

Consumo de conteúdo local no Distrito Federal¹

Lauro Almeida de Moraes²
Diogo Franco Cavalcanti Dantas³
Julia Lopes Faria⁴
Universidade de Brasília - UnB

RESUMO

Esta pesquisa de base visa identificar meios e veículos acessados pela população do Distrito Federal (DF) para consumo de conteúdo local. A amostra por conglomerado abrangeu regiões administrativas (RAs) em todas as Unidades de Planejamento Territorial (UPT), com um total 3.674 pessoas entrevistadas por meio de formulário. São apresentados resultados parciais, que apontam redes sociais, sites de notícias e TV como os meios preferenciais. O levantamento contempla ainda variáveis acerca do nível de confiança, dos assuntos de interesse, da identificação da população com a mídia local, da frequência e grau de acesso a informações e do tempo médio dedicado.

PALAVRAS-CHAVE: consumo de mídia; acesso à informação; mídia local; cidadania.

CONTEXTUALIZAÇÃO

O acesso à informação é um direito garantido pela Constituição Federal, além de um pressuposto para o exercício da cidadania. Neste sentido, os meios de comunicação são compreendidos como essenciais, na medida em que garantem visibilidade e legitimidade aos demais campos sociais (Rodrigues, 2002). Ao disponibilizar informações de utilidade pública e compartilhadas de forma generalizada, dão amplitude tanto às questões mais cotidianas da sociabilidade quanto ao que tange direitos fundamentais, como saúde, educação, segurança, trabalho, igualdade e moradia. Portanto, os *media* são suporte para a democracia e a autônoma participação política.

No entanto, o *Atlas da Notícia* aponta que existem vazios informacionais em vários municípios do Brasil (Projor, 2024). Isto é, em várias localidades, não há amplo acesso à informação sobre o que ocorre na própria cidade. Muitas vezes sabe-se mais sobre o que acontece nos centros do poder político e financeiro, nas capitais ou cidades médias próximas, do que aquilo que afeta a população em sua realidade imediata. Neste sentido, o território deste *Survey* é peculiar.

¹Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho - Jornalismo Local e Regional no contexto da Inteligência Artificial, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 20 a 22 de maio de 2025.

² Professor na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, e-mail: lauroalmoares@gmail.com.

³ Bacharelando em Jornalismo na Faculdade de Comunicação da UnB, e-mail: dfcdantas@gmail.com.

⁴ Bacharelanda em Jornalismo na Faculdade de Comunicação da UnB, e-mail: julialopesfaria01@gmail.com.

Por sediar a capital federal e pela divisão territorial *sui generis*, com 35 RAs, o DF configura-se como um laboratório para teste da constatação supramencionada. Sem autonomia em relação ao centro urbano, essas RAs não são consideradas cidades propriamente ditas ou sedes municipais. Porém, pelo paradoxal afastamento e dependência em relação ao núcleo central, possuem características e funcionalidades socioeconômicas mais complexas do que simples bairros. Por esse peculiar tecido urbano, com núcleos periféricos fragmentados no território, Paviani (2003) classificou Brasília como “metrópole polinucleada”.

Esta pesquisa de base foi realizada no âmbito das disciplinas Jornalismo Local e Comunicação e Sociedade, da Faculdade de Comunicação da UnB, no semestre 2/2024, envolvendo cerca de 80 estudantes. Visa identificar meios e veículos acessados pela população do DF para consumo de conteúdo local, sem distinção entre informação e entretenimento. A amostra por conglomerado abrangeu RAs em todas as UPTs (Central, Central Adjacente I, Central Adjacente II, Norte, Sul, Leste e Oeste), com um total de 3.674 pessoas entrevistadas.

Os resultados trazem, portanto, a preferência por meios e veículos para informação sobre acontecimentos e eventos da região onde vivem. Ainda abarcam variáveis acerca do nível de confiança, da frequência de consumo e checagem de informações locais, do grau de acesso a esse tipo de informação, além dos assuntos que mais interessam e o tempo médio dedicado. Em dimensão qualitativa, o levantamento também capta a percepção da população sobre a relevância dos temas abordados pelos veículos de comunicação do DF e do quanto representam a realidade local.

