

A imprensa de Guia Lopes da Laguna na cobertura da pandemia de Covid-19 e a relação com os quase-desertos de notícia¹

Danielle Errobidarte MATOS²

Daniela Cristiane OTA³

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Mato Grosso do Sul, MS

RESUMO

Marcada no Brasil pela desigualdade no acesso a medidas de biossegurança e pela velocidade de contágio, a pandemia de Covid-19 afetou as cidades do interior de forma diferente que as capitais e os grandes centros. O papel da mídia local e regional foi de fundamental importância para a veiculação de informações sobre o coronavírus, desde os primeiros meses da pandemia, a partir de fevereiro de 2020. Em Mato Grosso do Sul, o pequeno município de Guia Lopes da Laguna tornou-se o epicentro da doença após a contaminação de um caminhoneiro vindo do estado de São Paulo até o frigorífico da cidade, principal fonte econômica da região. A mídia local e a imprensa do interior tornaram-se uma saída para dar voz às demandas de comunidades e promoveram um senso de identidade geográfica para moradores locais, como cidades rurais e afastadas dos grandes centros, segundo Abernathy (2018), pioneira na conceituação de deserto de notícias. O interesse deste texto gira em torno da prestação de serviço e tensões influentes nos três veículos de comunicação de Guia Lopes, durante o pico de casos na pandemia de Covid-19.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia local; Pandemia; Mato Grosso do Sul; Guia Lopes da Laguna; Jornalismo.

INTRODUÇÃO

Com a variedade da origem das informações trazida pelas transformações dos meios de comunicação junto à Internet, a importância da mediação do fluxo de conteúdos por jornalistas tornou-se mais evidente. A começar pela prioridade de informações organizadas a partir do interesse público, o papel dos jornalistas concentrou-se ainda mais na diferenciação da informação checada, confirmada de sua veracidade e fundamentada, do rumor em aplicativos de redes sociais - como o WhatsApp, o Facebook, o Instagram e, mais recentemente, a plataforma de vídeos

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós Graduação em Comunicação da UFMS, e-mail: danielleerrobidarte@gmail.com.

³ Professora de Graduação e Pós Graduação do Curso de Jornalismo e do PPGCOM da UFMS, e-mail: daniela.ota@ufms.br.

TikTok¹ -, além da responsabilidade social intrínseca à rotina desses profissionais, amparada no Código de Ética que baseia a deontologia de sua atuação.

Camponez *et. al* (2020, p. 17), afirmou que a distinção dos jornalistas de qualquer outro provedor de informação é “a mediação com a opinião pública baseada em critérios públicos de recolha, tratamento e distribuição de conteúdos informativos (...) a partir dos quais os próprios jornalistas possam prestar contas”. No levantamento feito por Camponez *et. al* (2020) – um relatório de estudo sobre os efeitos do estado de emergência no jornalismo no contexto da pandemia de Covid-19 -, é citada a constatação da organização francesa Repórteres Sem Fronteiras de que quase metade dos países membros da ONU (Organização das Nações Unidas) usou a pandemia como pretexto para obstruir a liberdade de expressão, uma vez que o papel de prestação de serviço por meio de informações de qualidade continua sendo dos jornalistas, mesmo que o acesso à informação – e consequente utilização das ferramentas tecnológicas disponíveis na atualidade, para publicação desta – não seja exclusivo da categoria.

Desde o início da pandemia no Brasil, houve uma mobilização dos meios de comunicação – inclusive como empresas que precisam ser financeiramente rentáveis, e disso derivaram agravamentos na receita de diversos veículos pela restrição de contato interpessoal causado pelo distanciamento social – para a seleção, tratamento e divulgação dos dados advindos dos órgãos sanitários e políticos responsáveis pelo controle da transmissão do vírus no Brasil.

A agenda dos meios de comunicação social focou-se quase exclusivamente na programação mundial da infecção, abordando a pandemia de todos os ângulos: político, econômico, social, cultural, científico e humanitário. Sem paralelo na história recente, o período que o mundo atravessa, desde o início de 2020, tem colocado o jornalismo em circunstâncias que, no limite, configuram um paradoxo: por um lado, diante de uma renovada oportunidade de reconhecimento público e reconquista de públicos; por outro, diante de agravos constrangimentos financeiros (CAMPONEZ *et. al*, 2020, p. 17).

O relatório de pesquisa do Grupo Midiars (Grupo de Pesquisa em Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais)⁴ intitulado “Desinformação, mídia social e Covid-

⁴ O MIDIARS (Laboratório de Pesquisa em Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais) é uma parceria entre o Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e o Programa de Pós Graduação em Letras da Universidade Federal de Pelotas, construída através de sua diretora, a pesquisadora Raquel Recuero. Nasceu como um projeto colaborativo de grupo de pesquisa, com a participação dos pesquisadores Marco Bastos (University College Dublin) e Gabriela Zago. Seu objetivo é proporcionar um espaço de intercâmbio entre alunos e pesquisadores de diversas disciplinas, cujos interesses gravitem em torno de temáticas associadas ao discurso e à mídia social, particularmente, nos temas de discurso, mídia social e violência e discurso, mídia social e desinformação. Atualmente, conta com 25 pesquisadores.

