

Desertos e quase desertos de notícias: uma ocorrência nacional



Versão 2.0- Novembro de 2018

Realização



Desenvolvimento

VOLT

Apoio

facebook

**Parceria
institucional**

A B R  J I

Sobre o Atlas da Notícia

O que é o Atlas da Notícia?

Uma iniciativa para mapear todos os veículos
jornalísticos no território brasileiro

Meta

Fornecer dados a pesquisadores,
empreendedores e jornalistas acerca do
jornalismo local no Brasil, a fim de gerar
novos conhecimentos nessa área

Objetivo da V.2.0: aumentar
a base de conhecimento
sobre os dados do
Atlas da Notícia

Principais características do Atlas 2.0

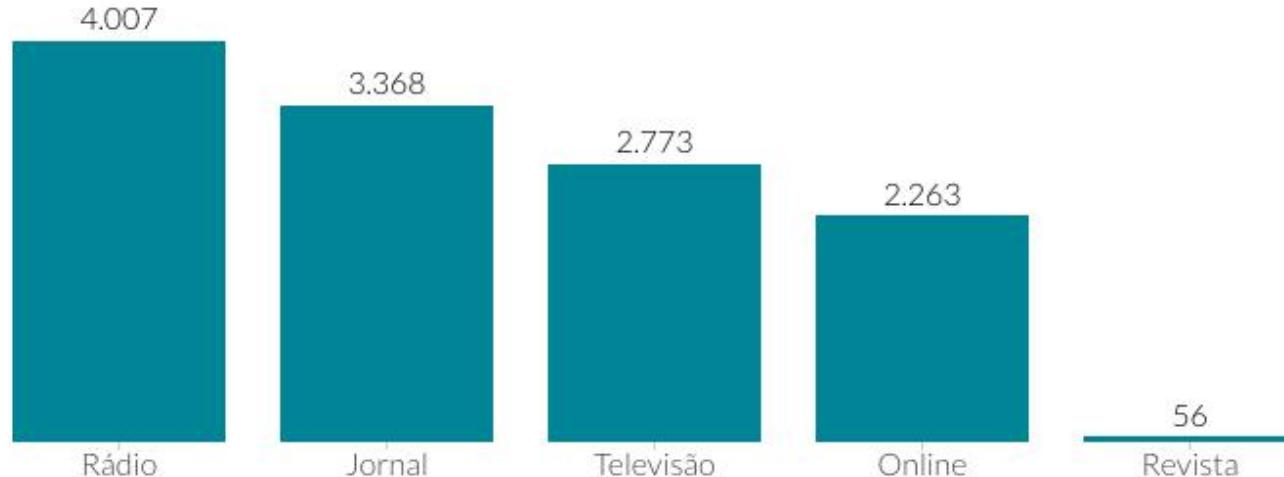
- > **Identificar:** municípios em risco de desertificação
- > **Levantar:** informações sobre modelo de negócios, periodicidade, sócios e contatos
- > **Producir:** novas análises a partir de levantamento, inclusive com população atualizada (2017, IBGE)

Levantamento do Atlas 2.0

12.467 veículos
mapeados no
Atlas 2.0

Atlas da Notícia 2.0

Total de jornais impressos, sites de notícia, revistas, rádios, e redes de televisão mapeados no território brasileiro



Dados

fonte	total	% da base
MCTIC	6475	51.9%
Secom/PR	4388	35.2%
Crowdsourcing Atlas da Notícia 2.0	856	6.9%
Atlas da Notícia 1.0	233	1.9%
Adjori-RS	204	1.6%
Adjori-SC	129	1.0%
Central de Diários	89	0.7%
Adjori-SP	62	0.5%
Adjori-PR	31	0.2%

*Por conta de algumas poucas
duplicatas, certas fontes foram retiradas
da conta em relação a Atlas 1.0

1ª Edição

Nov. 2017 (jornais + impresso)
Jul.2018 (rádio + TV)

meio	total	% da base
Rádio	3.751	32,1%
Jornal	3.231	27,6%
Televisão	2.726	23,3%
Online	1.981	16,9%

2ª Edição

Nov. 2018 (jornais + impresso + rádio + TV + revista)

+6,7%

meio	total	% da base
Rádio	4.007	32,1%
Jornal	3.368	27,0%
Televisão	2.773	22,2%
Online	2.263	18,2%
Revista	56	0,4%

Nota importante

Os dados não são diretamente comparáveis com o [primeiro levantamento](#) feito em novembro de 2017, considerando que na ocasião foram considerados apenas desertos de notícias em relação a jornais impressos e veículos online. Em julho de 2018, os desertos [foram calculados](#) apenas para rádio e televisão.

Agora, pela primeira vez, o levantamento inclui todas as mídias.

Além disso, as análises anteriores usaram dados populacionais do Censo de 2010, ao passo que a versão mais recente utiliza dados mais atuais, de 2017.

49% dos municípios
têm ao menos 1 veículo

Um total de 2.710 cidades

Esse texto destaca a representatividade populacional de certos municípios, mencionando uma população de 177 milhões e 85% da população total. A frase é encerrada com um asterisco, indicando que há uma nota de rodapé.

