

Desertos de notícia e Comunicação Pública: um estudo de caso sobre o Atlas da Notícia

Larissa Cristina Sampaio Barros

Resumo: O acesso à comunicação é um direito de 3ª geração garantido pela Declaração de Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU). Entretanto, dados do Atlas da Notícia revelam que 51% dos municípios brasileiros não contam com nenhum veículo jornalístico local, o que impede que os moradores dessas regiões tenham acesso ao que acontece nas regiões onde moram. A falta de mídia local prejudica também a Comunicação Pública, tendo em vista a importância do jornalismo no acompanhamento das tomadas de decisões governamentais e na disseminação de informações públicas à sociedade.

Palavras-chave: Comunicação pública; desertos de notícia; direito à comunicação participação social.

Introdução

Pensar na Comunicação enquanto direito e não somente pela ótica mercadológica é fundamental para garantir a democratização do acesso à informação. Ao mesmo tempo em que é possível perceber a tendência dos governos de usar a Internet como ferramenta de prestação de contas à sociedade, tem-se também uma realidade em que cidadãos ainda não têm acesso nem às notícias da própria cidade por falta de um veículo jornalístico local.

A falta de mídia local afeta os brasileiros que não tem esse acesso de diversas maneiras, desde a representatividade na TV (quantos brasileiros têm traços físicos semelhantes aos protagonistas de novelas, por exemplo) até em questões relacionadas à Comunicação Pública, como transparência nas tomadas de decisão governamentais, falta controle e participação social.

Nesse contexto surgem os desertos de notícias, ou seja, municípios que não têm nenhum veículo de informação de local e que representam mais 30 milhões de brasileiros, segundo a pesquisa Atlas da Notícia. Cabe ressaltar que esses municípios podem ter acesso à internet e TV e, por isso, estar informados sobre o que acontece no país e no mundo. O foco da pesquisa realizada pelo Projor é o acesso à informações locais, ou seja, cidadãos que não têm acesso às notícias de seus próprios municípios.

Este artigo tem como objetivo fazer um estudo de caso sobre os dados dos locais nos municípios do Centro-Oeste que são considerados desertos de notícias a fim de entender os principais prejuízos causados pela ausência de jornalismo local, principalmente com relação à Comunicação Pública e o diálogo entre o governo municipal e a sociedade civil. Para isso, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre os pilares centrais deste artigo - Comunicação Pública, direito à comunicação e participação social -, uma análise dos resultados do Atlas da Notícia e, por fim, entrevistas em profundidade com especialistas de Comunicação Pública.

Contexto histórico do direito à Comunicação

A falta de informação local viola um dos direitos humanos fundamentais: o direito à comunicação. É importante pensar na democratização do acesso a este direito porque ele garante o conhecimento de todos os outros. Sem isso, perde-se o acesso à informação e, conseqüentemente, a garantia dos outros direitos. A possibilidade de informar e formar opiniões acerca do que acontece é crucial para assegurar que a sociedade tenha consciência de todos os seus outros direitos e deveres.

O início do direito à comunicação como pauta da sociedade surge com a terceira geração de direitos humanos¹, após a Segunda Guerra Mundial e também aos períodos ditatoriais. Junto à possibilidade de se informar, a sociedade começou a pautar também o direito à paz, direitos ambientais e direitos das minorias.

A criação da Organização das Nações Unidas (ONU) ocorreu no mesmo período, em 1945 e, em seguida, o direito à comunicação foi garantido na Declaração Universal de Direitos Humanos como um direito individual vinculado à liberdade de expressão, com livre troca de ideias, opiniões e diálogos que podem ajudar na tomada de decisões:

Toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber

¹ A 1ª geração de direitos humanos surgiu no final do século XVIII e tem como elemento principal a ideia de liberdade individual, principalmente os direitos civis e políticos. Já os direitos humanos de 2ª geração aparecem após a Primeira Guerra Mundial, com o fortalecimento do conceito de Bem Estar Social no qual o Estado garante oportunidade igual para todos os cidadãos por meio do acesso básico à saúde, educação, lazer, trabalho, entre outros. Por fim, a 3ª geração dos direitos humanos surge a partir da década de 1960 para garantir direitos coletivos, como preservação do meio ambiente, acesso à informação, comunicação e proteção de grupos sociais minoritários.

e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras (ONU, Declaração Universal dos Direitos Humanos, 1948).