19 no Brasil: relatório, resultados e estratégias de combate”, identificou três principais efeitos da desinformação durante a pandemia no país. A primeira conclusão é de que a pandemia é tratada como um assunto político-partidário, e não como um problema de saúde pública. A desinformação é utilizada para sustentar discursos políticos, que ganham forças em redes polarizadas onde circulam apenas informações de determinado viés – seja ele verdadeiro ou não.

Entre os resultados obtidos pelo estudo, destaca-se o apontamento de que as autoridades públicas e políticas têm papel fundamental na legitimação da desinformação, seja porque as contas delas já detêm uma grande audiência, ou porque a autoridade desses sujeitos legitima o conteúdo propagado. O Grupo Mídia também chegou à conclusão de que “atores políticos também possuem um papel central na propagação de desinformação nas mídias sociais a partir de seus próprios perfis” (RECUERO, *et. al*, p. 26, 2021).

No Brasil, o primeiro caso de Covid-19 foi confirmado pelo Ministério da Saúde em 26 de fevereiro de 2020. Semanas antes, no terceiro dia do mesmo mês, o país entrava em Emergência de Saúde Pública de Importância Nacional. Em 6 de fevereiro foi sancionada a Lei 13.979, conhecida como Lei da Quarentena, onde ficou estabelecido que

I - isolamento: separação de pessoas doentes ou contaminadas, ou de bagagens, meios de transporte, mercadorias ou encomendas postais afetadas, de outros, de maneira a evitar a contaminação ou a propagação do coronavírus; e II - quarentena: restrição de atividades ou separação de pessoas suspeitas de contaminação das pessoas que não estejam doentes, ou de bagagens, contêineres, animais, meios de transporte ou mercadorias suspeitos de contaminação, de maneira a evitar a possível contaminação ou a propagação do coronavírus. (BRASIL, 2020).

No dia 5 de maio a Secretaria de Estado de Saúde de Mato Grosso do Sul (SES) incluiu Guia Lopes da Laguna na lista de cidades afetadas pelo novo coronavírus, com a identificação do primeiro caso positivo de paciente com Covid-19. Duas semanas depois, o boletim epidemiológico de 19 de maio já colocava o município como o segundo em número de casos, com 106 casos. O aumento exponencial deu-se, segundo divulgado pela Prefeitura Municipal, pela contaminação de profissionais que trabalhavam em um frigorífico da cidade, após um deles contrair a doença. (GUIA LOPES DA LAGUNA, 2020).

O estado de Mato Grosso do Sul registra 533.206 casos confirmados da doença, com 10.645 mortes. No Brasil, são 32.830.844 casos e 673.339 mortes. Em todo o mundo, são 553.512.328 casos e 6.347.474 mortes (na data de 5 de julho de 2022). Segundo o portal do coronavírus do Governo do Estado de Mato Grosso do Sul – gerenciado com informações sobre a disseminação da doença e aplicação da vacina, pela Secretaria de Saúde estadual – existem três variantes de atenção/preocupação sob vigilância dos países: a variante Alpha (conhecida como variante do Reino Unido, identificada pela primeira vez em 20 de setembro de 2020 e já presente em 118 países), a variante Ômicron (detectada na África do Sul em agosto de 2020 e presente em 64 países) e a variante Gamma (detectada em amostras do Brasil e do Japão em dezembro de 2020 e notificada em 38 países).

DESERTO DE NOTÍCIAS

O conceito de deserto de notícias foi descrito pela primeira vez nas pesquisas de Penelope Muse Abernathy, na quantificação da perda de jornais locais nos Estados Unidos. Os estudos mais recentes, de 2018 e 2020, estruturaram um banco de dados com mais de 9.000 jornais locais no país. Contudo, apontaram também que, na última década, quase um a cada cinco jornais desapareceu e inúmeros outros se tornaram “fantasmas” de si mesmos. “Para residentes em milhares de comunidades em todo o país – bairros centrais, subúrbios ricos e cidades rurais – os jornais locais têm sido a principal, senão a única fonte de notícias e informações que podem afetar a qualidade de suas vidas diárias” (ABERNATHY, 2018, p. 8). O relatório “The Expanding News Desert”, de 2018, revelou que metade dos 3.143 condados dos Estados Unidos têm apenas um jornal, geralmente pequeno semanário, tentando cobrir várias comunidades, e quase 200 condados – equivalentes dos estados, no Brasil – não têm nenhum jornal. Ademais, a maioria dos empreendimentos jornalísticos está agrupada em torno das principais áreas metropolitanas

A perda de jornais locais em um estado tem o potencial de afetar os residentes em muitos outros estados, uma vez que as agências governamentais costumam confiar nas reportagens locais para ajudar a identificar e conter as crises de saúde pública e avaliar o impacto dos desastres ambientais (ABERNATHY, 2018, p. 38).