* Dados populacionais de 2017 ([IBGE](#))

Desertos de Notícias

Desertos de notícia são municípios sem veículos jornalísticos, ou seja, sem cobertura significativa de imprensa

Tamanho dos desertos:

**51% dos municípios
30 mi de pessoas***

* Dados populacionais de 2017 ([IBGE](#))

Espaços em branco representam *desertos de notícias*: 51% dos municípios brasileiros, com 30 mi de pessoas

Atlas da Notícia 2.0

Regiões

Centro-Oeste

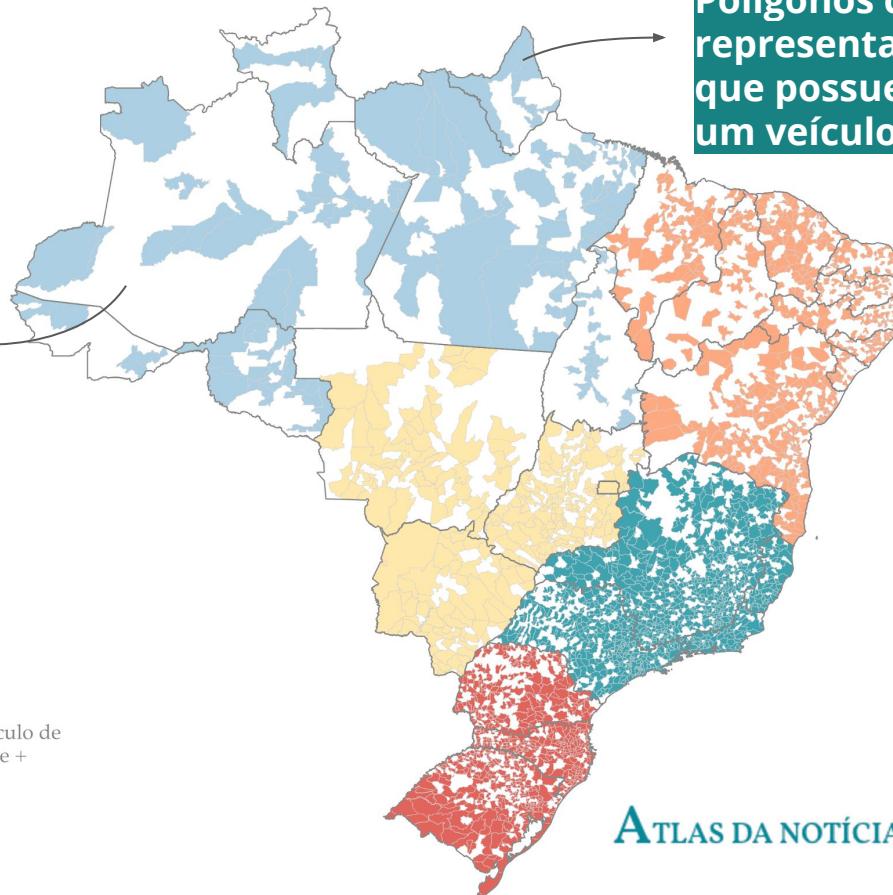
Nordeste

Norte

Sudeste

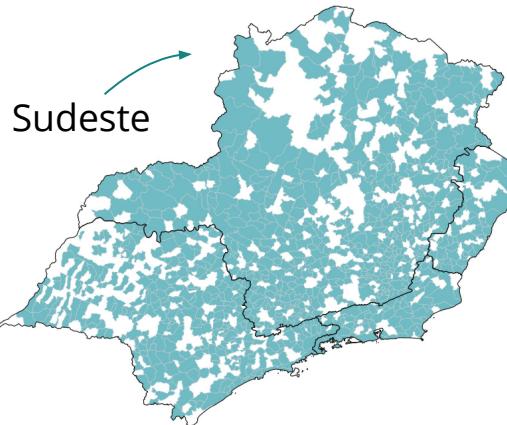
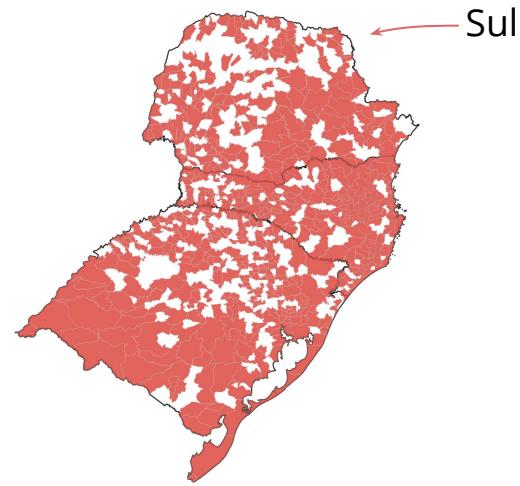
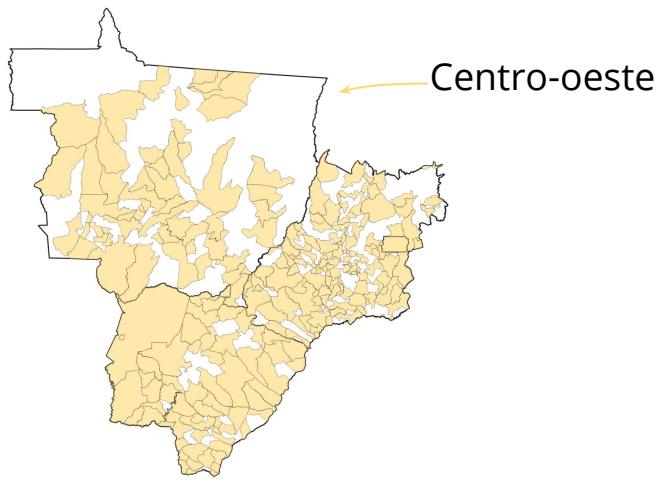
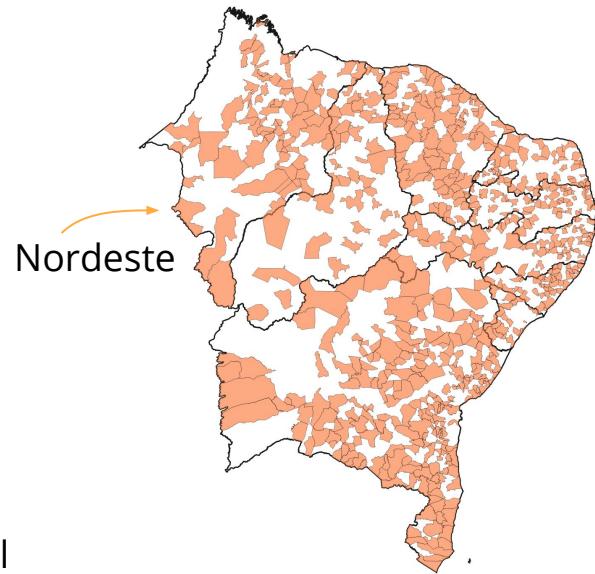
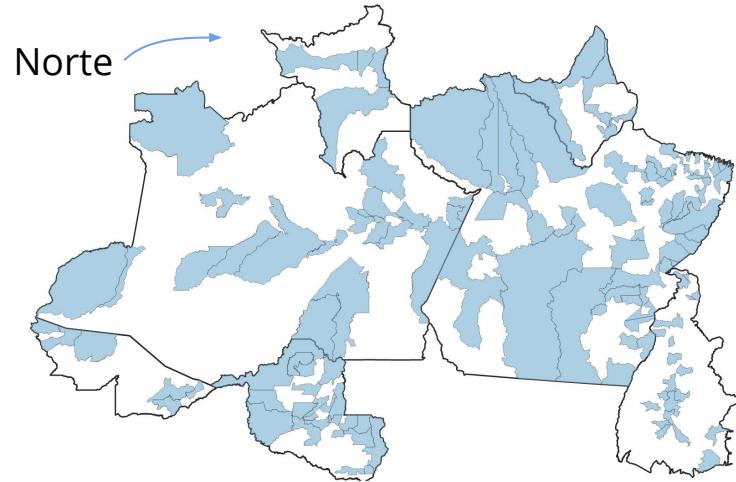
Sul

