os perfis presentes nessas cidades, o total foi de doze perfis analisados.

Os perfis que não tinham presença jornalística informada publicaram juntos cerca de 589 vezes e obtiveram um total de 263.159 curtidas, 24.004 comentários e 7.196.870 visualizações em vídeo, números significativamente maiores do que os perfis com presença jornalística informada. Estes, no mesmo período, somaram 286 posts (51% a menos), obtiveram um total de 182.977 curtidas (30% a menos), 11.657 comentários (51% a menos) e 1.307.391 visualizações no período (cerca de 81% a menos). Essa disparidade quantitativa ressalta a relevância e o alcance das informações compartilhadas por perfis sem o respaldo jornalístico adequado, destacando a importância de um olhar crítico por parte dos usuários diante do conteúdo consumido nas redes sociais.

Com base na metodologia adotada e nos dados obtidos, foram estabelecidos dois eixos temáticos para a análise detalhada da série de perfis de jornalismo amador no Instagram:

Engajamento Visual e Propagação de Informações O objetivo deste eixo de análise é investigar como os elementos visuais influenciam a propagação de informações não verificadas em perfis de jornalismo amador.


- Quais estratégias audiovisuais são adotadas nas produções noticiosas?
- Como esses recursos audiovisuais empregados colaboram na aceitação e engajamento pelos usuários do Instagram?

Credibilidade e Veracidade da Informação:

Este eixo de análise foca na avaliação da confiabilidade das notícias compartilhadas por perfis de jornalismo amador.

- A matéria se embasa em alguma informação? Se sim, quais são as fontes mais citadas nos perfis de jornalismo amador?

Análise

FICHA DE AVALIAÇÃO	RESPOSTA
Postagem	“Alguém sabe o que aconteceu na Andradas?”
Data da Postagem	22 de Março de 2024
Formato	Reels
Página/Portal	@jfnoticias.com.br
Link do Reels	https://www.instagram.com/reel/C4112EWMZBG/?igsh=bXRiN2I2bjBramRx
Engajamento	69,7 mil visualizações 887 curtidas 48 comentários 76 compartilhamentos
ENGAJAMENTO VIRTUAL E PROPAGAÇÃO DE INFORMAÇÕES	
<p>- Quais estratégias audiovisuais são adotadas na produção noticiosa?</p> <div data-bbox="624 1350 967 1749" data-label="Image">  </div> <p>Imagem 1: Filmagem da avenida dos Andradas (Juiz de Fora) com ambulâncias e viaturas ao fundo com os escritos no próprio vídeo “alguém sabe o que está acontecendo?” (JF NOTÍCIAS)</p> <p>- No reels analisado do perfil "JF Notícias", observamos uma estratégia audiovisual direta e imediata para chamar a atenção do público. O vídeo captura uma cena da Avenida dos Andradas com viaturas policiais e ambulâncias ao fundo, sugerindo um</p>	

evento incomum ou uma situação de emergência. A presença das viaturas e a narração do terceiro, pedindo para que os espectadores fiquem atentos e compartilhem a informação, destacam a utilização de recursos visuais e verbais para despertar o interesse e a curiosidade dos usuários.

Como esses recursos audiovisuais empregados colaboram na aceitação e engajamento pelos usuários do Instagram?

- A combinação de elementos visuais e verbais no reels contribui para aumentar a interação e o engajamento dos usuários. A presença das viaturas policiais e ambulâncias cria um senso de urgência e mistério, incentivando os espectadores a procurarem mais informações. A narração do terceiro, além de alertar sobre a situação nas Andradas, também estimula a participação dos usuários ao solicitar que compartilhem a informação em outros grupos. Essa abordagem direta e envolvente promove uma resposta imediata dos espectadores, aumentando o alcance e a viralidade do conteúdo no Instagram.

CREDIBILIDADE E VERACIDADE DA INFORMAÇÃO

A matéria se embasa em alguma informação? Se sim, quais são as fontes mais citadas nos perfis de jornalismo amador?

Sim, em observações visuais e relatos diretos de testemunhas oculares, como indicado pelas imagens de viaturas da polícia e ambulâncias na Avenida dos Andradas no vídeo. Além disso, o áudio fornece o relato de um terceiro sobre a intensa presença policial, de ambulâncias e de fiscalização no local. Nos perfis de jornalismo amador, é comum encontrar o uso desses relatos diretos e o compartilhamento de vídeos e imagens de pessoas comuns nas redes sociais como fontes de informação. Essa prática busca capturar e relatar eventos de forma rápida e direta, muitas vezes antes mesmo da cobertura dos veículos de comunicação tradicionais.

Considerações Finais

Este estudo proporcionou uma sobre os desertos de notícias em trinta e três municípios da Zona da Mata Mineira e a popularização dos canais de jornalismo amador diante da escassez de fontes confiáveis. Ao explorar os desafios enfrentados em alguns municípios da região, foi possível destacar como a disseminação de informações não verificadas pode afetar a sociedade de forma abrangente.

A Análise de Materialidade do Audiovisual (AMA) destacou a importância da liberdade de expressão nas mídias sociais, mas também ressaltou a responsabilidade dos usuários na verificação das informações. Dos trinta e três municípios da Zona da Mata Mineira, apenas seis possuem perfis de notícias ativos no Instagram, indicando escassez

de fontes confiáveis em algumas áreas. Os perfis de jornalismo amador mostraram uma disparidade significativa na quantidade de engajamento entre os que têm e os que não têm respaldo jornalístico, com estes últimos alcançando números consideravelmente maiores. Isso sublinha a importância de um olhar crítico dos usuários sobre o conteúdo consumido nas redes sociais.

Diante desse cenário, é fundamental que haja uma conscientização sobre a importância da verificação de fontes e da promoção de um jornalismo ético e responsável, visando combater a propagação da desinformação e fortalecer a democracia e a cidadania. O aumento do impacto da desinformação também está associado à ascensão da mídia social. A mídia social é compreendida como um efeito das ações dos atores nos sites de rede social, publicando e republicando informações de modo a dar visibilidade para determinados discursos em detrimento de outros (RECUERO, 2016).

Referências

ATLAS DA NOTÍCIA. **Atlas da Notícia: Mapeamento da presença de veículos jornalísticos no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Projor, 2021.

COUTINHO, Iluska. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível**. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, SP. Anais eletrônicos... São Paulo, USP, 2016.

FRANCO, César. **Desertos de notícias na região da zona da mata mineira: produção e carência de informação local**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

RECUEIRO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2016.

RECUERO, Raquel. **#FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018**. Revista Brasileira de Linguística Aplicada, v.20, n.3, p.383-406, 2020.

RDSTATION. **Instagram: Número de Contas Ativas no Brasil**. Disponível em: <https://www.rdstation.com/numero-de-contas-ativas-instagram-brasil/>. Acesso em: 13 abr. 2024.