

Problematizando os desertos de notícias no Nordeste: um estudo sobre os veículos de comunicação do interior de Alagoas¹

Lívia Muniz Costa²
Kamilla Abely Dias Gomes³
Lu Melo da Silva Carneiro⁴
Viviane Araújo Nascimento⁵
Vitor José Braga Mota Gomes⁶
Yasmin da Silva Gregorio Ferreira⁷

RESUMO

Este estudo busca analisar os veículos jornalísticos locais mapeados por meio da coleta voluntária realizada a partir do projeto Atlas da Notícia - de cidades até então consideradas desertos de notícias. Para analisar os dados coletados por meio desse mapeamento local, utilizamos métodos quantitativos e qualitativos. Os resultados mostram que, das cidades analisadas, poucas continuam sendo desertos de notícias, tendo a comunicação institucional da prefeitura como principal fonte de informação - o que nos traz elementos para problematizar a existência (ou não) de desertos de notícias considerando o contexto nordestino e as novas formas de produção, circulação e consumo de conteúdo.

PALAVRAS-CHAVE: veículos jornalísticos; desertos de notícias; mapeamento local; Atlas da Notícia; Alagoas.

INTRODUÇÃO

O jornalismo regional figura entre os segmentos mais impactados pela crise do jornalismo. Com estruturas enxutas e menor disponibilidade de recursos mesmo antes da era digital, veículos locais e regionais enfrentaram um declínio acentuado a partir dos anos 2000 (Ramos & Torre, 2023). Em um país de dimensões continentais como o Brasil, a desigualdade no acesso à informação de qualidade ainda é um dos grandes desafios da democracia, evidenciando os chamados desertos de notícias — municípios sem cobertura jornalística local.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GTNE14 - Estudos da Comunicação, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas, email: livia.costa@ichca.ufal.br

³ Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Sergipe. Jornalista pela Universidade Federal de Alagoas, email: kamillaabely@academico.ufs.br

⁴ Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas, email: lu.melotrabalho@gmail.com

⁵ Estudante de Graduação do Curso de Publicidade do Centro Universitário de Maceió (Unima-Afya), email: araujoviviane073@gmail.com

⁶ Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas. Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFAL, email: vitor.braga@ichca.ufal.br

⁷ Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas, email: yasmin.ferreira@ichca.ufal.br

A pesquisa Atlas da Notícia, que consiste em um projeto nacional de mapeamento dos veículos produtores de notícias, especialmente do jornalismo regional, no território brasileiro, foi fundamental para consolidar o uso do termo “desertos de notícias” no Brasil e trouxe novas abordagens para o estudo desse fenômeno.

A definição tradicional de deserto de notícia utilizada no projeto considera municípios sem veículos jornalísticos locais com estrutura profissional. No entanto, essa concepção, ainda baseada na lógica da mídia de massa, precisa ser revista à luz das novas formas de produção e consumo de notícias nas plataformas digitais, especialmente no contexto do Nordeste.

Durante o mapeamento, foi possível observar que a realidade comunicacional de muitos municípios não se encaixa integralmente nos critérios estabelecidos pela metodologia do projeto. Nesse cenário, o presente artigo busca problematizar como a definição de desertos de notícia precisa ser refletida à luz dos novos modos de produção e circulação de conteúdo informativo, sobretudo a partir das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) que promovem formas diferentes de produção, circulação e consumo de conteúdo noticioso. Além disso, problematizar a qualidade da informação distribuída nessas plataformas e os limites entre jornalismo e outras formas de comunicação pública, de modo a compreender se o crescimento dessas iniciativas pode, de fato, contribuir para a superação dos desertos informativos no Brasil contemporâneo.

REFERENCIAL TEÓRICO

O termo “desertos de notícias” refere-se a regiões onde há escassez ou completa ausência de veículos jornalísticos locais, resultando em uma carência de informação qualificada para a população (Ferreira & Porto, 2016). Podemos inferir que tais “desertos de notícias” são uma consequência da crise do jornalismo, vista com mais intensidade quando se trata de jornalismo regional. Jornais, rádios e TVs locais ainda têm dificuldades na transição para o digital, especialmente na obtenção de receitas pela internet.

Por outro lado, há novos projetos de produção de conteúdo noticioso voltados para os meios digitais, sobretudo nas mídias sociais, criados com novos modelos de negócios (Correia, 2023). São meios sem fins lucrativos, administrados ou criados por iniciativa da comunidade e com uma relação muito mais próxima com as audiências. Contudo, cabe questionar qual o tipo de conteúdo jornalístico que esses canais das mídias sociais estão circulando.