Municípios com pelo menos um veículo de jornalismo mapeado (jornais + online + revistas + rádios + TVs)



ATLAS DA NOTÍCIA

**Regiões com foco
aproximado para ser
possível visualizar
melhor os vazios**



Os Quase Desertos de Notícias

Há também os *quase desertos*, municípios que possuem apenas 1 ou 2 veículos jornalísticos.

São localidades que **correm o risco** de se tornar desertos.

30% dos municípios*
possuem apenas 1 ou 2
veículos de notícia, em um
total de **34 mi** de pessoas

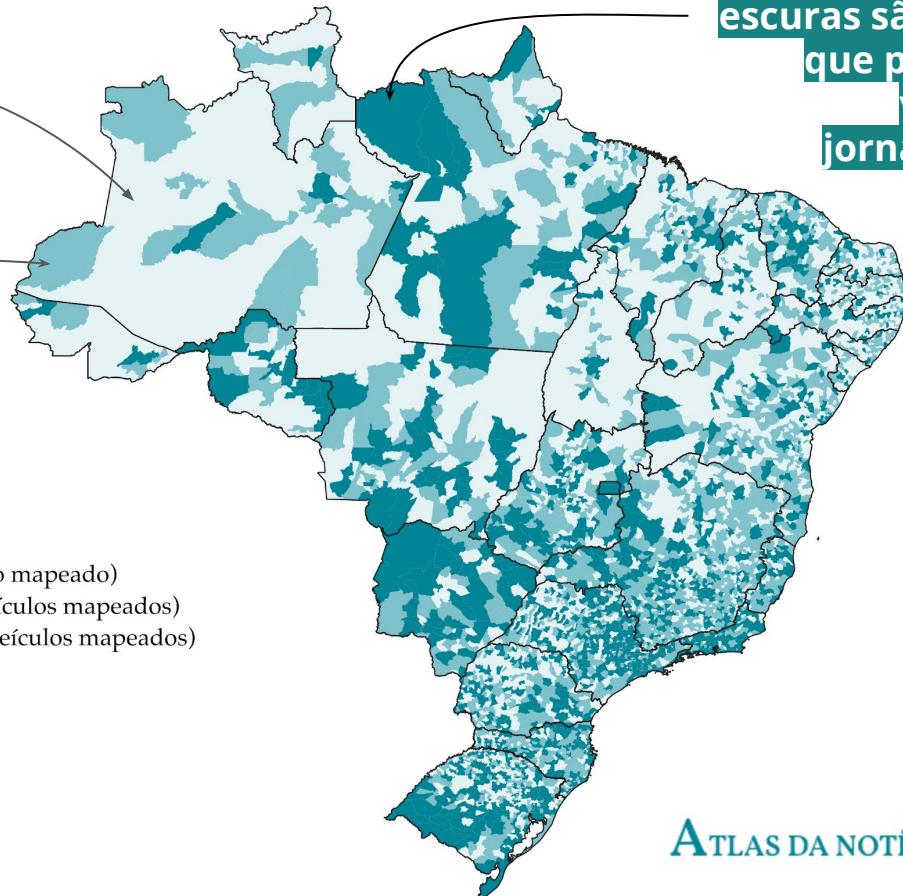
* Proporção sobre o total de 5.570 cidades ([IBGE](#))