As consequências dos desertos de notícias vão além da identificação dos problemas na região onde o veículo desapareceu. Elas incluem, tanto nos Estados

Unidos como no Brasil, os residentes de área mais vulneráveis socioeconomicamente. “Eles são geralmente mais pobres, mais velhos e menos educados do que o americano médio” (ABERNATHY, 2018, p. 38). Já em comunidades rurais, o prejuízo é por tempo indeterminado, uma vez que dificilmente surgirão outros veículos para preencher o vazio de notícias, já que são áreas isoladas e de pouco interesse para potenciais financiadores. Além disso, a falta de competição entre jornais em muitas localidades representa, segundo Abernathy, em menos cobertura do governo local e estadual, e menos vigilância do poder público.

Novo relatório da UNC Hussman School Of Journalism and Media (Abernathy, 2020), consolidou a perda de jornais locais durante a pandemia de Covid-19, com dois principais problemas: o fechamento de jornais e a demissão de jornalistas. Os veículos locais que se esforçavam para se manter em funcionamento antes da pandemia em cidades e regiões afastadas dos grandes centros – e conseqüentemente distantes de potenciais investidores para segurança financeira dos veículos como empresas jornalísticas – já eram considerados sobreviventes, e transformaram-se em verdadeiros “fantasmas”, como é tratado por Abernathy (2020, p. 08).

Desde então, as conseqüências econômicas do coronavírus turbinaram o declínio, com pelo menos 30 jornais fechados ou fundidos entre abril e maio de 2020, dezenas de jornais mudando para entrega de notícias apenas online, e milhares de jornalistas sendo demitidos. Mesmo antes da crise do coronavírus, era evidente que o ecossistema de notícias local estava em perigo, jornalística e economicamente (ABERNATHY, 2020, p. 08).

Apesar do levantamento considerar a realidade dos Estados Unidos, muitas semelhanças podem ser transpostas para o que acontece com os desertos de notícias no Brasil. Sobre os caminhos a percorrer para diminuir o impacto da perda de jornais locais num futuro próximo, faz-se necessário chamar atenção para o apontamento feito pelas pesquisas de Abernathy sobre “a missão jornalística”. O destaque leva em consideração três crises econômicas e sociais vividas pelo país no ano de 2020 – a pandemia do novo coronavírus, a instabilidade política causada pelo ano eleitoral e a recessão econômica, resultado das duas anteriores – entretanto, há de se considerar a relevância dos resultados para o Brasil.

Abernathy (2020, p. 89) considera que “o jornalismo local forte constrói confiança nas instituições democráticas e constrói comunidades fortes”. A partir desse pressuposto, os desertos de notícias causam na região onde se “instalam”, divisões

culturais, econômicas e políticas, que têm seus reflexos no país ainda mais polarizado – como no Brasil, essa divisão ficou nítida a partir das eleições presidenciais de 2018. Os locais mais afetados são, portanto, bairros suburbanos, periféricos e que já têm pouco ou nenhum investimento em serviços públicos capazes de mudar essa realidade, como educação e cultura, além de vilas rurais. “Muitos também abrigam grandes populações étnicas e minoritárias que muitas vezes são ignoradas pelos jornalistas das principais organizações de notícias” (Abernathy, 2020, p. 56). A segunda solução possível dada pelo relatório, é repensar o modelo de negócios da empresa jornalística local, considerando o colapso das assinaturas impressas e da diminuição de receitas de publicidade.

No Brasil, a iniciativa criada pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (PROJOR, 2017) denominado Atlas da Notícia busca monitorar os veículos de comunicação em todo o país. A metodologia de identificação é composta por dois levantamentos, sendo o primeiro denominado “ponto de partida” e o segundo por iniciativa própria dos colaboradores – jornalistas distribuídos pelo Brasil. O primeiro é feito a partir dos dados obtidos via Lei de Acesso à Informação, a Secretaria de Comunicação de Presidência da República, e do site do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações. O segundo é realizado com a colaboração voluntária de pesquisadores – por isso, têm-se ciência de que os dados possuem certa vulnerabilidade na precisão.

Sobre os resultados obtidos na primeira etapa – disponibilizados no site atlas.jor.br – foi possível concluir que 3.487 cidades não têm nenhum veículo jornalístico, de um total de 5.570. Esse número corresponde a 62% dos municípios brasileiros. Já os quase-desertos, aquelas com uma ou duas fontes de informação jornalística, são 1.074 cidades, 19% do Brasil. Os não-desertos, cidades com três ou mais veículos, são também pouco mais de 19%, ou seja, 1.009 delas. A região Centro-Oeste possui 467 municípios, sendo 183 desses considerados desertos, uma proporção de 39,2%.

Os chamados quase-desertos de notícias são municípios com potencial de se tornarem localidades sem nenhuma cobertura local. O levantamento inicial, feito em 2017, aponta que 27,5 milhões de pessoas moram nos 19% dos municípios brasileiros classificados nessa categoria. Portanto, o principal problema enfrentado na produção jornalística dessas cidades é a qualidade do conteúdo ofertado, com pouca ou nenhuma

concorrência, mais susceptíveis a interferências políticas ou empresariais. Dessa forma, 14% dos municípios enquadrados como quase-desertos de notícias estão na região Centro-Oeste (PROJOR, 2017).