Em 1980, ainda visando o acesso à comunicação, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) redigiu o Relatório da Comissão Internacional para o Estudos dos Problemas de Comunicação, com o objetivo de discutir impasses comunicacionais e horizontalizar, descentralizar e democratizar o fluxo de informação em nível global para assim, atingir o nível de comunicação democrática e efetiva. A ideia surgiu a partir da percepção de que os meios de comunicação não cumpriam seu papel de construção da cidadania e, sendo assim, não estavam cumprindo seu papel de educar, informar e dar insumos para formação de opinião da população. Neste contexto, entende-se por cidadania o conjunto de direitos e deveres que os indivíduos devem exercer para conviver em uma sociedade.

O Relatório da Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação aborda a democratização da informação. Nele, é possível perceber que os processos comunicacionais refletem a sociedade em que atuam e, por isso, a desigualdade social também deve ser levada em consideração ao pensar a democratização da Comunicação:

Assim, as diferenças na distribuição das riquezas criam disparidades entre os que estão bem munidos e os que carecem delas, em matéria de comunicação. A separação entre uma minoria cultural e algumas massas analfabetas ou semi-analfabetas é uma separação entre ricos e pobres em matéria de informação, e um sistema político que não seja democrático só pode trazer efeitos desfavoráveis no plano da comunicação. (UNESCO, 1983 p: 278)

Um passo importante para a democratização da comunicação é a participação mais ampla de outros setores da sociedade, assim como incentivo à criação de mídias independentes, como rádios comunitárias e *blogs*. Atualmente, a maioria dos veículos de informação pertencem a grandes conglomerados, como Globo e Record, e mesmo com a ascensão da internet, os portais de notícias *online* mais acessados ainda fazem parte desses grandes oligopólios. Para que haja uma maior disseminação e variedade de conteúdo, é importante que grupos menores compostos por cidadãos comuns, empresas locais, o Estado e

instituições independentes participem desses processos comunicacionais. (GERALDES *et al*, 2019).

Comunicação Pública e Participação Social

Tendo em vista que os veículos de informação podem ser um elo entre os governos municipais e os cidadãos, principalmente no que tange ao acompanhamento das tomadas de decisão e disseminação de informação, percebe-se que a Comunicação Pública também pode ser afetada pela falta de jornalismo local nos desertos de notícias.

Comunicação pública é um processo de comunicação que parte do Estado e dos governos para a sociedade civil. Tem como objetivo informar as ações governamentais e incentivar a participação social, ou seja, o acompanhamento e influência dos indivíduos nas discussões governamentais, tendo em vista que são nesses canais comunicacionais que a sociedade civil tem espaço para opinar nos projetos e acompanhar as tomadas de decisões de seus representantes. Para Elizabeth Brandão, é papel da comunicação pública:

despertar o sentimento cívico, informar e prestar contas sobre suas realizações, divulgando programas e políticas que estão sendo implementados; motivar e/ou educar, chamando a população para participar de momentos específicos da vida do país [...]; proteger e promover a cidadania (campanhas de vacinação, acidente de trânsito, etc.), ou convocar cidadãos para o cumprimento de seus deveres [...]. (BRANDÃO *et al*. 2012, p. 05).

A comunicação pública tornou-se um grande avanço na construção de diálogo entre o governo e outros atores sociais. Duarte explica a relação que ela tem com a participação social da seguinte maneira:

Comunicação pública, então, deve ser compreendida com sentido mais amplo do que dar informação. Deve incluir a possibilidade de o cidadão ter pleno conhecimento da informação que lhe diz respeito, inclusive aquela que não busca por não saber que existe, a possibilidade de expressar suas posições com a certeza de que será ouvido com interesse e a perspectiva de participar ativamente, de obter orientação, educação e diálogo. (DUARTE, 2007, p. 64).

No fim da década de 1980, diversos movimentos sociais como, movimento negro, de mulheres, socioambientais, indígenas, lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transsexuais e *queer* (LGBT+), sem-terra, entre outros, até então não se viam representados na política,

começaram a se articular e exigir maior participação em políticas públicas que impactassem diretamente suas realidades. Era necessária a criação de outros mecanismos de participação, além do voto, para abranger as opiniões de todos os setores da sociedade civil e suas particularidades. Coube ao Estado criar mecanismos e garantir os direitos civis por meio da participação popular efetiva nas políticas públicas (MORONI, 2009).