As áreas mais claras são os desertos de notícias

Os meio-tonos de verde são os quase desertos

Desertos de notícias

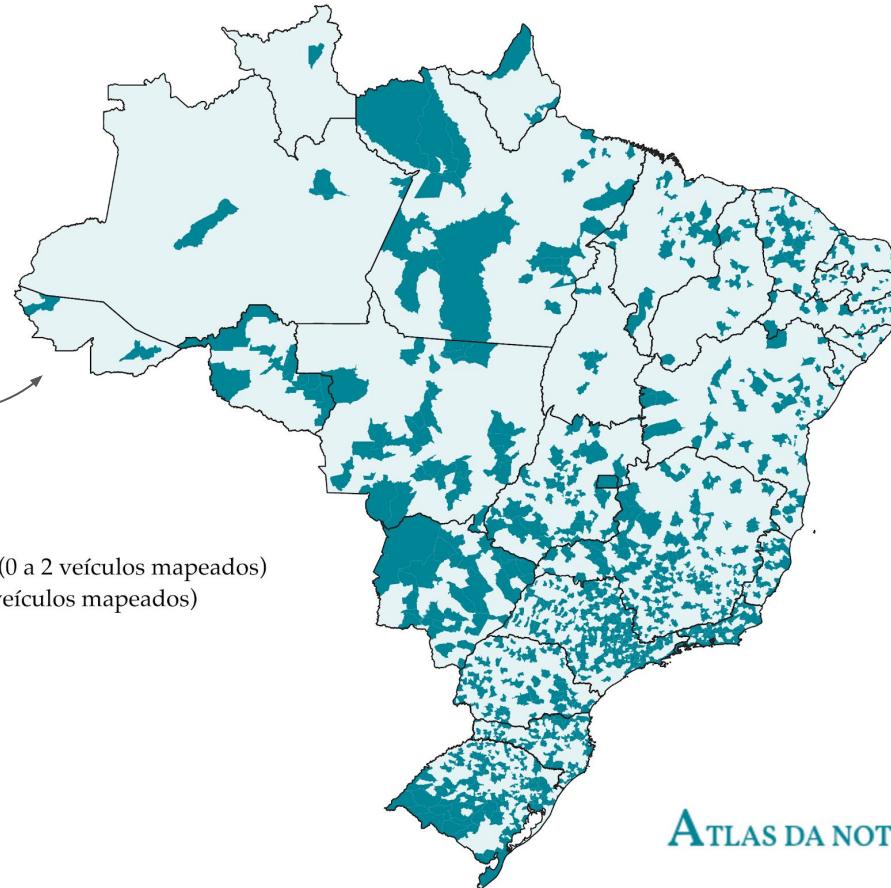
- deserto (nenhum veículo mapeado)
- quase deserto (1 ou 2 veículos mapeados)
- não deserto (3 ou mais veículos mapeados)



Já neste mapa conseguimos somar os *desertos de notícia* com os *quase desertos*, a fim de saber o real desafio enfrentado pelo jornalismo local

Desertos de notícias

deserto e quase deserto (0 a 2 veículos mapeados)
não deserto (3 ou mais veículos mapeados)



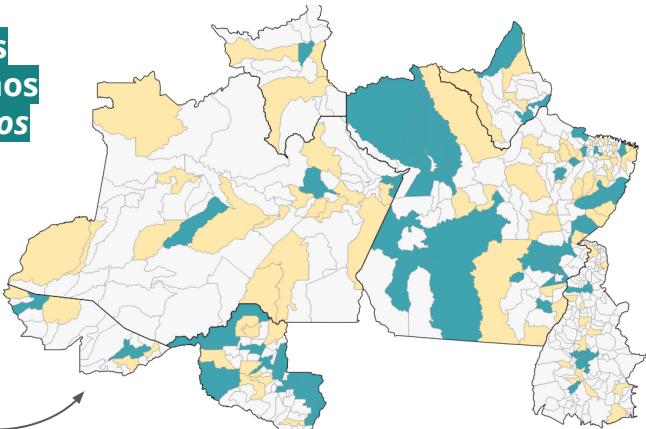
ATLAS DA NOTÍCIA

64 mi habitantes, ou **31%** da
população nacional,
estão em **desertos**
ou **quase desertos**

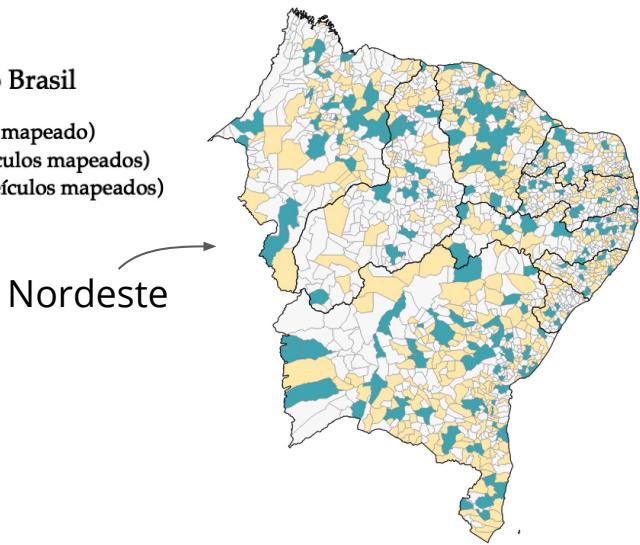
**Com o zoom nas
regiões, colorimos
os *quase desertos*
para comparar
melhor com os
*desertos e não
desertos***

Desertos de notícias no Brasil

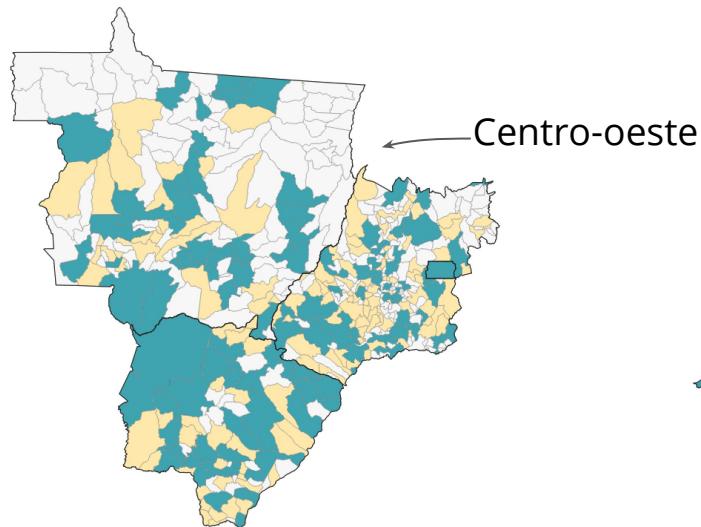
- deserto (nenhum veículo mapeado)
- quase deserto (1 ou 2 veículos mapeados)
- não deserto (3 ou mais veículos mapeados)



