
Emergência de desertos de notícias em Mato Grosso do Sul¹

Camila Andrade Zanin²

Tais Marina Tellaroli Fenelon³

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

RESUMO

O presente artigo é uma revisão bibliográfica que cruza informações e conceitos a respeito da importância da mídia local e de proximidade, com a emergência de desertos de notícias (diminuição de jornais locais) no estado de Mato Grosso do Sul. Com o objetivo de refletir o tema, as análises apontam para o perigo da desinformação crescente nesses locais. O levantamento bibliográfico foi realizado a partir de pesquisas em sites, artigos, teses e documentos, e indica para o impacto negativo que essa equação atual representa para a cidadania e democracia do estado e do país, visto que os meios de comunicação de massa tradicionais e digitais compõem o conhecimento dos cidadãos em relação às suas realidades de embates políticos, econômicos, sociais e culturais.

PALAVRAS-CHAVE: Desertos de notícias; Desinformação; Jornalismo local; Mato Grosso do Sul; Proximidade.

INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação de massa estão presentes na vida cotidiana dos cidadãos, e atuam nas esferas de relações sociais, econômicas, culturais e políticas, deslocando-se de um meio técnico, para um meio de sociabilidade. Logo, a informação pensada enquanto direito, é fundamental para as nações democráticas garantirem a cidadania de um local. No entanto, a perspectiva mercadológica tem deturpado essa função da mídia, e prejudicado a chegada de informação de qualidade aos cidadãos, assim como a utilização de redes sociais como meio de informação, visto que o conteúdo disseminado é livre e pode ser produzido por qualquer pessoa. Segundo o Atlas da Notícia⁴ (PROJOR, 2018), 52% dos municípios brasileiros não têm jornal impresso, emissoras de rádio ou televisão, nem sites de notícia. Isso indica que 16% da população não tem acesso à mídia de proximidade. As regiões Norte e Nordeste são as mais afetadas

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 Curso de Comunicação da PPGCOM-UFMS, e-mail: candradezanin@gmail.com

³ Professora do PPGCOM-UFMS, e-mail: tais.fenelon@ufms.com

⁴ <https://www.atlas.jor.br/> - mapeamento jornalístico colaborativo

pela falta de jornalismo local, mas ao observar o enquadramento no Centro-Oeste, os dados regionais analisados também são preocupantes. Locais como Mato Grosso do Sul, onde o desenvolvimento econômico se dá principalmente no campo do agronegócio, a cultura interiorana e rural marcante, e a herança forte da política do café com leite, têm pouco interesse em investir em um jornalismo local de qualidade.

O pensamento de Rubim, citado por Daniela Ota (2006), assinala que os meios de comunicação de massa deixam de representar meros transmissores de dados e passam a colaborar na definição dos acontecimentos através das falas, do agendamento de assuntos e dos personagens que seleciona para repercutir os fatos. O foco desta revisão bibliográfica é analisar as informações selecionadas e refletir acerca do desenvolvimento da mídia local em Mato Grosso do Sul, com o objetivo de entender os prejuízos causados pela diminuição drástica de jornais locais para a cidadania e democracia local, na medida em que são os discursos dos meios massivos que contribuem para compor o conhecimento cotidiano dos indivíduos com relação às realidades internacionais, nacionais, regionais e principalmente locais.

Para cumprir o objetivo, realizaram-se pesquisas bibliográficas em sites, artigos, livros e teses sobre os pontos centrais deste artigo: o jornalismo local e de proximidade, a emergência dos desertos de notícias, e breves reflexões sobre o impacto da desinformação para a região sul-mato-grossense. A realidade do estado para os cidadãos, principalmente nas cidades interioranas, é de pouco acesso às notícias da própria cidade, por causa da escassez de veículos jornalísticos locais. Essa falta de mídia local coloca o direito de cidadania em perigo, é válido lembrar que notícias nacionais não auxiliam na manutenção de problemas e necessidades locais. Nesse sentido, a emergência de desertos de notícias no estado de Mato Grosso do Sul sinaliza um alerta, na medida em que os municípios que tem precariedade de veículos de comunicação local, tem ausência também sobre a cobertura dos acontecimentos políticos, econômicos e culturais básicos da comunidade e da região. Esse cenário abre campo para a desinformação dos cidadãos e a proliferação de *fake news*, o que leva a outro problema, além da falta de informação, a população torna-se facilmente alvo de manipulação de notícias.