INFORMAÇÃO LOCAL E DESIGUALDADES SOCIOESPACIAIS

Estudos no Brasil e no exterior aprofundam a importância de uma esfera pública local para fazer frente aos desafios da cidadania na sociedade digital, mormente a amplitude da desinformação (Torre; Jerónimo, 2023; Javorski; Bargas, 2020). A despeito de identificar diminuição dos “desertos de notícia” no país nos últimos anos, dados do *Atlas da Notícia* em 2024 apontam que 48,7% das cidades brasileiras ainda enfrentam carência de informação. Ao todo, 26,7 milhões de pessoas vivem nesses municípios (Projor, 2024).

Com efeito, a mídia desempenha papel central no processo de inclusão e democratização da informação. Em uma sociedade marcada pela desigualdade nesse acesso, é essencial refletir sobre a função social da comunicação e seu papel no fortalecimento da cidadania. Com base em categorias espaciais de Santos (2006), a concentração dos meios de comunicação em determinadas regiões do país cria uma dicotomia entre "territórios luminosos", em que há abundância de informação, e "territórios opacos", em que a falta infraestrutura e de meios adequados de comunicação limita ou impede a disponibilidade de informação.

As desigualdades socioespaciais advindas do modelo de planejamento do DF estão em diversos trabalhos (Cabral; Yannoulas, 2021; Giovenardi, 2010; Ferreira; Pena, 2005; Holanda *et al.*, 2003). Equipamentos públicos, infraestrutura urbana, sistema público de ensino, rede de serviços, distribuição de emprego e renda, áreas verdes, segurança pública, regularização fundiária, em tudo é colossal a diferença entre o núcleo central e os centros periféricos.

Entretanto, pouco se aborda sobre o âmbito informacional, em que os veículos também estão centrados no Plano Piloto tanto do ponto de vista físico quanto da *agenda setting* (McCombs, 2009). Mas apesar de dependentes do núcleo central, os centros periféricos possuem demandas próprias de informação. Isto é, assim como o território, as pautas também são fragmentadas. Porém, tais discrepâncias não são assimiladas pelo *Atlas da Notícia*, assim como ocorre com os dados oficiais em escala nacional de modo geral, em que todas as RAs são englobadas por Brasília indistintamente.

Nessa imbricada geografia da comunicação, produzem-se fluxos de informação numa dinâmica desigual, com reflexo nas dinâmicas sociais, culturais, políticas e territoriais (Moraes, 2023). Neste aspecto, a noção de cidadania reforça a importância de garantir que todos os cidadãos tenham acesso a informações necessárias para tomar decisões conscientes e participar da vida social. Isso inclui o direito a conteúdos que promovam a educação, a saúde, o lazer, a segurança e os direitos humanos, entre outros temas fundamentais para a construção de uma sociedade justa e igualitária.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia empregada neste trabalho combina o método *Survey* (Barbie, 1999) com dados da Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios (PDAD 2021), que

contabilizou uma população total de 3.010.881 habitantes no Distrito Federal (2022). Para calcular o tamanho da amostra, adotou-se fórmula de tamanho amostral para uma população finita, em que n = tamanho da amostra, N = tamanho da população, e = margem de erro (porcentagem no formato decimal), z = margem de confiança (Z-Score) e p = variabilidade (proporção esperada) (Figura 1).

FIGURA 1 - Fórmula para cálculo de amostra para população finita

$$\text{Tamanho da amostra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

Fonte: Adaptada de Cochran (1977).

O escore z é o número de desvios padrão entre determinada proporção e a média, utilizado para obter o nível de confiança desejado. Considerando-se um nível de confiança de 95% ($z = 1,96$) e uma margem de erro de 2% ($e = 0,02$), chegou-se à amostra de 2.401 pessoas a serem entrevistadas.

Foi adotada técnica de amostragem por conglomerado, que implica a divisão da população em grupos, selecionando-se aleatoriamente alguns desses grupos para a coleta de dados. Neste estudo, as regiões administrativas do DF são os conglomerados, garantindo representatividade e abrangência da pesquisa.

A coleta de dados foi realizada de 26 de dezembro de 2024 a 30 de janeiro de 2025, totalizando 3674 entrevistas realizadas por meio de formulário: 1223 na UPT Oeste; 1118 na UPT Central, 404 na UPT Central Adjacente I; 364 na UPT Central Adjacente II; 256 na UPT Norte; 158 na UPT Leste e 154 na UPT Sul. O presente resumo apresenta um extrato parcial dos resultados, tendo em vista que está em curso a análise estatística descritiva, principalmente qualitativa.