Vê-se na Constituição Federal de 1988 a garantia da participação social em algumas políticas sociais, como no artigo 194, parágrafo único, inciso VII, que trata da Seguridade Social, assegurando “o caráter democrático e descentralizado da administração, mediante gestão quadripartite, com participação dos trabalhadores, dos empregados e aposentados do Governo nos órgãos colegiados”; no artigo 227, parágrafo 1º, relacionado à Família, à Criança, ao Adolescente e ao Idoso, determinando que “o Estado promoverá programas de assistência integral à saúde da criança e do adolescente, admitida a participação de entidades não governamentais (...)”; por fim, no artigo 204, inciso II, sobre a Assistência Social, garantindo a “participação da população, por meio de organizações representativas, na formulação das políticas e no controle das ações em todos os níveis” (BRASIL, 1988).

Rousseau foi um dos primeiros autores a falar sobre a inclusão da sociedade civil nas tomadas de decisão governamentais. É o responsável pela Teoria da Democracia Participativa, na qual difunde a ideia de que todo cidadão deve participar individualmente dos processos político-sociais. O autor também acredita que essa relação é capaz de "desenvolver uma ação responsável, individual, social e política como resultado do processo participativo" (PATEMAN, 1992, p.38). Por meio da participação, a democracia aconteceria de forma direta, garantindo um sistema em que os cidadãos são executores de suas próprias leis.

O principal objetivo da democracia participativa nos dias de hoje é proporcionar a oportunidade de participação às pessoas, criando canais de discussão que fomentem o pensar sobre questões políticas, principalmente as que estão ligadas ao exercício da cidadania. O modelo é uma nova maneira de construir uma gestão que valorize o princípio máximo da democracia, do poder soberano do povo, ao colocá-lo como protagonista da governabilidade.

É fomentada, então, nos governos a ideia de gestão democrática por meio de maior interação entre governo e sociedade, a fim de valorizar a presença do cidadão diante de contextos coletivos, ajustando políticas públicas para que sejam mais efetivas e abrangentes possíveis.

A partir da década de 1990, a *Internet* passou a ser utilizada como ferramenta para que o Estado brasileiro compartilhasse informações e pudesse dialogar com a sociedade civil. Os governos começaram a usar os *sites* como mecanismo de *accountability*² e como incentivo à cidadania, sendo assim o uso da tecnologia passou a fazer parte da dinâmica das democracias modernas. Atualmente, a comunicação pública via *Internet* é “a ponta do iceberg de um processo maior que tem alterado a própria organização da informação e o modo como representantes e agentes do poder público exercem processos comunicativos” (SILVA, 2009, p. 1).

O avanço tecnológico e, conseqüentemente, a *Internet* mudaram a maneira da sociedade se relacionar e de consumir informação. Castells (2002) utiliza o termo Sociedade em Rede para explicar que a sociedade atual informacional está interligada, como estruturas abertas capazes de se expandirem de forma ilimitada, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação.

Com o passar dos anos, o Estado e os governos firmaram ainda mais sua presença *online* e passaram a utilizar a *Internet* como ferramenta de prestação de contas e participação social. A Sociedade em Rede, conceito que estabelece uma relação de interdependência entre os indivíduos e os avanços tecnológicos, trouxe a tecnologia para o dia a dia dos cidadãos e a Comunicação Pública seguiu os mesmos passos:

Essa é a nova estrutura social da Era da Informação, por mim chamada de *sociedade em rede*, porque constituída de redes de produção, poder e experiência, que constroem a cultura da virtualidade nos fluxos globais os quais, por sua vez, transcendeu o tempo e o espaço. (1999, 427. grifo do autor).

O movimento de expansão da democracia participativa por meio da *Internet* se intensifica a partir da percepção das transformações da sociedades contemporânea no fim da década de 1990. Nesse sentido, a tecnologia voltada à produção de conhecimento e disseminação de conteúdo torna-se o centro do desenvolvimento econômico (CASTELLS, 1999) e um impulso para o desenvolvimento de práticas inclusivas e de participação democrática, aproximando a relação entre o Estado e a sociedade civil.