Para Christofolletti (2018), o fenômeno das *fake news* não se enquadra apenas em notícias falsas e/ou manipuladas, mas também são “plantadas, cultivadas e hipertrofiadas para que desorientem” os usuários (CHRISTOFOLETTI, 2018, p.82). Fenômeno que vem sendo potencializado pelo uso das redes, pois essas (des)informações são espalhadas,

tanto por usuários quanto por sistemas automáticos, como *bots* e algoritmos, ainda mais presente nas guerrilhas cibernéticas. Caiza, Fernandez e Torres (2020) reforçam que

as notícias falsas são criadas com a intenção de enganar e aqueles que os produzem têm motivações políticas, ideológicas, financeiras e até mesmo a intenção de provocar ou entreter. Esses tipos de mensagens são apresentados em formato jornalístico; ou seja, são uma imitação que mantém os componentes estruturais semelhantes às notícias: eles têm uma manchete, um corpo de escrita e, às vezes, imagens. Alguns conteúdos falsificados incorporam formatos de notícias de vídeo ou rádio (CAIZA; FERNANDEZ; TORRES, 2020, p. 96).

As definições que pesquisadores e investigadores atribuem às *fake news* e à desinformação são inúmeras, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social de 2019 a define como “toda a informação comprovadamente falsa ou enganadora que é criada, apresentada e divulgada para obter vantagens econômicas ou para enganar deliberadamente o público, e que é susceptível de causar um prejuízo público”. Isso conturba a confiança nas instituições e nas mídias tradicionais e digitais, além de prejudicar o sistema democrático ao comprometer a capacidade dos cidadãos de tomarem decisões bem informadas.

Mídia local, proximidade e identidade

O jornalismo local busca tratar e pautar assuntos referentes às realidades locais. Beatriz Dornelles (2010), entende por “local” a informação que está ligada a um determinado bairro da cidade, uma pequena comunidade, ou cidades de pequeno porte. O principal ponto deste jornalismo interiorano, é o conceito de proximidade, pois promove relações de identidade e pertencimento de uma comunidade e de seus indivíduos com o local. Para Cicília Peruzzo (2005), “pressupõe-se que o jornalismo local seja aquele que retrate a realidade regional ou local, trabalhando, portanto, a informação de proximidade”. Por isso, a proximidade ganha uma importância ainda mais significativa no contexto dos jornais locais, porque aproxima os cidadãos com notícias referentes à sua realidade, do bairro, da cidade e dos acontecimentos relacionados à política e economia locais.

Muniz Sodré, citado por Milton Santos (1988), diz que o papel da proximidade é “a relação espacial inteligível como um princípio de coexistência da diversidade” (garantia do exercício de possibilidades múltiplas de comunicação). Não se limita a uma

mera definição das distâncias, tem relação com a contiguidade física entre pessoas numa mesma extensão, e na totalidade das relações. É o que cria a solidariedade, laços culturais e desse modo a identidade. Carlos Camponez (2002), indica que o jornalismo de proximidade deve ser próximo dos cidadãos, dar atenção à memória coletiva e às maneiras de utilização da língua local na organização da informação. Para Peruzzo (2005), a característica chave da mídia são os vínculos de pertença, o compromisso com o lugar e com a informação de qualidade.

Diversos autores tentam definir a imprensa local. De acordo com Camponez (2002), a imprensa local tem uma forte territorialização de temas públicos por causa da proximidade em relação aos agentes e às instituições sociais que dominam esse espaço. Santos (1997), entende que no meio local, a rede se integra e dissolve através do trabalho coletivo, o que implica um esforço solidário dos diversos atores. Cada lugar é, ao mesmo tempo, objeto de uma razão global e de uma razão local, convivendo dialeticamente. Alvo de frequentes transformações, uma ordem espacial é permanentemente recriada, onde os objetos se alinham cada vez mais aos interesses transnacionais, muitas vezes ativos por via das empresas gigantes (globais), que produzem normas particulares "indiferente" aos contextos em que estão inseridas. O interesse das grandes empresas é economizar tempo, aumentando a velocidade da circulação. O interesse das comunidades locais e até mesmo das menores empresas frequentemente é o oposto, e isso afeta toda a sociedade.