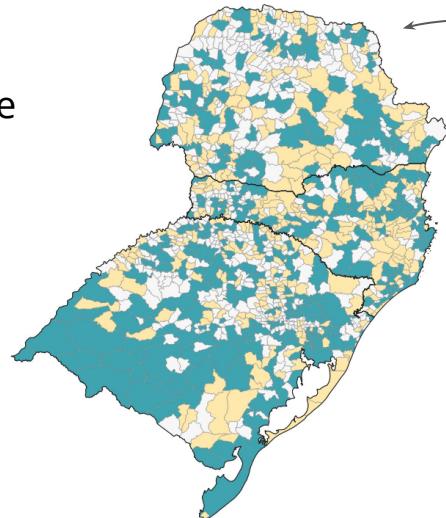
Norte



Nordeste



Centro-oeste



Sul
Sudeste

Fechamentos de veículos

Foram mapeados os fechamentos de 81 veículos jornalísticos brasileiros desde 2011

Estado	Fechamentos*
SP	31
MG	27
RJ	9
RS	4
PR	2
SC	2
AC	1
AL	1
AM	1
PB	1
PE	1
RO	1

*Nota: fechamentos mapeados pelo Atlas da
Notícia, com base rastreável a partir de 2011.
Números finais podem diferir significativamente.*

* Levantamento do Atlas da Notícia 2.0 e dados da ANJ ([Tabela](#))

Análises e conclusões

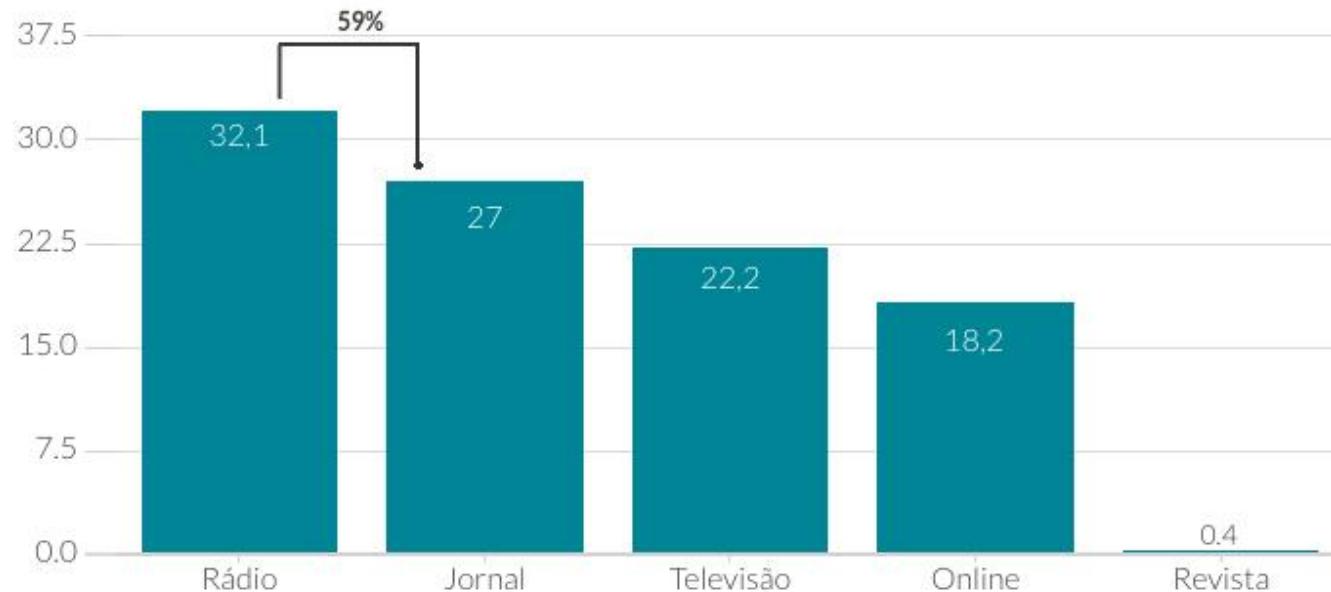
Algumas conclusões do Atlas 2.0

> Dependência ainda de **Rádio** e do **Impresso**, especialmente fora dos grandes centros (Rio de Janeiro-São Paulo-Brasília)

* [Tabela](#) com análises Atlas 2.0

Atlas da Notícia 2.0

Percentual de jornais impressos, sites de notícia, revistas, rádios, e redes de televisão sobre a base total de veículos mapeados no território brasileiro



Fonte: Atlas da Notícia

ATLAS DA NOTÍCIA

Já nos grande centros:

Veículos *digitais* no município de São Paulo representam **67%** do total

No Rio de Janeiro, **62%**

No Distrito Federal, **45%**

Algumas conclusões do Atlas 1.0

> Municípios menores tendem a não ter cobertura satisfatória

Médias populacionais:

Desertos de notícia > ~11 mil hab.