² Termo muito utilizado no contexto das políticas públicas e que se refere ao controle, fiscalização, prestação de contas, responsabilização das tomadas de decisão dos governos.

Desertos de notícias

Embora a sociedade esteja cada vez mais organizada em rede, conforme Castells explicita em seus apontamentos sobre a Era da Informação (1999), o Brasil ainda possui espaços geográficos excluídos do acesso à comunicação local. Estas regiões são consideradas desertos de notícias, ou seja, municípios sem cobertura jornalística local. O Atlas da Notícia, nome da pesquisa que criou o termo “desertos de notícias”, foi inspirado no America’s Growing News Deserts, da Columbia Journalism Review, nos Estados Unidos.³

O Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (PROJOR), em parceria com a agência Volt Data Lab realizou um mapeamento de todos os veículos de imprensa nos 5570 municípios brasileiros e constatou que 51% deles não contam com jornalismo local.

Macário (em entrevista à autora, 2019) afirma que a falta de jornalismo local traz diversos prejuízos, não somente para o município deserto de notícia, mas também para o mundo. Isso porque, da mesma maneira que os moradores da região sem veículo de notícias locais não tem acesso ao que acontece onde vivem, a sociedade que está fora desses municípios também não e, muitas vezes, algum acontecimento local importante passa despercebido nacional e internacionalmente por falta do jornalismo.

Segundo o Atlas, em números absolutos, Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo são as capitais com maior número de jornais e sites de notícias. Juntas, elas concentram 20,7% dos veículos informacionais do país. A concentração de veículos comunicacionais nessas três cidades ocorre porque Brasília é a capital do país e Rio de Janeiro e São Paulo são grandes centros de investimento e empregos do país. Isso quer dizer que uma cidade ou município do interior tem mais chances de saber o que acontece nessas 3 capitais detentoras de mais de 20% dos veículos de comunicação, do que saber de notícias locais.

Vale salientar que Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) está relacionado à falta de acesso à informação e estes fatores são fundamentais para o objeto desta pesquisa. Municípios e cidades com baixo IDH têm menos chances de ter um veículo de informação local e municípios com baixa taxa de escolaridade também estão dentro dos desertos de notícias. Sendo assim, a falta de informação pública compromete a vida cívica, impedindo

³ A pesquisa é uma iniciativa da Universidade de Columbia, nos Estados Unidos, e tem como principal objetivo mapear a presença de veículos de informação locais no país. O mapeamento surgiu da percepção de que os pequenos jornais estão fechando exponencialmente, deixando os moradores de pequenas regiões sem informações locais.

que os moradores possam cobrar melhorias nas políticas públicas de seus municípios, as quais impactam diretamente na qualidade de vida e, conseqüentemente, na melhoria do IDH.

Metodologia

Os desertos de notícia representam em 2019 quase metade dos municípios do país. Isso significa que 30 milhões de brasileiros não contam com veículo de imprensa local, como rádio, TV e *sites* de notícia.

A inexistência da mídia local pode enfraquecer a relação entre o governo municipal e a sociedade civil, tendo em vista que a imprensa é uma grande aliada no monitoramento das políticas públicas, assim como responsável por disseminar informações de interesse social.

Um outro fator que pode enfraquecer a democracia participativa nos desertos de notícias é que a imprensa também tem o papel de questionar decisões políticas e cobrar posicionamento do governo. Com essa ausência, o governo municipal fica mais livre para omitir informações e mostrar apenas o que achar relevante, tornando-se mais suscetível até a práticas de corrupção. Além disso, os moradores desses municípios têm de ser mais ativos quanto ao controle social, tendo em vista que nem sempre poderão contar com a idoneidade de seus representantes políticos.

A primeira etapa metodológica constitui-se de uma revisão de literatura sobre os temas centrais desta pesquisa: comunicação pública e participação social com o objetivo de entender a relação entre esses dois conceitos e também para refletir sua importância no contexto da democracia.

O próximo passo da pesquisa é fazer um estudo sobre os desertos de notícia no Centro-Oeste, utilizando o Atlas da Notícia como base. Esse recorte foi escolhido porque a capital do Brasil, centro das decisões públicas, está localizada. O objetivo do estudo é coletar dados sobre os municípios que não têm veículo de informação local e independente a fim de entender os maiores prejuízos que essa região sofre.