A falta de mídia local e a interferência na cidadania

Penelope Muse Abernathy (2018), em sua obra “A expansão dos desertos de notícias”, aponta que os jornais desempenham um papel essencial na construção da comunidade e realidade social, na cidadania e democracia. “Jornais fortes fomentam um senso de identidade geográfica e, no processo, alimentaram a coesão social e o ativismo político de base”. Em suas análises (situação da mídia local nos Estados Unidos), os relatórios indicam simultaneamente uma perda de notícias locais significativa para as comunidades, e a emergência dos novos “barões da nova mídia”, com mudanças no cenário das notícias locais. O pensamento de Milton Santos (2003), em “Por uma outra globalização”, ao focar no caso brasileiro, entende que a realização da cidadania pede uma revalorização dos lugares e uma adequação de seu estatuto político. A multiplicidade de situações regionais e municipais, trazida com a globalização, instala uma enorme

variedade de quadros de vida, e a necessidade de um jornalismo local eficiente é cada vez maior.

Em outra pesquisa anterior, Abernathy (2016), coletou e analisou dados sobre a importância dos jornais locais nos Estados Unidos, que cobrem notícias nas pequenas cidades, bairros, e subúrbios para a democracia, e à preocupação com a diminuição drástica desses jornais, junto ao surgimento desse novo tipo de dono de jornal (proprietário). Indo contra a possibilidade de cidadania proposta no pensamento de Santos, a documentação dessa mudança geral de propriedade na última década tem implicações negativas. Diferente dos jornalistas e editores tradicionais, os “novos barões da mídia” não buscam equilibrar interesses comerciais com responsabilidade cívica, não buscam soluções locais, e muito menos a democratização da informação local. Pelo contrário, em sua maioria, não têm o senso de missão cívica nem a experiência atrelada ao jornalismo, na verdade, “os jornais representam apenas uma fração de seus vastos portfólios de negócios”. Priorizam os lucros e estão preparados para se livrar de quaisquer participações – incluindo jornais, fontes, matérias, temas – que não produzam o que julgam ser um lucro adequado. Não importa se é uma notícia de importância para a população local, importa o quanto de dinheiro vai entrar para os novos proprietários.

A mais nova geração de barões da mídia – os gerentes de portfólio de investimentos – não são jornalistas nem compartilham a missão cívica tradicional do jornalismo. Sua prioridade é maximizar o retorno dos ativos em suas diversas carteiras. Portanto, sua rápida ascensão levanta novas e urgentes preocupações sobre as responsabilidades dos proprietários de jornais na era digital. (ABERNATHY, 2016, p. 20).

Santos (1997), já apontava que os objetos que constituem o espaço geográfico atual são intencionalmente concebidos para o exercício de certas finalidades, fabricados e localizados. A ordem espacial é intencional. O mundo de ação em tempo real, se associa à ordem espacial dos objetos, para atribuir a maior produtividade econômica ou política às ações e ao espaço em que incidem. A rede técnica mundial atual é instrumento da produção, da circulação e da informação mundializadas, transportando o universal ao local. Abernathy (2016), sinaliza que as organizações de notícias locais de qualidade devem informar sobre questões importantes, que forneçam contexto e análise para que os cidadãos possam tomar decisões balizadas pelo conhecimento dos assuntos políticos, econômicos e sociais. Entretanto, para os interesses da produtividade e da ordem mercadológica, isso não parece ser o principal. Uma população alienada, é uma população

sem voz. Por isso, é importante quem é o dono do jornal local, porque as decisões dos proprietários afetam a saúde e a vitalidade da comunidade.

De acordo com Santos (1997), a forma social atual supõe informação para o seu uso, ela própria constitui informação. Hoje nada fazemos sem esses objetos midiáticos que nos cercam, tudo o que fazemos produz informação. A localidade se opõe à globalidade, mas também se confunde com ela. Para Abernathy (2018), as matérias publicadas têm impacto nas decisões dos moradores da comunidade local, e conseqüentemente na qualidade de suas vidas. Com o lucro dos jornais e o número de leitores diminuindo drasticamente, existe uma preocupação pertinente com a sobrevivência de jornais locais em cidades menores, e com eles as notícias e informações confiáveis sobre a economia, política e toda sociedade em geral também somem. Isso resulta no aparecimento do que a autora denomina por “desertos de notícias” em comunidades e regiões de todo o país. Estes surgem quando as organizações jornalísticas locais falham financeiramente, e quando os moradores de uma comunidade não sabem como acessar e usar as informações fornecidas por um veículo de notícias.