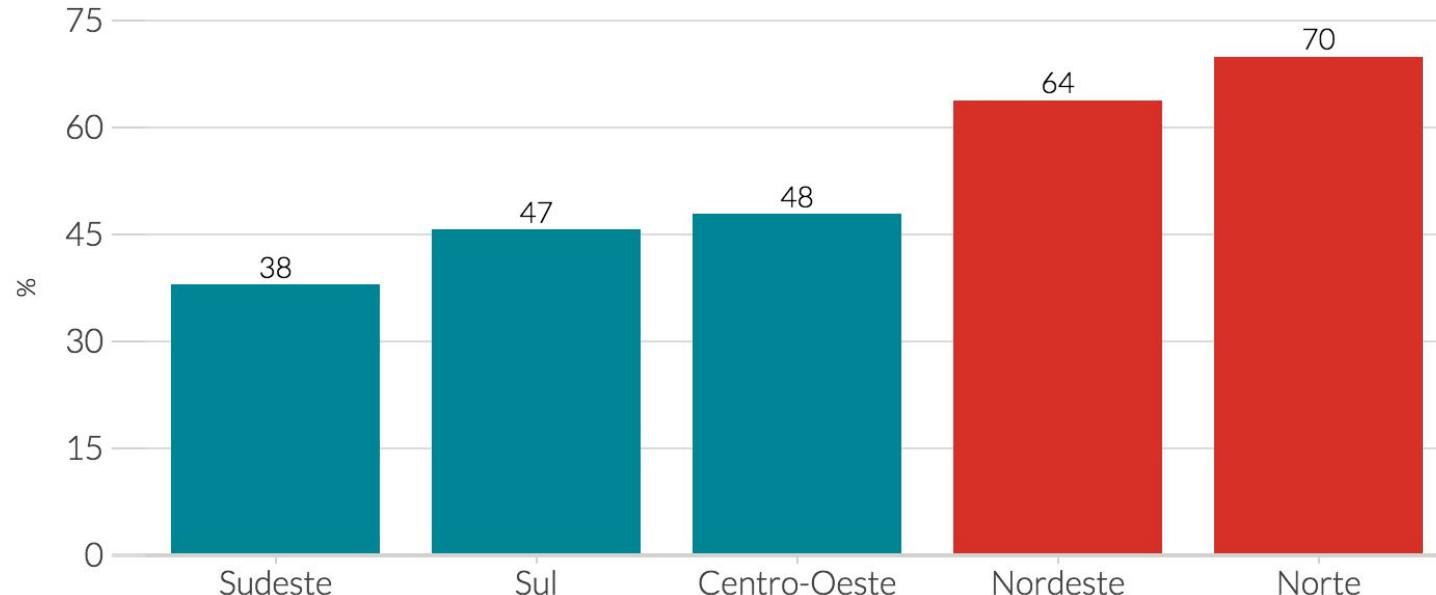
Não desertos > ~65 mil hab.

Algumas conclusões do Atlas 1.0

> Municípios menores tendem a não ter cobertura satisfatória, **com N e NE com pior cenário**

Desertos de notícias por região

Proporção de municípios considerados desertos de notícias
(nenhum veículo mapeado) em relação ao total de municípios



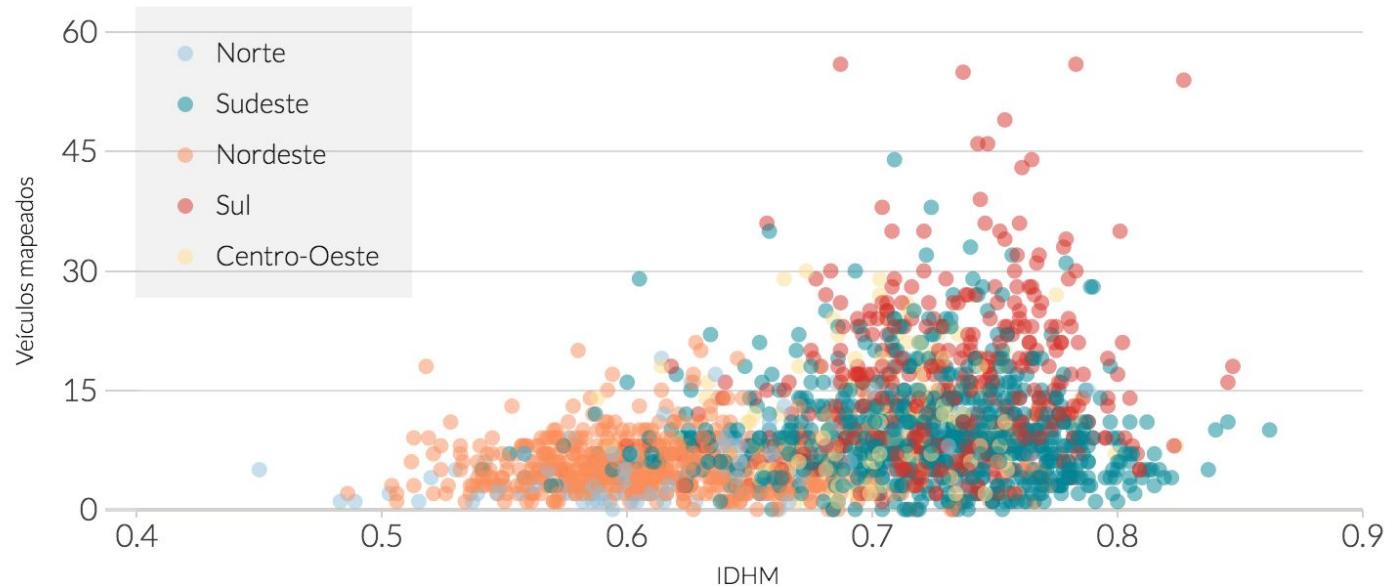
Algumas conclusões do Atlas 1.0

> Cidades com presença de imprensa possuem **IDH** maior (correlação, mas ainda não é possível provar causalidade)