Após o conhecimento teórico e coleta de dados do Atlas de Notícias são realizadas entrevistas em profundidade com estudiosos da Comunicação Pública para entender os prejuízos da falta de imprensa local nos municípios considerados desertos de notícias, principalmente com relação à comunicação pública, controle e participação social. Vanessa Negrini é uma das entrevistadas para a pesquisa. Comunicóloga, mestre e doutora em Políticas de Comunicação pela Universidade de Brasília. O outro entrevistado foi Jorge

Duarte, jornalista, pesquisador de Comunicação Pública e autor de uma vasta bibliografia acerca do tema. Ambos possuem grande relevância na área de Comunicação Pública e também moram em Brasília, facilitando a logística das entrevistas.

Além dos acadêmicos, há também uma entrevista com Lincoln Macário, jornalista da Câmara dos Deputados e presidente da Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABC Pública), para entender na prática as principais preocupações quanto aos dados obtidos.

A entrevista em profundidade é um recurso metodológico qualitativo capaz de recolher informações subjetivas do entrevistado. Esse método permite a flexibilidade nas perguntas a partir das respostas:

os dados não são apenas colhidos, mas também resultado de interpretação e reconstrução pelo pesquisador, em diálogo inteligente e crítico com a realidade. Nesse percurso de descobertas, as perguntas permitem explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processos e fluxos, compreender o passado, analisar, discutir e fazer prospectivas. (DUARTE et al, 2009, p. 62-63).

O roteiro de entrevista em profundidade é semiestruturado. Os registros das entrevistas foram gravados e transcritos, a fim de permitir credibilidade no processo de análise de conteúdo.

Análise e discussão de resultados

O Atlas da Notícia é uma pesquisa realizada pelo Projor e executada pela agência Volt Data Lab cujo objetivo é mapear os veículos de notícias independentes no Brasil. A primeira edição da pesquisa foi realizada em 2017 e contou apenas com o mapeamento de jornais impressos e veículos *online*, enquanto a última edição inclui também a presença de rádios e TVs. Por isso, não é possível ainda fazer comparações entre os mapeamentos nos dois anos.

A importância da pesquisa ocorre em diversos aspectos e revela dados preocupantes quanto ao acesso à informação dos brasileiros, principalmente no interior do país e em municípios com baixos índices de qualidade de vida. Por meio do Atlas da Notícia é possível acompanhar dados e informações acerca dos veículos de mídia locais e entender que tipo de políticas públicas e incentivos governamentais podem ser realizados para que todos os cidadãos tenham acesso a informações dos municípios em que moram.

Os resultados do Atlas da Notícia revelam que 51% dos municípios brasileiros, totalizando 30 milhões de cidadãos, não têm contato com informações locais por meio de

veículos de imprensa independente. Entretanto, outro dado merece atenção: os quase desertos são municípios brasileiros que contam com um ou dois veículos de informação local, somando um total de 34 milhões de pessoas no Brasil nessa realidade.

Sobre os quase desertos de notícias, Duarte comenta que a situação é ainda mais preocupante devido à manipulação de informação:

“Se o único veículo de informação existente no município for de algum político ou liderança religiosa, por exemplo, as informações podem ser enviesadas, ou seja, a população pode estar desinformada e influenciada”. (Duarte, em entrevista à autora, 2019)

A diferença entre Comunicação Pública e Comunicação Governamental está principalmente relacionada à manipulação e seleção de informações passadas à sociedade. Enquanto a comunicação pública tem independência para disseminar todas as informações que sejam de interesse dos cidadãos, a Comunicação Governamental é subordinada ao governo vigente, podendo omitir dados e selecionar notícias a serem passadas a fim de manter uma boa imagem. (Haswani, 2013). Com isso, infere-se que a Comunicação Pública não é tão suscetível a manipulação de informação quanto a governamental, tendo em vista seu caráter independente da gestão vigente.

Percebe-se também por meio da pesquisa do Projor que há uma concentração de informação nas capitais do país, principalmente em São Paulo, Brasília e Rio de Janeiro. Ademais, em paralelo a essa constatação, conclui-se que as regiões Norte e Nordeste são as que representam maior quantidade de desertos de notícias, ou seja, municípios que não contam com nenhum veículo jornalístico local.