Anteriormente, definimos um “deserto de notícias” como uma comunidade sem um jornal local. Como resultado do encolhimento dramático no número de veículos de notícias locais nos últimos anos, bem como a diminuição da cobertura de notícias locais pelos jornais sobreviventes, expandimos nossa designação de desertos de notícias para incluir comunidades onde os moradores estão enfrentando uma diminuição significativa do acesso à o tipo de notícias e informações importantes que alimentam a democracia de base (ABERNATHY, 2018, p. 17).

O senso de comunidade e a confiança na democracia sofrem impacto negativo quando o jornalismo é perdido, diminuído ou desvalorizado. Nesse sentido, a ascensão dos novos barões da mídia levanta questões de responsabilidade e transparência sobre quem toma decisões sobre a direção estratégica geral e o conteúdo dos jornais que essas empresas administram.

As empresas de investimento introduziram uma nova forma de pensar a gestão empresarial dos jornais e sua missão jornalística, que muitas vezes contrariava as práticas históricas das empresas tradicionais de jornais impressos. A fórmula operacional padrão geralmente incluía cortes agressivos de custos, adoção de políticas favoráveis aos anunciantes, venda ou fechamento de jornais com baixo desempenho e reestruturação financeira, incluindo falência. No mais extremo, suas estratégias levaram ao fechamento de centenas de jornais locais e

diminuíram o importante papel cívico dos jornais em fornecer notícias e informações confiáveis que ajudam os moradores de uma comunidade a tomar decisões importantes sobre governança e questões de qualidade de vida. (ABERNATHY, 2018, p. 62).

Ainda segundo Abernathy (2018), os jornais locais, mais do que qualquer outro meio, têm uma importante função de definição de agenda. Com capacidade de esclarecer as necessidades da comunidade, pode determinar as principais questões debatidas pelos cidadãos e ajudar a direcionar a comunidade para decisões sobre políticas públicas, que é direito democrático de todos. Isso influencia na criação de uma relação de confiança com as instituições, ao mesmo tempo que os anúncios veiculados impulsionam o comércio local e o crescimento econômico regional.

Na última década, as empresas de investimento adquiriram significativamente mais jornais em áreas rurais ou localidades com altas taxas de pobreza. Com os meios de comunicação regionais – incluindo jornais de metrô e estações de televisão – retirando a cobertura das áreas periféricas, os jornais de propriedade de entidades de investimento são muitas vezes a única fonte de notícias locais em muitas comunidades. Se seus jornais falharem e alternativas viáveis não surgirem, muitas comunidades em todo o país correm o risco de se tornarem desertos de notícias (ABERNATHY, 2018, p. 40).

A autora reforça que quando o jornalismo local falha, os jornais nacionais não cumprem a função de fornecer a essas comunidades o tipo de jornalismo de serviço público que expõe as questões e responsabiliza os servidores locais. Sem um jornal local, uma comunidade perde sua voz. Abernathy (2016), remete em seus estudos especificamente sobre a falta de jornal impresso, contudo, neste artigo adequamos o pensamento da pesquisadora para a falta de informação local em geral, em sites de notícias locais, rádios, emissoras de televisão e também o jornal impresso. Um relatório de 2011 da Comissão Federal de Comunicações descobriu que os jornais locais são os meios mais eficientes para fornecer jornalismo de serviço público, que alcança os principais problemas enfrentados pelas comunidades e fornece aos moradores as informações necessárias para resolver seus problemas. Por essa razão os moradores dos desertos de notícias emergentes da América são frequentemente seus cidadãos mais vulneráveis. Eles são geralmente mais pobres, mais velhos e menos instruídos, ou seja, mais manipuláveis.