* [Tabela](#) com análises Atlas 2.0

Veículos por município

Taxa de veículos a cada 100 mil habitantes por município, em relação ao Índice de Desenvolvimento Humano (IDHM)



Nota: Cidades com mais de 100 mil habitantes

IDHM em desertos de notícias

Distribuição do IDHM em municípios considerados desertos de notícias, quase desertos (1 ou 2 veículos mapeados) e não desertos (mais de 2 veículos mapeados)

Mediana



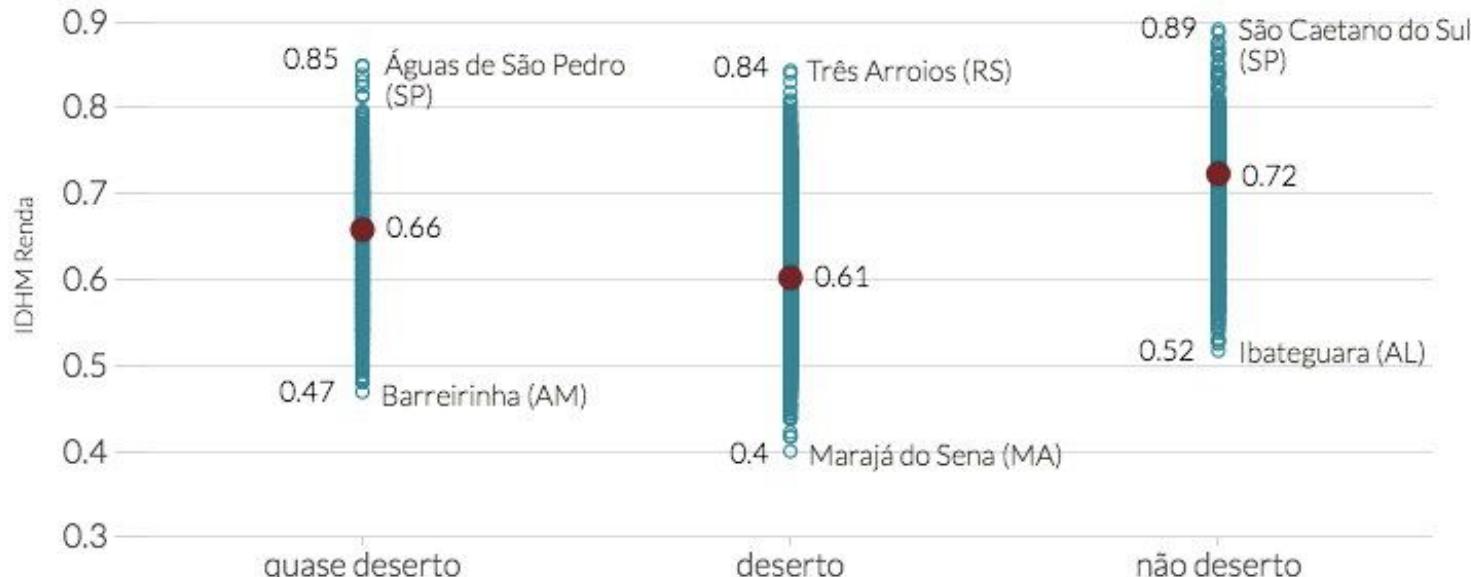
Escolaridade em desertos de notícias

Distribuição do índice de escolaridade do IDHM em municípios considerados desertos de notícias, quase desertos (1 ou 2 veículos mapeados) e não desertos (mais de 2 veículos mapeados)



Renda em desertos de notícias

Distribuição do índice de renda do IDHM em municípios considerados desertos de notícias, quase desertos (1 ou 2 veículos mapeados) e não desertos (mais de 2 veículos mapeados)



NOTA: Carência de infraestrutura barra online

- > Brasil tem **234 milhões** de linhas móveis ativas ([Anatel](#), set/2018), mas **30%** dos domicílios não possuem nenhuma forma de acesso à Internet ([IBGE](#), 2016)
- > Além disso, salvo algumas exceções, não é de se esperar que um veículo de outra cidade vá cobrir a vida local de um município, mesmo que na mesma região ou até vizinho

Política de correções e atualizações

- O Atlas da Notícia 2.0 foi produzido por uma rede de cinco pesquisadores regionais que analisaram os dados fornecidos por colaboradores voluntários através da nossa campanha de crowdsourcing sob a supervisão do Volt Data Lab
- O mapeamento resultante traz o melhor panorama possível com informações detalhadas sobre a existência, o meio e a periodicidade dos veículos jornalísticos no Brasil
- Por se tratar de um banco de dados novo, os números devem ser considerados como estimativas, dada a natureza mutável do panorama midiático brasileiro, marcado por fechamentos e pelo surgimento de novos veículos
- À medida que nosso projeto avança, iremos refinar o nosso banco de dados, identificando novos veículos e removendo aqueles que não se enquadram em nossa metodologia (veículos fechados e não jornalísticos)
- Solicitamos correções e atualizações de dados. Nossa próxima edição (novembro de 2019) incorporará as novas informações a serem verificadas por nossa equipe

Créditos

Equipe institucional

Angela Pimenta, Presidente do Projor

Jornalista e mestre em Jornalismo pela Columbia University School (2001). Presidente do Projor desde julho de 2015, é coordenadora do Atlas da Notícia e coordenadora-executiva do Projeto Credibilidade. Foi editora-sênior da revista Exame em Brasília (2007-2011) e representante da Online News Association no Brasil (2009-2014).