RESULTADOS PARCIAIS E ANÁLISES

Para o universo amostral ($n=3674$), foi designada a tarefa de atribuir o nível de confiabilidade para diferentes mídias e plataformas em uma escala de 1 a 5, sendo que 1 representava total desconfiança e 5 representava máxima confiança, avaliando apenas as alternativas que a pessoa entrevistada de fato consome. Assim, ao interpretar as notas 4

e 5 como sinais de aprovação, entende-se que as mídias e plataformas nas quais os moradores do Distrito Federal mais confiam são: 1) Jornalismo *online* (60,5% de aprovação para 3483 respostas; 2) TV (60% de aprovação para 3544 respostas); 3) Jornalismo impresso (56,2% de aprovação para 3033 respostas); e 4) Rádio (52% de aprovação para 3166 respostas).

Dentre as mídias e plataformas mais desaprovadas, considerando agora as notas 1 e 2 como sinais de baixa confiança, estão: 1) Grupos de mensagem (70,9% de desaprovação para 3522 respostas); 2) Redes sociais (49,6% de desaprovação para 3549 respostas); e 3) Podcasts/videocasts (39,6% de desaprovação para 2922 respostas). Depreende-se que a população do DF, em geral, apresenta maior confiança na mídia tradicional e maior desconfiança nas mídias *online* (redes sociais, grupos de mensagem etc.), exceto quando o conteúdo *online* é realizado por profissionais do jornalismo.

Nesse sentido, é paradoxal que, quando questionados sobre as mídias e plataformas pelas quais têm preferência, os entrevistados citaram em peso as redes sociais, que lideraram o ranking com 30,3% das respostas, na frente de “Sites de notícias” (26,3%) e “TV” (25%). Por mais que a confiança esteja consideravelmente prejudicada, as redes sociais ainda são as preferidas. Ressalte-se, porém, que as redes sociais também conectam a conteúdos e perfis de veículos de comunicação.

Em relação à checagem de fatos, cerca de 83,4% disse verificar a veracidade de informações “sempre”, “frequentemente”, ou “ocasionalmente”, enquanto apenas 16,6% disse fazer a checagem “raramente” ou “nunca”. Dentre as mídias e plataformas às quais os moradores do DF recorrem para verificar a veracidade de alguma informação, os mais citados foram: 1) “Plataformas de busca” (62%); e 2) “Portais de notícia” (38,9%).

Dessa forma, quando questionadas sobre os meios de comunicação que utilizam para se informar sobre os acontecimentos e eventos da região administrativa onde moram, os residentes do DF demonstraram uma preferência pelas redes sociais. Do total de 8.486 respostas computadas, 2.051 (24,17%) indicaram as redes sociais como a principal fonte de informação. Em seguida, aparecem a televisão, com 1.651 respostas (19,46%), e os sites de notícias, com 1.500 (17,68%).

Os grupos de mensagens, como *Whatsapp*, *Telegram* e outros, também se destacam, sendo mencionados em 816 respostas (9,62%). Os sites de busca dos navegadores aparecem com 537 respostas (6,33%), seguidos pelo rádio (456 respostas,

5,37%), jornais impressos (230 respostas, 2,71%) e podcasts (133 respostas, 1,57%). Apenas 112 respostas (1,32%) afirmaram não utilizar nenhum meio ou plataforma para se manter informados sobre sua região.

Já no que diz respeito aos temas que despertam maior interesse entre os moradores do Distrito Federal sobre suas próprias regiões, os dados revelam uma atenção significativa a pautas ligadas à segurança pública, cultura e saúde. Esta variável permitiu múltiplas respostas, totalizando 13.820 entradas. O assunto mais buscado é “crimes e segurança”, mencionado 1.726 vezes (12,49%), seguido por “cultura e lazer” com 1.678 (12,14%) e “saúde”, com 1.358 respostas (9,83%).

Além disso, a mobilidade urbana e o trânsito também aparecem com destaque, somando 1.189 menções (8,60%), assim como a política local, citada por 1.245 pessoas (9,01%). Outros temas com expressão são “educação” (1.018 respostas, 7,37%), “economia” (817, 5,91%) e “infraestrutura” (755, 5,46%). Em contraste, temas como “regularização fundiária” (108 respostas, 0,78%) e “jogos eletrônicos” (169 respostas, 1,22%) aparecem com menor relevância. Apenas 17 pessoas (0,12%) disseram não buscar nenhum tipo de informação sobre sua região.