Os moradores dos desertos de notícias emergentes da América são frequentemente seus cidadãos mais vulneráveis. Isso tem

consequências sociais e econômicas de longo prazo para as comunidades rurais, como os moradores de desertos de notícias tendem a ser menos informados sobre questões-chave em sua comunidade. A consolidação da indústria jornalística, que coloca a propriedade de muitas propriedades de mídia nas mãos de algumas grandes corporações, transfere as decisões editoriais e de negócios para pessoas sem uma forte participação nas comunidades locais onde seus jornais estão localizados. (ABERNATHY, 2018, p. 31).

Para Santos (1997), a dimensão espacial do cotidiano está relacionada ao nível de informação, que considera a forma motriz das relações sociais do dia a dia das pessoas nas comunidades locais "na experiência comunicacional, intervêm processos de interlocução e de interação que criam, alimentam e restabelecem os laços sociais e a sociabilidade entre os indivíduos que partilham os mesmos quadros de experiência". O espaço inclui "conexão materialista de um homem com o outro" conexão que "está sempre tomando novas formas". Logo, à medida que as fontes de informação vão diminuindo, os leitores caem, e um número crescente de indivíduos vive sem uma fonte confiável e abrangente de notícias locais. A confiança e a credibilidade sofrem quando os meios de comunicação locais são perdidos ou diminuídos, já que os jornais locais têm sido historicamente um "laço que une" as pessoas em uma comunidade, além de contribuírem no âmbito da educação, e de informações para orientar decisões importantes que afetarão a qualidade de nossas próprias vidas, bem como as das gerações futuras. Em uma era de explosão de notícias falsas e políticas divisórias, o destino das comunidades em todo o país (e da própria democracia) está ligado à vitalidade do jornalismo local. Em meio a esta defasagem, cresce a facilidade da desinformação e das chamadas *fake news*.

Impactos da desinformação nos desertos de notícias

Jéssica Cristina Corte (2022) aponta em pesquisa de Mestrado que a imprensa deve ser um órgão próximo a população, que tem a função de ajudar o cidadão a compreender e conscientizar as pessoas sobre assuntos em geral, principalmente os assuntos locais, e carrega também esse papel de disseminar o conhecimento científico, que é a chave para combater a desinformação e *fake news*. Larissa Barros (2019), explora em sua pesquisa os dados levantados do Atlas da Notícia (PROJOR, 2018), que 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 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. (BARROS, 2019, p. 10).

Todos os municípios que se encontram nessa situação de falta de informação local estão localizados entre Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul (Distrito Federal não é um deserto de notícias). Como o artigo propõe uma reflexão acerca do estado de Mato Grosso do Sul, então, dos 79 municípios do estado, 22% são desertos de notícias. Além disso, todos os municípios considerados desertos de notícias, têm o IDH classificado como baixo ou muito baixo. Santos (1997) em “O espaço do cidadão”, faz uma denúncia ao status do cidadão destituído de sua condição plena. Para o autor, a desinformação é uma característica cruel de muitas pequenas e médias cidades, então não se pode falar em democracia e cidadania se temos uma relação tão desigual entre os sujeitos no território que dividem.

Assim, ao considerarmos esses processos em conjunto, podemos analisar os fenômenos espaciais na sua totalidade. Daniela Ota (2012), ao investigar a situação da mídia fronteira sul-mato-grossense, ilumina uma perspectiva ao questionar que tipo de papel cumprem os meios regionais e locais. A autora cita as funções clássicas da comunicação como informar, formar e entreter e devem assumir também a responsabilidade pelas trocas de informações que podem integrar ou desintegrar constantemente os membros da comunidade. Camponez (2002), chama atenção ao apontar que os meios de comunicação que operam em nível local, conseguem maior credibilidade quando conseguem explorar as próprias dimensões do local. Citados por Ota (2006), Ortiz (1999) e Bourdin (2001), categoriza essas dimensões como de

“proximidade” na expressão do sentido de pertencimento explorando os vínculos existentes entre pessoas que partilham de um cotidiano comum.