Adriana Garcia, Diretora de Operações do Projor

Jornalista, professora e consultora em design estratégico e mídias digitais, tem mestrado pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP) e foi J.S.Knight fellow na Universidade de Stanford, na Califórnia (2013). Atuou na Reuters, Folha de S.Paulo, VejaSP e Exame. Foi diretora de Comunicação Digital da Rio 2016. Fundadora da Orbital Mídia.

Pedro Varoni, Diretor Editorial e editor do Observatório da Imprensa

Jornalista, professor e pesquisador, formou-se em jornalismo em 1989 pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). É mestre e doutor em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Esteve no Grupo EPTV e foi diretor de Jornalismo da TV Sergipe. Foi diretor geral da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) em 2016. Cursa pós-doutorado no Departamento de Informação e Cultura da USP.

Francisco Belda, Conselheiro do Projor

Jornalista, professor do Departamento de Comunicação Social e vice-coordenador do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT) na Universidade Estadual Paulista (Unesp). Foi repórter, editor, gerente e diretor de empresas jornalísticas no interior de São Paulo. Professor visitante na Brandeis University, em Massachusetts, Estados Unidos, é doutor em Engenharia de Produção e mestre em Ciências da Comunicação, ambos na Universidade de São Paulo (USP).

Pesquisadores regionais

Marcela Donini (Sul)

Jornalista baseada em Porto Alegre com experiência de mercado desde 2004, graduou-se pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Passou pelo jornal Zero Hora e pelas agências de conteúdo Cartola e Fronteira. Como freelancer, já escreveu para as revistas Piauí, Superinteressante e Galileu, além dos portais Ig, Veja e Terra. É mestra em Comunicação Social e especialista em Jornalismo Digital e em Teorias e Práticas do Ensino. Leciona na faculdade de Jornalismo da ESPM-Sul, onde também coordena a agência experimental de jornalismo. É cofundadora do Farol Jornalismo, iniciativa independente de produção e pesquisa em jornalismo. Email: *marcela[a]faroljornalismo.cc*

Dubes Sônego (Sudeste)

Jornalista formado pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Em 19 anos de profissão, atuou nas redações de Gazeta Mercantil, Valor Econômico, Meio&Mensagem, Revista Foco, América Economia, Brasil Econômico, iG e Época Negócios. Atualmente, trabalha como freelancer. É também fotógrafo dilettante e estudante de Letras na Universidade de São Paulo (USP). Email: *dsonegojunior[a]gmail.com*

Jéssica Botelho (Norte)

Jornalista e pesquisadora. É diretora da Agência Ajuri (projeto acelerado pelo New Ventures Lab das Chicas Poderosas), mestrandona Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade Federal do Amazonas e colaboradora no Centro Popular do Audiovisual. Atua em temas relacionados à jornalismo e questões digitais na perspectiva amazônica. É embaixadora do Youth Safernet Brasil no Amazonas e integrante do Youth Observatory of Internet Society e egressa da Escola de Governança da Internet do CGI.Br e da Escola InternetLab para Jornalistas. Email: *jessicabotelho[a]agenciaajuri.com*

Pesquisadores regionais (Cont.)

Loraine França

Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Autora da grande reportagem multimídia “Eles vivem no meio da rodovia”. Foi produtora na TV MS Record e repórter na Rádio Educativa UFMS. Atualmente, é repórter na Rádio CBN Campo Grande. Pesquisadora no Laboratório de Investigação em Jornalismo, Direitos Humanos e Narrativas Complexas. (GRIOT/UFMS/CNPq).

Mariama Correia

Mariama Correia trabalhou por mais de três anos como repórter do caderno de Economia da Folha de Pernambuco. Também assinou matérias na Veja Comer e Beber, da Editora Abril, no portal The Intercept Brasil e no Projeto Draft. Tem cursos nas áreas de jornalismo de dados (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo), fact-checking e mídias digitais (Kings Brighton). Atualmente escreve para o coletivo de jornalismo investigativo Marco Zero Conteúdo.

Equipe operacional

Sérgio Spagnuolo, Editor do Volt Data Lab

Sérgio Spagnuolo é jornalista, fundador e editor da agência de jornalismo de dados Volt Data Lab, além de mestre em Relações Internacionais e Direitos Humanos pela PUC-SP e colaborador do site de checagem Aos Fatos. Paulistano não praticante, divide seu tempo entre São Paulo, Curitiba e Rio de Janeiro. Em 2016, foi fellow do Tow-Knight Center for Entrepreneurial Journalism, um programa de empreendedorismo para jornalistas, em Nova York. Já atuou pelas agências Reuters e Mergermarket, publicou nas revistas AméricaEconomia, Época Negócios, IstoÉ Dinheiro e Capital Aberto, entre outras, e colaborou com os portais piauí, Yahoo News, Jota, Estadão.com, UOLe Último Segundo. Também trabalhou no Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), como oficial de comunicação do Centro Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (Centro RIO+).

Renata Hirota, Analista de Dados

Renata é graduada em Jornalismo pela Universidade de São Paulo (USP) e atualmente cursa Estatística na mesma instituição. Já viveu na Espanha, Portugal e EUA, escrevendo para agências de notícias e revistas de viagem. No VOLT, une seu ofício antigo à nova empreitada no universo dos dados, com destaque para atuação nos grandes projetos da agência, como o Atlas da Notícia e reportagens que envolvem mais capacidade analítica.

Angélica Martins, Jornalista

Jornalista carioca especializada em economia, com experiência em jornais diários e cobertura do orçamento público. Também já publicou em revistas como Capital Aberto e atualmente une a vivência de repórter com o mundo dos dados. No VOLT, trabalha principalmente com agregação, extração, limpeza e organização de dados.

www.atlas.jor.br

Novembro/2018

Todos os dados em no Github do Atlas da Notícia ([link](#))