Dados do Centro-Oeste

Os dados apresentados pelo Atlas da Notícia comprovam que Norte e Nordeste são as regiões mais afetadas pela falta de jornalismo local, mas ao fazer o recorte de pesquisa para o Centro-Oeste, percebe-se que as informações também são muito preocupantes.

A região composta por Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás e Distrito Federal contempla 431 municípios e teve 1383 veículos jornalísticos mapeados. Dentre eles, são 315 de televisão, 371 de jornais, 277 de imprensa *online* e, por fim, 420 de rádio.

Entretanto, desse número total de mídia local, 566 estão localizados nas capitais da região: foram mapeados 260 veículos de informação em Brasília, 108 em Goiânia, 101 em

Campo Grande e 87 em Cuiabá, restando somente 827 veículos de informação locais para os outros 327 municípios do Centro-Oeste, ou seja, aproximadamente 2,5 veículos para cada.

Diante dos 431 municípios do Centro-Oeste, incluindo as capitais dos Estados, somente 243 (56%) têm veículos de mídia local, sendo que 43 deles são quase desertos de notícias, ou seja, têm apenas 1 ou 2 meios de informação.

Cabe ressaltar aqui que o Distrito Federal não é um deserto de notícia, portanto, todos os municípios que se encontram nessa situação de falta de informação local estão localizados entre Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. Dentre eles:

- Dos 246 municípios de Goiás, 49% são desertos de notícias;
- Dos 106 municípios de Mato Grosso, 49% são desertos de notícias;
- Dos 79 municípios de Mato Grosso do Sul, 22% são desertos de notícias.

Além disso, todos os municípios considerados desertos de notícias têm o IDH classificado como baixo ou muito baixo, ou seja, os dados referentes à qualidade de vida da população estão abaixo do recomendado pela Organização das Nações Unidas.

Embora não haja uma correlação direta entre os baixos índices de desenvolvimento e a falta de mídia local, cabe levantar algumas hipóteses sobre essa constatação. Duarte acredita que não seja uma relação de causa e consequência e que os municípios com baixo IDH contam com pouca estrutura, como postos de gasolina, escolas, entre outros, e que a ausência de um veículo de imprensa seja também um reflexo disso. Para ele, “a falta de imprensa local não gera baixo desenvolvimento necessariamente, mas impacta na qualidade das informações e na discussão pública” (em entrevista à autora, 2019).

Em contrapartida, Negrini acredita que é possível estabelecer uma entre os desertos de notícia e baixo IDH:

“A falta de mídia local nesses municípios com baixo IDH se devem especialmente à visão da comunicação como mercado e não como direito. Então, economicamente, os veículos vão investir sua presença em lugares que a população tem maior nível de renda para negociar e atrair patrocinadores.” (em entrevista à autora, 2019)

Internet e desertos de notícias

A *Internet* expandiu o acesso às informações públicas e governamentais e, conseqüentemente, a participação de atores sociais, estreitando o diálogo entre Estado e sociedade civil.

Em contrapartida, por se tratar de um dos principais meios de comunicação adotado pelo governo, 40% de brasileiros ficam excluídos do acesso à informação pública, tendo em vista que, segundo o IBGE, esta parcela da população não tem acesso à internet. Para a população pertencente às classes D e E, esse número sobe para 70% de domicílios sem *Internet*.

O Atlas da Notícia mapeou 276 veículos jornalísticos online no Centro-Oeste e, sabendo da concentração desses meios nas capitais, pode-se inferir que existem poucas iniciativas *online* de propagação de notícias nos outros municípios da região. Além disso, dado o baixo IDH dos desertos de notícias, é possível refletir que a *Internet* não seja o meio mais buscado para ter acesso a informações públicas.

Tendo essas informações como base, conclui-se que as estratégias governamentais de colocar as informações públicas na *Internet* são importantes, mas não podem excluir as maneiras tradicionais e pessoais de fazer comunicação pública. Sobre isso, Negrini (em entrevista à autora, 2019) diz que se um órgão público migra todas as informações para a meios tecnológicos “não está acontecendo uma Comunicação Pública, pois um dos princípios é a universalidade, ou seja, acesso de todo mundo”.