Segundo Corte (2022) saber é diferente de conhecer, e no mundo atual a quantidade de informações que uma pessoa recebe diariamente é um paradoxo em relação ao aprofundar-se em alguns temas. A análise realizada pela pesquisadora sobre como quatro⁵ portais de web notícias de Mato Grosso do Sul divulgam ciência observou que há ínfimas divulgações de produções científicas locais, mesmo o estado possuindo números relevantes de universidades, órgãos de fomento e instituições que geram conhecimento científico. Os portais dão mais atenção aos debates nacionais, mas reitera-se que o jornalismo nacional não supre a falta do jornalismo local, quando este último falha, a democracia falha, porque a comunidade perde seu direito de estar informada sobre os acontecimentos políticos, econômicos e sociais que lhes dizem respeito.

Corte (2022), em uma de suas análises observa a produção noticiosa do portal de notícias “Hoje mais Três Lagoas” durante o mês de março de 2021, e aponta que apenas uma matéria científica foi publicada (referente à Covid-19). O material noticioso foi replicado do site Agência Brasil e apresenta uma carência de elementos com funções informativas (fotografia, áudio, vídeo ou gráfico que complementem o texto), a maioria aparece com função meramente ilustrativa. “Mesmo com os assuntos sobre pandemia em alta e a cidade possuir um dos maiores números de instituições de ensino superior do estado, os estudos realizados nessa localidade ainda não estão sendo divulgados” (CORTE, 2022, p. 79).

Chega-se à conclusão de que a divulgação de pesquisas científicas por portais de web notícias de Mato Grosso do Sul são ínfimas, apontando como a ciência vem sendo negligenciada pela sociedade através de seus meios de comunicação. As poucas vezes que se apresentam aparecem em *realeses* de outros portais, não dão voz aos pesquisadores e instituições, colocam a pesquisa e toda a sua importância em último plano (CORTE, 2022, p.80).

De acordo com Corte (2022), isso revela não só a ausência de profissionais qualificados para cobrir assuntos científicos, mas também a dificuldade local em disseminar suas pesquisas, já que, espera-se que esses acontecimentos sejam divulgados

⁵ Os portais analisados pela pesquisadora são: Campo Grande News, de Campo Grande; Dourados Agora, de Dourados; Diário Online de Corumbá e Hoje mais Três Lagoas, de Três Lagoas.

pela imprensa responsável na região e se isso não está acontecendo é porque não está havendo uma verificação desses fatos por esses profissionais.

Como mostra o Atlas da Notícia (PROJOR, 2018), muitos lugares permanecem distantes desses avanços tecnológicos dos grandes eixos Sul e Sudeste, e também porque a globalização, em vez de integrar equanimemente pessoas, ideias, recursos e territórios, faz ressurgirem ou se fortalecerem fronteiras duras que perpetuam as diferenças, e as desigualdades. Dessa forma, a concentração da produção midiática brasileira está localizada, em sua maioria, em cidades com qualidades demográficas, sociais, tecnológicas, econômicas e culturais dos grandes centros urbanos, determinantes no ato de decisão de um investimento como esse. O pesquisador Santos (1978), defende que “a utilização do território pelo povo cria o espaço”; apresentando mudanças ao longo da história, o território antecede o espaço, pode ser considerado como delimitado, construído e desconstruído por relações de poder, forças produtivas, relações de produção e das necessidades de circulação e distribuição, que envolvem uma gama muito grande de atores que territorializam suas ações com o passar do tempo.

Além de instância social que tende a reproduzir-se, tem uma estrutura que corresponde à organização feita pelo homem. O espaço geográfico é organizado pelo homem vivendo em sociedade e, cada sociedade, historicamente, produz seu espaço como lugar de sua própria reprodução, é mais amplo e complexo, entendido como um sistema indissociável de sistemas de objetos e ações, em que a instância social é uma expressão concreta e histórica. (SANTOS, 1978, p. 171).

De acordo com o pensamento de Santos (1992), a mediação podendo ser realizada através de uma perspectiva de interesse particular da mídia, conduz, não raro, ao rebuscamento da linguagem, necessária para ampliar o seu crédito, e à falsidade do discurso, destinado a ensombrecer o entendimento. Considera a mídia de massa o grande veículo desse processo ameaçador da integridade dos homens, onde a percepção é mutilada, quando a mídia julga necessário, através do sensacionalismo, e observa como os grandes centros monopolizam as vozes e as propagandas das novidades e como a distância geográfica iria implicar, pelo menos até aquele momento, também em distância política e informativa. O autor relata como os baixos índices de escolaridade podem desfavorecer a leitura e a interpretação dos enfoques dados à notícia fabricada; a distância dos produtos da informação, que emitem e colonizam territórios informativo-noticiosos, sem darem voz a diferentes pontos de vistas. Em comunidades interioranas, como é o

caso sul-mato-grossense, devemos considerar a importante função que a mídia local representa, configurando-se também como uma construtora simbólica das ideias acerca do âmbito político, econômico e cultural do local.