No Brasil, Deolindo (2018) propôs uma análise sobre os desertos de notícias e comparou a concentração espacial da produção de notícia em determinados centros brasileiros com dados do censo do IBGE de 2018. Chama atenção o levantamento histórico de formação desses locais, feito pela autora. Segundo ela, características da cidade de instalação da sede do veículo jornalístico são determinantes para estimar quais serão os custos investidos, principalmente nas inovações tecnológicas para a produção. Outros fatores determinantes são as redes de colaboração possíveis de serem formadas na região, que garantem a manutenção de dependência e influência de alguns grupos nas publicações.

Entretanto, Deolindo também analisa a interiorização dos polos de mídia a partir da década de 1990, quando “tem havido uma intensificação das indústrias de mídia com a intenção de atender demandas mais localizadas graças ao fortalecimento da economia de diversas cidades do interior brasileiro” (DEOLINDO, 2018, p.7). Para Camponez (*apud* DE OLIVEIRA VOLPATO, 2002, p. 107), a diferenciação entre o jornalismo caracterizado como regional para o local está na localização geográfica e no público interessado, respectivamente. Sobre a comunicação local, Camponez ainda explica as diversidades dos subtermos “semi-local”, “local comprometido” e “falso local”. A análise baseia-se nas informações divulgadas, modos de escrita e escolha de elementos gráficos, relação com a lógica comercial da região e alinhamento político.

Volpato (2018, p. 6) completa que as características da mídia local também incluem “limitações de ordem tecnológica e profissional. Em alguns casos, nota-se a tendência à ausência de mão-de-obra qualificada e de infraestrutura adequada para cobertura jornalística do local ou região”. Dornelles (2006, *apud* DE OLIVEIRA VOLPATO, 2016), elabora uma divisão taxonômica dos tipos de mídias locais e a divide em seis subgrupos: idealista, “mercenários da comunicação”, jornais de bairro, jornalismo alternativo e veículos totalmente político-partidários.

Além dos problemas enfrentados pelos lugares classificados no Atlas da Notícia como quase-desertos, Peruzzo (2016, *apud* DE OLIVEIRA VOLPATO, 2007) aponta mais problemas relacionados à escassez de jornalismo independente local. A autora considera que, na prática diária de produção, outros problemas são revelados. O

primeiro deles é a falta de apuração das informações obtidas e a incapacidade de cobertura completa de determinados acontecimentos, atribuídos a “uma estrutura de produção pequena, com poucos profissionais e, às vezes, até despreparados para o exercício do jornalismo” (PERUZZO, 2003, *apud* DE OLIVEIRA VOLPATO, 2016). Além do comprometimento da informação de qualidade pelos laços políticos travados entre os jornais e os detentores do poder local, “a concessão de primazia às fontes oficiais, a importância dada ao “jornalismo declaratório”, o aproveitamento intencional e acrítico de releases e a ligação política e político-partidária vêm comprometendo a qualidade da informação em jornais de capitais e cidades do interior” (PERUZZO, 2005, p.81).

Em Mato Grosso do Sul, um levantamento feito pelo projeto de pesquisa “Perfil da Pequena Imprensa de Mato Grosso do Sul” buscou mapear os pequenos jornais do Estado e traçar o perfil do setor. Desenvolvido a partir do ano de 2011, o portal disponível online no endereço www.portaldemidia.ufms.br. A estimativa é de que existam cerca de 140 a 150 jornais no Estado. Dos 79 municípios, 20 deles têm apenas um jornal (45,5%), e “as cidades com maior número são: Nova Andradina e Corumbá, com seis cada; Aquidauana, Três Lagoas e Camapuã com cinco cada; Amambai, Coxim, Dourados e Ponta Porã com quatro cada” (FERNANDES; OTA, 2018, p. 63).

Segundo os autores, os meios de comunicação que operam em nível local valorizam características como proximidade, singularidade, diversidade e familiaridade da população ao entorno.

Proximidade – sentido de proximidade diz respeito à noção de pertencimento, ou dos vínculos existentes entre pessoas que partilham de um cotidiano e de interesses em comum;

Singularidade – cada localidade possui aspectos específicos, tais como a sua história, os costumes, valores, problemas, língua etc., o que, no entanto, não dá ao local um caráter homogêneo;

Diversidade – o local comporta múltiplas diferenças e a força das pequenas unidades;

Familiaridade – constituída a partir das identidades e raízes históricas e culturais (FERNANDES; OTA, 2018, p. 62).

METODOLOGIA

Trata-se de um estudo qualitativo de caráter descritivo, realizado no município de Guia Lopes da Laguna, com as entrevistas do tipo inquérito descritivo realizadas no mês de setembro de 2021. Segundo Sousa (2020, p. 643), esse tipo de inquérito tem

como objetivo “documentar e descrever o que existe num determinado momento”. A categoria de perguntas é aberta, de inquéritos face a face, e foram realizadas entrevistas com os responsáveis pelos três veículos de comunicação de Guia Lopes da Laguna, e com o secretário municipal de saúde. O intuito era identificar as características descritas pelos autores utilizados na fundamentação teórica, presentes nessas mídias. Ademais, foram considerados os documentos e dados obtidos a partir do Governo do Estado de Mato Grosso do Sul – boletins epidemiológicos, estratégias de contenção do vírus e infecção da população do município – para traçar um panorama da realidade local, e como o assunto “pandemia” foi repercutido nos veículos.