Sobre esse fenômeno da relação da sociedade com a internet, principalmente no sentido comunicacional e de trocas de informação, Castells (1999) afirma:

“A comunicação mediada pela internet é um fenômeno social recente demais para que a pesquisa acadêmica tenha tido a oportunidade de chegar a conclusões sólidas sobre seu significado social.” (Castells, 1999, p. 442)

O cenário ideal seria o que os governos utilizassem da tecnologia para estreitar relações com quem está presente nas redes, mas sem extinguir o atendimento meios como telefone e atendimento presencial, principalmente porque para além das pessoas que não têm acesso à internet por questões financeiras e de acesso, existem também os idosos e pessoas que não usam a *Internet* por outros motivos, mas que também precisam de informações públicas.

É fundamental que tanto o governo federal quanto os estaduais e municipais reconheçam a importância da Comunicação Pública e que façam dela uma pauta das políticas públicas. Macário (em entrevista à autora, 2019) acredita na criação de um fundo para impulsionar mídias independentes, como pequenos jornais e rádios, para que a sociedade civil tenha autonomia e incentivo financeiro na criação dos veículos de informação locais.

Além disso, Macário defende que o investimento na Comunicação deve ser em duas áreas, na pública e na privada, para gerar uma concorrência e para que a qualidade de Comunicação seja boa:

“o fortalecimento da comunicação pública nas estruturas locais, ou seja, se uma prefeitura faz uma comunicação pública decente, ela nivela a comunicação não-pública feita ali. O fator concorrencial ajuda que um persiga o outro e, por exemplo, se a prefeitura começa a passar informações de maneira interessante, que cheguem ao cidadão efetivamente, que conquistem a atenção do público, isso vai fazer com o que veículo independente local não fique atrás. Se não agir nas duas vertentes, se tiver uma verba milionária para a Comunicação Pública nos municípios e eles continuarem com péssimas estratégias de comunicação, vai nivelar por baixo.” (Macário, em entrevista à autora, 2019).

Uma outra solução para tornar a Comunicação Pública efetiva nos desertos de notícias é o suporte público para criação e manutenção de rádios comunitárias. Sobre os incentivos governamentais, Duarte aponta:

“Esse apoio deveria vir em forma de flexibilização da legislação, que atualmente considera crime a criação de rádios, mas também na forma de capacitação de moradores interessados em difundir informações sobre os municípios onde vivem.” (em entrevista à autora, 2019)

Embora seja proibido na Constituição, existem parlamentares donos de veículos de notícias e, de acordo com Negrini, esse fato pode ser um impeditivo para a liberação da criação de novos veículos, como a rádio comunitária, emissora sonora sem fins lucrativos e com baixo limite de alcance. Além disso, é importante que os veículos de Comunicação Pública sejam pensados de acordo com a realidade de cada município e fazer com que não sejam apenas um instrumento mercadológico para divulgação de empresas locais.

Considerações finais

A importância da mídia local está além da necessidade de notícias cotidianas sobre os municípios, ela tem papel importante de pressionar o governo quanto a prestação de contas e esclarecimentos acerca de decisões políticas. Portanto, é possível dizer que a falta de um veículo jornalístico local pode prejudicar a participação social.

Entretanto, tão importante quanto saber quais municípios são desertos de notícias ou não, é relevante entender o impacto de um único veículo jornalístico no município. Isso porque a existência de uma única mídia pode ter o papel de influenciar a população e não

levar a reflexão. A falta de pluralidade de pensamentos e perspectivas pode servir para reproduzir discursos hegemônicos ao invés de influenciar o debate público.

Além disso, deve-se levar em consideração que a Comunicação Pública não está resumida à radiodifusão e que existem outros mecanismos de passar a informação de interesse popular nos desertos de notícias, principalmente estratégias pessoais, como encontros, reuniões, conselhos, cartazes em espaços públicos e fóruns municipais.