REFERÊNCIAS

ABERNATHY, Penelope Muse. **The Rise of a News Media Baron and the Emerging Threat of News Deserts**. Chapel Hill: University of North Carolina Press. 2016. Disponível em: <<http://hussman.unc.edu/news/rise-new-media-baron-and-emerging-threat-news-deserts>>. Acesso: 20 jun. 2022.

ABERNATHY, Penelope Muse. **The Expanding News Desert**. Chapel Hill: University of North Carolina Press. 2018. Disponível em: <https://etaara.com/wp-content/uploads/2022/02/The-Expanding-News-Desert-10_14-Web.pdf>. Acesso: 20 jun. 2022.

BARROS, Larissa Cristina Sampaio. **Desertos de notícia e Comunicação Pública: um estudo de caso sobre o Atlas da Notícia**. 2019. Disponível em: <<https://bdm.unb.br/handle/10483/26455>>. Acesso: 22 jun. 2022.

CAIZA, Edison; FERNANDEZ, Alejandro; TORRES, Diego. **Noticias falsas; en busca de la vacuna**. In: Revista Colombiana de Computación Vol. 21, No. 2. July - December 2020, pp. 92-101 e-ISSN: 2539-2115, <https://doi.org/10.29375/25392115.4037>.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de proximidade**, Coimbra. *Minerva*, 2002. Disponível em: <<https://labcom.ubi.pt/livro/91>>. Acesso: 22 jun. 2022.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro: fake news e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois**. RuMoRes, v. 12, n.23, p. 56-82, 2018.

CORTE, Jéssica. **Popularização da ciência: Panorama das divulgações científicas em quatro portais de web notícias no Mato Grosso do Sul**. Orientador: Taís Marina Tellaroli Felon. 2022. 128p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Campo Grande, 2022. Disponível em: <<https://repositorio.ufms.br/handle/123456789/4776>>. Acesso: 18 jul. 2022.

DORNELLES, Beatriz. **O localismo nos jornais do Interior**. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, v. 17, n. 3, p. 237-243, 2010. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/8191>. Acesso em: 24 set. 2019>. Acesso: 22 jun. 2022.

OTA, Daniela Cristiane. **A informação jornalística em rádios de fronteira: a questão da binacionalidade em Ponta Porã-Pedro Juan Caballero e Corumbá-Puerto Quijarro**. PhD - Thesis. Universidade de São Paulo. 2006. Disponível em:

<<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-14082009-181050/publico/Ota.pdf>>.
Acesso: 21 jun. 2022.

OTA, Daniela Cristiane. **Mapeamento da mídia fronteira em Mato Grosso do Sul**. In: MOREIRA, Sônia Virgínia (org.). Geografias da comunicação: espaço de observação de mídia e de culturas. São Paulo: INTERCOM, 2012. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/2170d7dcacee744fa95f3c2dae97ddff.pdf#page=203>>. Acesso: 21 jun. 2022.

PERUZZO, Cicilia N. Krohling. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**. Comunicação & Sociedade, v. 26, n. 43, p. 67-84, 2005. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/86370>>. Acesso: 22 jun. 2022.

SANTOS, Milton. **Por uma nova geografia**. São Paulo: Hucitec, 1978. Disponibilizado pela professora.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1988. Disponível: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5350058/mod_resource/content/1/texto3B_msantos_1988.pdf>. Acesso: 21 jun. 2022.

SANTOS, Milton. **1992: A redescoberta da Natureza**. *Estudos avançados*, 1992, 6: 95106. Disponível: <<https://www.scielo.br/j/ea/a/M4qFLBVz8KpwvJjvQrRmyLq/abstract/?lang=pt>>. Acesso: 22 jun. 2022.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo, Hucitec, 1997. Disponibilizado pela professora.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Disponibilizado pela professora.