A pandemia de Covid-19 iniciou em Guia Lopes da Laguna com o primeiro caso confirmado no dia 5 de maio de 2020. O paciente trabalhava no frigorífico Brasil Global, principal empresa geradora de empregos na cidade, e foi contaminado após um caminhoneiro do estado de São Paulo fazer um carregamento no local. Dias depois, o motorista afirmou ter testado positivo para o coronavírus. Em seguida, a Secretaria Municipal de Saúde realizou testagem em massa de todos os funcionários do Brasil Global, dois dias após a confirmação, e a gerência optou por férias coletivas durante 15 dias, a partir de 8 de maio de 2020. Ainda no dia 8, a Prefeitura decretou lockdown parcial, com circulação dos habitantes em horários e dias da semana determinados a partir de uma tabela, publicada no Decreto Municipal nº 28/2020, de acordo com a data de nascimento da população. Ademais, o período de circulação de pessoas na cidade ficou proibido entre 18h e 5h.

Em entrevista com o atual secretário de saúde do município, Marcelo Gonsalvez, confirmou-se que, além da estratégia de decretar toque de recolher em Guia Lopes da Laguna, a Secretaria instalou barreiras sanitárias no posto policial da PRF (Polícia Rodoviária Federal) na entrada da cidade, na BR-262. O objetivo era controlar apenas a entrada de pessoas que pudessem estar contaminadas com o vírus. No retorno às atividades do frigorífico, houve testagem novamente, disponibilizada pela Prefeitura. A empresa foi obrigada a instalar um protocolo de segurança dentro do frigorífico.

A principal forma de contaminação foram as festas realizadas clandestinamente e as rodas de tereré, bebida típica sul-mato-grossense, preparada a base de erva mate e que se instalou na culinária do Estado a partir da influência paraguaia. O secretário relembra que, durante o mês de maio, uma festa clandestina foi feita por funcionários do frigorífico, quatro dias após a contaminação. “Logo na semana da chegada do

caminhoneiro teve a festa. As pessoas que estavam contaminadas não sabiam que estavam com Covid” (GONSALVEZ, 2021).

O município possui três veículos de comunicação: Jornal Estado do Pantanal (online e impresso), Rádio FM Kadiwéus e Sudoeste MS News (online). Foram feitas entrevistas em profundidade, *in loco*, com os responsáveis pelos veículos a fim de identificar as principais características dessas mídias locais, além do secretário municipal de saúde. Um roteiro de entrevistas, pré-estruturado, foi criado a fim de identificar as principais fontes de receita dos veículos, as influências na produção e veiculação das notícias e a rotina dos profissionais durante os meses de isolamento social devido à pandemia de Covid-19.

ENTREVISTAS

A fim de entender o funcionamento do sistema de saúde municipal, a primeira entrevista realizada deu-se com o atual secretário de saúde. Marcelo Gonsalvez é bacharel em sistema de informação e não possuía experiência em gestão de saúde pública antes de ser nomeado ao cargo, embora já tenha trabalhado 21 anos em um hospital particular de São Paulo. Com o surgimento dos primeiros casos, uma das estratégias de proteção individual foi a distribuição de kits incluindo álcool em gel, sabão líquido e máscaras. A entrega era gratuita, por livre demanda, no posto de saúde da cidade – onde também funciona a secretaria – ou eram distribuídos pela cidade por funcionários do comitê de enfrentamento à pandemia. “Além disso fizemos uma parceria com o sistema prisional de Jardim. Eles forneciam máscaras e eu doava essas máscaras para a população” (GONSALVEZ, 2021).

A cidade possui apenas um hospital público, o Hospital Edelmira Nunes de Oliveira, que em maio de 2020 não possuía nenhum leito de UTI (Unidade de Terapia Intensiva), apenas cinco leitos clínicos. Os pacientes graves precisaram ser transferidos para tratamento em Campo Grande e em Ponta Porã. Com a superlotação de leitos no Estado, um paciente de Guia Lopes da Laguna chegou a ser levado para Goiânia, em Goiás. Após o entendimento da situação pandêmica no município, realizou-se entrevistas com os responsáveis pelos veículos de comunicação. Assim como descrito por Luiz Beltrão (1962, p. 28 *apud* Assis, 2013), o editor de jornal do interior do Brasil é solitário e acumula funções. A organização da empresa também é simples e, devido a essa personificação, o editor é uma figura conhecida na cidade ou vilarejo.

O editor solitário é, ao mesmo tempo, repórter, redator, encarregado da publicidade, tipógrafo, impressor, chefe da articulação e, às vezes, até distribuidor. (...) Nas comunidades em que é sediado e circula, todo mundo ali conhece o editor do jornal, pois ele vive “entre nós”. Mora numa casa alugada como nós e tem como nós outros, interesse vital nos problemas da comunidade (BELTRÃO, 1962, *apud* Assis 2013, p. 29-30).