No Nordeste brasileiro, as pesquisas apontam que os desertos de notícias estão frequentemente associados a fatores como centralização midiática, dificuldades econômicas e desinteresse político e comercial (Bento & Lima, 2021; Correia, 2023; Atlas da Notícia, 2023). Isto porque a maior parte dos veículos está concentrada em capitais, deixando o interior com pouca cobertura; por outro lado, empresas e governos priorizam regiões com maior retorno financeiro ou visibilidade eleitoral, negligenciando cidades menores. Como consequência, muitos veículos locais fecham por falta de publicidade e sustentabilidade, especialmente em cidades com baixo IDH (Atlas da Notícia, 2023).

Essa realidade contribui para um “apagão informativo”, onde a população depende de mídias sociais ou veículos de outras regiões, muitas vezes sem apuração jornalística adequada - como apontaremos adiante em nossa pesquisa. Nessa perspectiva, procuramos dialogar com outros trabalhos realizados no âmbito nacional (Pieranti, 2018; Coutinho et al., 2022; Deolindo, 2021; Javorski & Bargas, 2020; Miranda, 2021; Ribeiro & Barros, Junior, 2022) ao nos questionarmos as consequências e transformações no panorama da produção de conteúdo jornalístico sobretudo considerando as páginas das mídias sociais. Como estas estariam reconfigurando (ou não) o retrato dos desertos de notícias no interior do Nordeste, tendo como objeto de estudo o estado de Alagoas?

METODOLOGIA

Para a construção deste trabalho, realizamos a coleta dos dados de veículos jornalísticos em Alagoas com base na metodologia do Atlas da Notícia. A equipe voluntária de Alagoas recebeu, da Coordenação Regional do Nordeste do Atlas, uma planilha com a lista de 64 municípios em que constavam os supostos desertos do estado. Em adição a esse levantamento, somam-se aqueles realizados em anos anteriores nas demais cidades do Estado.

Recebemos uma lista de contatos de assessores de comunicação municipais pela Secretaria de Comunicação do Estado de Alagoas (SECOM-AL) e a coleta, dessa forma, se concentrou no contato direto - de forma remota - com as assessorias.

Foi criada uma planilha que reuniu um conjunto de perguntas que reproduzem as elencadas no formulário de coleta do Atlas (como tipo de veículo, periodicidade de publicação, cobertura geográfica, etc) com o intuito de facilitar a coleta e possibilitar a construção deste artigo. Essa etapa metodológica foi fundamental para organizar e estruturar os dados levantados, permitindo uma análise mais detalhada sobre o funcionamento, o alcance e a atuação dos veículos identificados.

UM OLHAR PARA O JORNALISMO LOCAL

A análise dos dados obtidos para o projeto Atlas da Notícia em Alagoas revelou a persistência de assimetrias informacionais e a fragilidade no ecossistema jornalístico fora da capital, acentuada pela formação jornalística centralizada na metrópole. Em 13 municípios, não foi identificado nenhum veículo de comunicação, configurando desertos de notícias - conforme definição ampliada de Abernathy (2018).

Nos demais municípios, foram encontrados 88 veículos de comunicação, subdivididos entre 45,5% iniciativas online e 54,5% rádios - comunitárias, web, ou comerciais. Não foi identificado nenhum veículo impresso ou de televisão. Apesar da presença quantitativa, cerca de 41,9% desses canais não atendem aos critérios definidos pelo Atlas para serem considerados produtores de conteúdo jornalístico.

Em muitos municípios, há confusão entre portais noticiosos e páginas com foco em divulgação de eventos, conteúdos musicais, de entretenimento ou religiosos. Dentre esses perfis, incluem-se os que possuem caráter humorístico – como Maceió Ordinário, Barra Ordinária e Satuba Ordinária. Apesar de que, pela popularidade desses meios com a população, eles são utilizados como reprodutores de conteúdos jornalísticos de outros canais de comunicação da cidade ou da capital.

A presença de rádios - sejam comunitárias, *web* rádios ou iniciativas individuais - configura parte relevante dos ecossistemas midiáticos locais, especialmente em cidades menores. Embora suas programações sejam majoritariamente voltadas para transmissões musicais, publicidade e avisos comunitários esporádicos, essas rádios ainda desempenham um papel importante na manutenção da comunicação local. Ainda, vale problematizar a existência (ou persistência) de algumas *web* rádios que funcionam em modelos de disponibilização de um conteúdo automatizados e produzido de forma anônima, o que - como resultado - promove uma difusão não direcionada ao local.

Além disso, identificamos casos em que o único canal de comunicação da cidade é o perfil da prefeitura. É o caso dos municípios de Pindoba, Belo Monte, Olho d'água Grande, Belém, Santa Luzia do Norte, Palestina, Pariconha, Feliz Deserto, Jundiá, Flexeiras, Capela, Carneiros, Dois Riachos e São Brás. Nesses casos, existe uma produção noticiosa, com informações inclusive de utilidade pública: calendário de vacinação, matrículas nas escolas, inauguração de obras de interesse público, dentre outras. Contudo, o que observamos é que essas informações são veiculadas em canais que estão no limite entre a informação e a promoção de uma gestão municipal (eleita).

CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

O exercício de explorar os municípios considerados, até então, como desertos de notícia foi importante para voltarmos o olhar para cidades distantes e cidades próximas de onde estamos localizados - na capital, Maceió, percebendo algumas iniciativas jornalísticas e seus processos específicos em cada região. Realizar o mapeamento foi uma experiência desafiadora que reuniu estratégias como, de forma intuitiva, contactar os assessores de comunicação municipais e até checar com os próprios moradores da região (conhecidos pela equipe) sobre como eles se informavam - ou não - sobre as notícias do município.

Este presente trabalho nos possibilitou voltar o olhar para o jornalismo local (Canavilhas, 2020) e de proximidade (Jerónimo, 2015) e para outras formas de produzir informação. Isso porque nos possibilitou também olhar para os considerados desertos de notícias não só de forma quantitativa, mas qualitativa sobretudo, problematizando o próprio conceito posto. Aqui trazemos alguns resultados parciais que poderão ser aprofundados e suscitar discussões específicas em outros estudos sobre o jornalismo alagoano.

REFERÊNCIAS

- ABERNATHY, Penelope Muse (2018). **The expanding news desert**. Carolina do Norte (EUA): Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2018.
- Ardia, D., Ringel, E., Ekstrand, V. S., & Fox, A. **Addressing the decline of local news, rise of platforms, and spread of mis- and disinformation online: a summary of current research and policy proposals**. Carolina do Norte (EUA): Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2020.
- ATLAS DA NOTÍCIA. Metodologia do Atlas da Notícia. Atlas da Notícia, [S. l.], p. [n.p.], 9 ago. 2023. Disponível em: <https://atlas.jor.br/metodologia/metodologia/>. Acesso em: 29 mar. 2025.
- ATLAS DA NOTÍCIA. **Desertos de Notícias no Brasil**. 2023. Disponível em: <https://www.atlasdanoticia.org.br>.
- CANAVILHAS, J. (2020). **Jornalismo local na era digital: Desafios e oportunidades**. Livros Labcom.
- CORREIA, J. C. Democracia e Desertos de Notícias: O Caso do Interior Nordestino. **Boletim OIPP**, 2023. Disponível em: https://sites.usp.br/boletimoipp/wp-content/uploads/sites/823/2023/09/Correia_junho_2023-1.pdf.
- COUTINHO, Iluska Maria da Silva; FRANCO, Cézár; MOREIRA, Sônia Virgínia. Desertos de notícias na produção científica brasileira: origem do conceito, contextos e aplicações no Brasil. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura** (Eptic), v. 24, n. 2, p. 65-79, 2022.
- DEOLINDO, Jacqueline da Silva et al. Os desertos de notícias e a comunicação em pequenas cidades fluminenses. **Anais. 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2021. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt7-gc/jacqueline-da-silva-deolindo.pdf>.
- FERREIRA, G.; PORTO, S. **Desertos de Notícias no Brasil: Mapeamento e Efeitos**. Editora Insular, 2016.
- JAVORSKI, Elaine; BARGAS, Janine. A informação sobre a Covid-19 nos desertos de notícias: a relevância do jornalismo interior do Pará. **Liinc em Revista**, v. 16, n. 2, 2020.
- JERÓNIMO, Pedro. **Ciberjornalismo de proximidade**. Covilhã: Labcom.IFP, 2015.
- MEDEIROS, Rafael. A função social do rádio local entre desertos de notícia e zonas de silêncio: reverberações da migração AM - FM. **Revista Latino-americana de Jornalismo**, v. 7, n. 1, 2020, p. 360-378.
- MIRANDA, Giovani Vieira. **Desafiando a desertificação da mídia: o jornalismo hiperlocal como instrumento de aproximação informativa em contraste aos desertos de notícia na Região Administrativa de Bauru, interior de São Paulo**. Bauru-SP. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia. Unesp, 2021.
- PIERANTI, Octavio. Desertos de notícias no Brasil: Discussão conceitual e novos aportes sobre sua localização. **Mídia & Cotidiano**, v. 19, n. 1, 2025, p. 55-69.
- RAMOS, Giovanni; TORRE, Luisa. Jornalismo comunitário no contexto dos desertos de notícias. MELO, Paulo Victor; Jerónimo, Pedro (orgs). **Comunicação Comunitária e Jornalismo de Proximidade: Diálogos e Desafios em Cenários de Crises**. Covilhã: Labcom Comunicação e Artes, 2023.
- RIBEIRO, Alexsandro; BARROS JÚNIOR, José Lázaro Ferreira. Deserto de notícias: um olhar sobre a diferença de oferta midiática entre grandes centros urbanos e pequenas cidades no Paraná. **Revista de Estudos Universitários (REU)**, v. 48, n. 1, 2022.