Em relação à inclusão digital, cerca de 98,6% dos entrevistados possuem celular, dentre os quais 1% disse não ter acesso à internet pelo celular. Ainda 79,1% responderam ter computador e, dentre esses, cerca de 11% não têm acesso à internet pelo computador. Por fim, 95,5% dos respondentes possuem TV, dentre os quais 17,7% não têm acesso à internet pela TV.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio deste extrato parcial dos dados e resultados, constata-se a relevância da pesquisa de base como forma de ampliar o entendimento sobre os fenômenos comunicacionais. Neste caso em particular, no sentido de mapear o consumo de conteúdo local no DF, considerando a singularidade de sua formação socioespacial. Por isso, busca-se que este *Survey* enseje um projeto de extensão e que tenha continuidade por meio das atividades de ensino e de editais de incentivo à pesquisa.

Nas análises descritivas em curso, foram setorizados os resultados por UPT. Na sequência, serão consolidados os dados agregados do DF, compondo o mapeamento de

meios e veículos acessados pelos entrevistados, bem como da sua percepção sobre a relevância dos temas abordados e do quanto representam a realidade local.

Ao focar a relação da população com fluxos de conteúdo local, o estudo em tela considera a diversidade racial, territorial e socioeconômica em que se insere. Portanto, permite desnudar simetrias e/ou assimetrias de acesso à informação entre diferentes regiões da capital federal, numa perspectiva de contribuir para a redução de desigualdades, o combate à desinformação e o fortalecimento da democracia.

REFERÊNCIAS

BABBIE, E. **Métodos de Pesquisa de Survey**. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

CABRAL, E. A.; YANNOULAS, S. C. A segregação socioeducacional no Distrito Federal do Brasil. **Revista Brasileira de Educação**, v. 26, e260069, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-24782021260069>.

COCHRAN, W. G. **Sampling Techniques**. 3. ed. New York: John Wiley & Sons, 1977.

DISTRITO FEDERAL. Companhia de Planejamento do Distrito Federal (Codeplan). **Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios: PDAD 2021 – Resultados por Região Administrativa**. Brasília: Codeplan, 2022.

FERREIRA, I. C. B.; PENNA, N. A. Território da violência. In PAVIANI, A., FERREIRA, I. C. B.; BARRETO, F. F. P. (Orgs). **Brasília: dimensões da violência urbana**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2005.

GIOVENARDI, E. Impactos socioambientais do crescimento urbano do DF. In PAVIANI, A. et alii (Orgs.). **Brasília 50 anos: da capital a metrópole**. Brasília: Editora UnB, 2010.

HOLANDA, F.; MEDEIROS, V. A. S.; RIBEIRO, R. J. C.; MOURA, A. M. A configuração da Área Metropolitana de Brasília. In: RIBEIRO, R. J. C.; TENORIO, G. S.; HOLANDA, F. (Org.); RIBEIRO, L. C. Q. (Coord.). **Brasília: transformações na ordem urbana**. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015, p. 64-97.

INSTITUTO PARA O DESENVOLVIMENTO DO JORNALISMO (PROJOR). **Atlas da Notícia 2024: mapeamento de veículos de jornalismo no Brasil**. São Paulo: Projor, 2024. Disponível em: <https://www.atlasdanoticia.com.br>. Acesso em: 3 mar. 2025.

JAVORSKI, E.; BARGAS, J. A informação sobre a COVID-19 nos desertos de notícias: a relevância do jornalismo interior do Pará. **Liinc em Revista**, v. 16, n. 2, p. e5339, 2020.

MCCOMBS, M. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. São Paulo: Vozes, 2009.

MORAES, L. Análise espacial de territórios midiáticos: aplicações teórico-metodológicas por meio da Geografia da Comunicação. In: PÔRTO JR., Gilson; ORMANEZE, Fabiano (Orgs.). **Pesquisa em Jornalismo: entre a emergência de um campo e a interdisciplinaridade**. Palmas: Observatório Edições, 2023, p.65-71.

PAVIANI, A. Brasília no contexto local e regional: urbanização e crise. **Revista Território**, ano VII, n. 11, 12 e 13, 2003, p. 63-76.

RODRIGUES, A. D. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: MOUILLAUD, M.; PORTO, S. D (Orgs.). **O jornal: da forma ao sentido**. 2.ed. Brasília: Editora Unb, 2002, p.217-233.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2006.

TORRE, L.; JERÓNIMO, P. Esfera pública e desinformação em contexto local. **Texto Livre**, Belo Horizonte, v. 16, e41881, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/1983-3652.2023.41881>. Acesso em: 6 jan. 2025.