O responsável pelo Jornal Estado do Pantanal, Edmondo Tazza, atua como jornalista há 38 anos, apesar de ser formado em engenharia mecânica, e acumula as funções de redator, pauteiro, editor chefe e diagramador do único jornal impresso de Guia Lopes da Laguna. Natural do Rio Grande do Sul, Edmondo chegou a Mato Grosso do Sul na tentativa da família de empreender no ramo de alimentação, mas foi convidado para atuar como revisor do Jornal da Praça, em 1983, na cidade fronteiriça de Ponta Porã. Ele mudou-se para Guia Lopes da Laguna no dia 1º de fevereiro de 2021, durante a pandemia de Covid-19, e o jornal foi fundado em 1983. As verbas vêm do legislativo e executivo das cidades de Nioaque, Bonito, Bela Vista, Guia Lopes e Porto Murtinho, além do governo estadual.

Durante os primeiros meses da pandemia do novo coronavírus, o site do jornal chegou a ficar fora do ar por 15 dias. A leitura, segundo Tazza (2021), é de 23 mil acessos diários. A repercussão das reportagens também é medida através da participação dos leitores em um grupo de WhatsApp. Todavia, não há número mínimo de matérias que devem ser postadas por dia, e Edmondo chega a ficar dois ou três dias sem escrever. Durante esse tempo, são postadas matérias de agências nacional de domínio público e replicadas reportagens de sites maiores da Capital.

A relação de Edmondo com a Prefeitura, além da Secretaria Municipal de Saúde, para textos produzidos sobre a pandemia de Covid-19 era de proximidade. O editor-chefe do jornal confirma que a disseminação do vírus começou com o frigorífico no município, agravada pela ida de lagunenses a bares e festas na cidade vizinha, Jardim.

Chegou a ter 45 contaminados de uma vez só, de um dia para o outro. O que mais provocou a disseminação [do vírus] foram os eventos, mas em Jardim, e festinhas de aniversário. O comércio não, o comércio é seguro, não é o culpado, [os empresários] cuidam dos funcionários, usam máscara e álcool em gel. Mas ainda bem que eu consigo falar direto com o secretário de saúde, não tenho nem o hábito de ficar na fila do posto de saúde, por exemplo. Porque aqui [em Guia Lopes] tem só cinco leitos clínicos de hospital, não tem nem ultrassom nem eletrocardiograma (TAZZA, 2021).

Já a Rádio FM Kadiwéus tem ao todo quatro programas, sendo apenas um de jornalismo. O programa “Moda Raíz”, apresentado pelo locutor Neno de Souza, vai ao ar de segunda-feira à sábado, das 6h40 às 8h30. Das 10h às 12h acontece o programa “Antena Hits”, do locutor e diretor de programação da rádio, Luiz Paulo. Das 12h30 às 14h30 vai ao ar o “Programa Conexão 87”, do locutor Deivedis Arruda, que se estende até às 16h, contudo sem locução a partir das 14h30. A partir das 11h o locutor Neno de Souza tem um espaço na programação para as notícias, a depender do volume de informações, entre os programas “Antena Hits” e “Conexão 87”, com seus respectivos estilos musicais, sendo o primeiro principalmente com músicas de sertanejo e pop internacional e o segundo com pedidos de ouvintes e estilos menos consumidos na região, como rock, jazz e blues.

A partir das 16h, a programação é comprada de banco de músicas e colocada automaticamente sem que seja necessária a intervenção de um locutor, e é produzida por locutores do país todo. Em entrevista com o locutor Deivedis Arruda, ele explicou que um outro programa que vai ao ar atualmente, chamado “Paredão Sertanejo”, completa a programação das 16h às 17h, mas não é feito pelos locutores da Kadiwéus.

Os locutores são voluntários, não são formados em jornalismo ou comunicação, e a rádio se sustenta financeiramente com apoios culturais, uma vez que, por ser comunitária, não pode cobrar por propagandas e comerciais. O dinheiro recebido pelos locutores não é fixo e é oriundo dos acordos comerciais feitos entre cada um deles e os empresários da região. “A gente recebe se vende um acordo com o comerciante. O certo era receber salário, porque apesar de ser comunitário é uma empresa” (ARRUDA, 2021).

Mesmo sem receber salário, o locutor trabalhou durante os meses de maior incidência de casos na pandemia de Covid-19. Como a equipe, que já é pequena, não podia fazer saídas externas para gravação de sonoras, eles se revezavam para controlar os programas na ilha de edição e colocar a rádio no ar, sempre com apenas uma pessoa no estúdio. Na tentativa de disseminar informações sobre a pandemia, os boletins epidemiológicos eram lidos na rádio e comentados por um representante da Secretaria Municipal de Saúde diariamente, seja o próprio secretário ou um enfermeiro responsável pelas visitas às residências dos infectados.

O então responsável pela Associação Comunitária Cultural e Beneficente Heróis da Retirada, que administra a Rádio Kadiwéus, Paulo Arruda, nasceu em São Paulo-SP

e mudou para Mato Grosso do Sul aos 20 anos, com a expectativa de cursar direito em Dourados. Aos 28 anos, no ano 2000, seu falecido pai concretizou a ideia tida dois anos antes, de fundar uma rádio em Guia Lopes da Laguna, após saber que o Ministério das Comunicações estava liberando concessões de rádios comunitárias pelo país. À época, não existiam veículos de comunicação em Guia Lopes, e o então bacharel em direito buscou a experiências das rádios comerciais para iniciar a carreira de locutor.