Desde 2017, o Brasil acompanha o desmonte da Comunicação Pública no país. A Empresa Brasileira de Comunicação (EBC) foi criada em 2008 e atua como uma empresa de Comunicação Pública, isto quer dizer que ela não tem vínculo com a gestão federal vigente e conta com um conselho gestor composto por membros da sociedade civil que podem, inclusive, destituir o presidente indicado. O caráter independente da EBC é o que diferencia a Comunicação Pública da Comunicação Governamental, entretanto em 2017, o presidente da República demitiu o presidente da EBC, decisão a qual ele não poderia intervir. Desde então, a empresa de comunicação pública vem sofrendo constantes ataques, teve seu conselho gestor extinto, teve matérias censuradas e até ameaças de fechamento do atual presidente, Jair Bolsonaro.

Em um cenário tão preocupante no qual 51% dos municípios brasileiros não têm acesso à informação local, a preservação da EBC enquanto empresa de Comunicação Pública federal é de extrema importância para o combate às *fake news*, a democratização do acesso à comunicação e, principalmente, na confiança do serviço prestado, tendo em vista que Empresa Brasileira de Comunicação não é passível de manipulação midiática e não deve estar alinhada com nenhuma ideologia partidária. A extinção da EBC fere a democracia brasileira e, principalmente, o direito humano humano de acesso à Comunicação.

Por fim, ainda não se vê estudos na literatura sobre comunicação pública e participação social dentro dos desertos de notícias e o prejuízo da falta de informação local para a democracia e falhas no desenho de políticas públicas efetivas. Espera-se que esse trabalho seja um impulso para a pesquisa acadêmica do tema, a fim de explorar o impacto da falta de acesso de informação municipal em mais da metade do Brasil.

Referências

AVRITZER, Leonardo. Sociedade Civil e Participação Social no Brasil. Texto preparado para a coordenação da área social do projeto Brasil em Três Tempos. DCP-UFMG

BRANDÃO, Elizabeth et al. “Conceito de Comunicação Pública” In: Comunicação Pública: estado mercado, sociedade e interesse público. DUARTE, Jorge (org). São Paulo: Atlas, 2007, v. , p. 1-33.

BOBBIO, N. O futuro da democracia. 9 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília-DF, 1988.

CASTELLS, Manuel. A era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. 6a edição, São Paulo: Paz e terra, 2002.

CASTELLS, M. A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DUARTE, M. Y. Comunicação e cidadania In: DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

DUARTE, Jorge et al. “Entrevista em profundidade” In: Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Org.) 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

DUARTE, Jorge. Entrevista concedida a Larissa Sampaio. Brasília, 23 maio. 2019. [A entrevista encontra-se transcrita no anexo do memorial deste trabalho].

GERALDES, Elen et al. “O Direito à Comunicação e à Informação: em busca do tempo perdido” In: Introdução Crítica ao Direito à Comunicação e à Informação. SOUSA Júnior, G. et al (orgs). Brasília: FAC-UnB, 2017.

GERALDES, Elen et al. “Internet e direitos humanos no Brasil: conflitos e impasses” In: Internet e direitos humanos: cenários e perspectivas. SOUSA, J. et al (orgs). Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação. 2019.

GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. Fronteiras-estudos midiáticos, v. 7, n. 3, p. 214-222, 2005.

HASWANI, Mariângela. Comunicação Pública: bases e abrangência. São Paulo: Saraiva, 2013.

MACÁRIO, Lincoln. Entrevista concedida a Larissa Sampaio. Brasília, 18 maio. 2019 [A entrevista encontra-se transcrita no anexo do memorial deste trabalho].

MORONI, José A. O direito à participação no governo Lula. In: AVRITZER, Leonardo. Experiências nacionais de participação social. São Paulo: Cortez, 2009.

NEGRINI, Vanessa. Entrevista concedida a Larissa Sampaio. Brasília, 29 maio. 2019 [A entrevista encontra-se transcrita no anexo do memorial deste trabalho].

ONU. Declaração Universal dos Direitos Humanos, 1948.

PATEMAN, Carole. Participação e teoria democrática. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

PROJOR - Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo. Atlas da Notícia. Disponível em: https://www.atlas.jor.br/graficos/atlas_relatorio_v2.pdf. Acesso em 07 de junho de 2019.

ROUSSEAU, J. Discurso sobre a economia política e do contrato social. Petrópolis: Vozes, 1995.

UNESCO. Um mundo e muitas vozes: comunicação e informação na nossa época. Rio de Janeiro: FGV, 1983.