Atualmente a associação é presidida por sua filha, o grupo de membros é formado por 10 pessoas jurídicas e físicas, incluindo cinco membros apoiadores – responsáveis pela ajuda financeira – e cinco entidades que fiscalizam a associação. Paulo mora em uma residência nos fundos do prédio onde funciona a Kadiwéus, mas nos 21 anos de funcionamento da rádio, os cinco primeiros foram alternados entre uma pequena sala no centro da cidade e um local provisório no mesmo bairro que a sede atual. “Hoje a minha filha é a presidente, porque precisa mudar a cada quatro anos. Meu pai conseguiu a primeira concessão e fomos uma das primeiras comunitárias do Estado” (ARRUDA, 2021).

O apoio cultural é feito por empresas da região, esporadicamente, ou pelas que compõem as entidades associadas, como uma loja de móveis e outra de confecções, por meio da gravação de spots, lançados no intervalo dos programas e músicas. Paulo relembra da saída recente de uma das empresas associadas, que estava há 15 anos financiando apoios culturais. “A renovação das empresas membros varia de uma para outra, mas a que saiu em setembro foi porque o filho começou a administrar e decidiu investir nas redes sociais, ao invés da rádio, como fazia o pai” (ARRUDA, 2021).

Conforme descrito por Beltrão (1962, *apud* Assis 2013, p. 37), os agentes do jornalismo interiorano têm tarefas sob suas responsabilidades e, entre as do editor, está a de “se afastar da demagogia política, considerando a sua influência no determinismo municipal” e, dessa forma, quanto mais próximo estiver este personagem da convivência com o público, maior será sua influência na tomada de decisões. Beltrão adverte sobre a expectativa para o jornal regional, que “é mais admirado quando valoriza o familiar, o normal, o fato comum, do que quando explora o bizarro ou o sensacional” (BELTRÃO, 1962, *apud* Assis, 2013, p. 30).

Utilizando dessa proximidade, entre os anos de 2008 e 2012 Paulo usou do alcance da Rádio e de sua popularidade como locutor para se eleger vereador de Guia Lopes. Atualmente, ele ocupa o cargo de assessor de finanças do secretário de

planejamento e finanças da Prefeitura Municipal, Camilo Barbosa Soares Júnior. No período da manhã, Paulo ocupa o cargo de confiança na Prefeitura, e à tarde se dedica às atividades da associação, como “presidente de honra”, conforme descrito por ele mesmo. Devido a essa proximidade – e ao estreitamento de laços sociais de cidades do interior com número menor de habitantes do que a Capital - o acesso a representantes de órgãos públicos responsáveis pela tomada de decisões durante a pandemia, não configurou problema para os funcionários da rádio, mesmo que Paulo esteja há três anos fora da apresentação dos programas como locutor.

O terceiro veículo pesquisado é o portal Sudoeste MS News, que foi criado em janeiro de 2020 e emprega dois jornalistas, sendo um deles, William Escobar, o editor-chefe e proprietário. Com sede em Guia Lopes da Laguna, o jornal tem correspondente na cidade de Bela Vista, área de abrangência do portal e justificada como a cidade com maior volume de conteúdos para publicação de matérias. Além destes, há um fotógrafo freelance, que também é o irmão do proprietário. Durante os primeiros meses da pandemia de Covid-19, William relatou que o fotógrafo morou, entre maio e julho de 2020, no município sede do jornal, para fazer cobertura in loco das notícias. O Sudoeste MS News não está catalogado na base de dados abertos do Atlas da Notícia e se propõe a abranger mais onze cidades vizinhas da região sudoeste do Estado: Jardim, Bonito, Nioaque, Bela Vista, Caracol, Porto Murtinho, Anastácio, Miranda, Bodoquena, Aquidauana e Maracaju.

O relato do jornalista ainda apresenta uma versão não publicada nas notícias do portal durante os primeiros meses da pandemia na cidade, e principalmente na primeira semana do surto de Covid-19. Segundo ele, durante o primeiro mês da pandemia, o vírus se espalhou principalmente em rodas de tereré, entre os moradores que sentavam em frente às casas para consumir a bebida em dias quentes. Apesar do hábito fazer parte da cultura sul-mato-grossense, Escobar percebeu que era difícil convencer a população que o contágio ocorria a partir do contato com outras pessoas infectadas, e a bomba utilizada para tomar o tereré fazia com que a saliva passasse o coronavírus um para o outro, de forma direta.

Apesar da dificuldade de entendimento da maioria da população, Escobar reconhece a facilidade da equipe ter acesso ao frigorífico durante os primeiros casos. Isso porque, segundo ele, a gerência do Brasil Global de Guia Lopes da Laguna abriu as portas e avisava o Sudoeste MS News quando ações sobre a disseminação do vírus entre

os funcionários, eram realizadas, como quando houve testagem em massa e fiscalização feita pela Secretaria Municipal de Saúde. “Entrei em contato com o gerente e ele abriu as portas para nós. Sei que também era porque ele queria mostrar o lado deles como empresa, que estavam zelando pelos funcionários, mas não tivemos dificuldades de acesso” (ESCOBAR, 2021).

Considerando as características do jornalismo interiorano descritas por Beltrão (1962, *apud* Assis, 2013) de que “o diário ou semanário regional presta um serviço que não pode ser prestado por algum outro instrumento da informação e opinião pública” (1962, *apud* Assis, p. 25) e “a imprensa do interior apresenta-se como saída para os municípios darem vez e voz às comunidades”, Escobar observou que, com o avançar do número de casos, a população começava a procurar o site para ter acesso aos boletins epidemiológicos divulgados pela Secretaria Municipal de Saúde, que fazia transmissões ao vivo pelas redes sociais, diárias, informando o número de óbitos, casos confirmados e casos suspeitos da doença. Entretanto, a principal dificuldade enfrentada pelo portal foi a comunicação com a Prefeitura. Escobar afirma que não existe uma assessoria de comunicação que faça o intermédio entre as decisões tomadas pelo município e a divulgação destas pela imprensa. “Antes tinha uma pessoa que fazia foto, falavam que era o assessor, mas não existe um jornalista que compõe a assessoria de comunicação. Nunca vimos e os colegas de outros sites não conhecem também” (ESCOBAR, 2021).

Ainda segundo o proprietário do site, o financiamento é feito exclusivamente por quatro empresas privadas: Fetems (Federação Estadual dos Trabalhadores em Educação de Mato Grosso do Sul), CUT (Central Única dos Trabalhadores), um lava jato da cidade de Aquidauana, uma dentista autônoma da cidade de Jardim e, esporadicamente, de empresas que desejam anunciar nos banners dispostos no layout do portal. O aparecimento dessas empresas privadas dá-se, majoritariamente, pela publicação de banners publicitários, não interferindo na linha editorial do Sudoeste MS News.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dessa forma, pode-se concluir que os veículos possuem influências diversas e se propõem a abranger não só a cidade de Guia Lopes da Laguna, mas municípios ao entorno. Os profissionais não são formados em jornalismo, mas acumulam as funções de um veículo jornalístico, apesar de os funcionários da Rádio FM Kadiwéus não possuírem salário. As prefeituras dessas cidades e câmaras municipais exercem

influência no que é publicado e disseminado – seja pelo financiamento ou por cargo de confiança dada aos mesmos profissionais (como é o caso do diretor da Rádio FM Kadiwéus).

Entretanto, ficou clara a importância desses veículos locais para que a população se informasse sobre a pandemia de Covid-19 – principalmente pela atualização diária dos casos, formas de contágio e boletim epidemiológico. Além disso, os profissionais entrevistados relataram a acessibilidade de contato com a Secretaria Municipal de Saúde durante os meses de maior incidência da doença, seja por meio da pessoa do próprio secretário ou pela presença nos veículos de representantes da pasta.

Apesar de ter veículos jornalísticos locais, Guia Lopes da Laguna se enquadra na categoria de quase-desertos, uma vez que as poucas mídias existentes ainda sofrem influências na isenção do conteúdo publicado – seja pela interferência de empresas privadas como única fonte de receita (no caso do Sudoeste MS News); pela falta de financiamento mínimo, como salário para os profissionais, e pela relação estreita e pessoal com prefeituras (como a Rádio FM Kadiwéus); ou pelo não entendimento da responsabilidade social que possui o veículo para a comunidade local interiorana (aqui, refere-se ao Jornal Estado do Pantanal, devido ao seu proprietário e financiador enxergar o jornal como apenas mais uma de suas empresas e não ser jornalista).

REFERÊNCIAS

- ABERNATHY, Penelope Muse. The expanding news desert. Center for Innovation and Sustainability in Local Media, School of Media and Journalism, University of North Carolina at Chapel Hill, 2018.
- ASSIS, Francisco de Assis Guedes (Ed.). **Imprensa do Interior: conceitos e contextos**. Argos, Editora da Unochapecó, 2013.
- CAMPONEZ, Carlos et al. **Estudo sobre os Efeitos do Estado de Emergência no Jornalismo no Contexto da Pandemia Covid-19**. Relatório. 2020.
- DEOLINDO, Jacqueline da Silva. Campos dos Goytacazes, R. J. **O deserto da notícia no interior Brasil – apontamentos para uma pesquisa**.
- GUIA LOPES DA LAGUNA. Prefeitura Municipal, 2020. Disponível em: <https://www.guialopesdalaguna.ms.gov.br/noticiasView/?id=46>. Acesso em: 12. jun. 2020.
- RECUERO, Raquel et al. **Desinformação, Mídia Social e Covid-19 no Brasil: Relatório, resultados e estratégias de combate**. Pelotas, Midiars, 2021.
- PERUZZO, Círcia N. Krohling. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**. Comunicação & Sociedade, v. 26, n. 43, p. 67-84, 2005.
- DE OLIVEIRA VOLPATO, Marcelo. **Entre o local e o regional: tecnologias móveis e novas perspectivas no jornalismo de proximidade** (2016).
- OTA, Daniela Cristiane. Mapeamento da mídia fronteira em Mato Grosso do Sul. **Geografias da Comunicação: espaço de observação**, p. 203, 2013.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia**. Letras Contemporâneas, 2004.