

Secção Temática/Thematic Section/Sección Temática. Artigos/Articles/Artículos

À Procura de Notícias Locais: Fontes de Informação e Perceções Sobre (Des)Informação Onde (Não) Há Media**Looking for Local News: Information Sources and Perceptions About (Dis)information Where There Is (No) Media****Buscando Noticias Locales: Fuentes de Información y Percepciones Sobre la (Des)información Donde (No) Hay Medios**Luísa Torre • LabCom — Comunicação e Artes, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal • luisa.torre@ubi.pt <https://orcid.org/0000-0002-5948-106X>

Resumo Nos últimos anos, o conceito de desertos de notícias despertou a curiosidade de muitos académicos e reguladores em todo o mundo, sendo definido como comunidades sem um jornal local ou comunidades onde os residentes enfrentam um acesso significativamente reduzido às notícias que alimentam a esfera pública e a democracia local. Apesar da falta de cobertura jornalística, os indivíduos conseguem, de alguma forma, obter informações nestes territórios. Quando não há jornalistas a reportar a realidade, estudos mostram que grande parte da informação local nesses territórios é obtida através das redes sociais, como páginas e grupos do Facebook, que podem ser uma fonte de desinformação e informações incorretas, deixando as comunidades vulneráveis. Este artigo tem como objetivo compreender se os hábitos de consumo de informação diferem entre aqueles que vivem em desertos de notícias e nos territórios que são servidos pela comunicação social local, apresentando os resultados de um inquérito aplicado em seis municípios diferentes de Portugal (n = 122), que avalia os hábitos de consumo de notícias dos indivíduos, o nível de preocupação que estes habitantes têm com a desinformação e a confiança na informação que consomem. Os resultados mostram que os indivíduos em desertos de notícias tendem a estar menos preocupados com a desinformação do que aqueles que vivem em municípios fora do deserto, têm menos confiança nos meios de comunicação e tendem a verificar as informações que suspeitam nas redes sociais, sugerindo um risco para as democracias locais onde não há meios de comunicação para equilibrar o ecossistema informativo.

Palavras-chave: Desertos de Notícias, Notícias Locais, Jornalismo Regional, Fontes de Informação, Confiança, Desinformação.

Abstract In recent years, the concept of news deserts has aroused the curiosity of many scholars and regulators around the world, being defined as communities without a local newspaper or communities where residents face significantly reduced access to the news that feeds the local public sphere and democracy. Despite the lack of journalistic coverage, individuals somehow obtain information in these territories. When there are no journalists reporting on reality, studies show that much of the local information in these territories is obtained through social media, such as Facebook pages and groups, which can be a source of mis- and disinformation, leaving communities vulnerable. This paper aims to understand if information consumption habits differ between news deserts and

Luísa Guimarães Torre é jornalista e estudante de Doutoramento em Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior. Concluiu o Mestrado em Ciências da Comunicação em 2020 pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto e é licenciada em Comunicação Social — Jornalismo pela Universidade Federal do Espírito Santo (Brasil). A partir de um viés crítico, investiga temas re-

lacionados ao jornalismo local e regional, à desinformação, inteligência artificial, redes sociais e democracia. Foi integrante do projeto *MediaTrust.Lab*, desenvolvido na Universidade da Beira Interior, cuja equipa é responsável pelo primeiro mapeamento dos chamados "desertos de notícias" em Portugal, realizado em 2022.

SOPCOM
ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

**Rev
Com**

Revista Comunicando

vol. 14, núm. 2, e025023, 2025

Associação Portuguesa de Ciências da
Comunicação,
Portugal

ISSN-E: 2182-4037

ISSN-L: 2182-4037

diretorcomunicando@sopcom.pt

Recepción: 29 Abril 2025

Aprobación: 25 Septiembre 2025

Publicación: 23 Diciembre 2025

territories that are served with local media, presenting the results of a survey applied in six different municipalities of Portugal (n = 122), assessing individuals' news consumption habits and the level of concern these inhabitants have about disinformation and trust in the information they consume. Results show that individuals in news deserts tend to be less concerned about disinformation than those that live in municipalities out of the desert, have less trust in media and tend to verify the information they suspect on social media, suggesting a risk to local democracies where there is no media to balance the information ecosystem.

Keywords: News Deserts, Local News, Local Journalism, Information Sources, Trust, Disinformation.

Resumen En los últimos años, el concepto de desiertos de noticias ha despertado la curiosidad de muchos académicos y reguladores de todo el mundo, y se define como aquellas comunidades que carecen de un periódico local o aquellas en las que los residentes se enfrentan a un acceso significativamente reducido a las noticias que alimentan la esfera pública y la democracia locales. A pesar de la falta de cobertura periodística, las personas consiguen, de alguna manera, obtener información en estos territorios. Cuando no hay periodistas que informen sobre la realidad, los estudios muestran que gran parte de la información local en estos territorios se obtiene a través de las redes sociales, como páginas y grupos de Facebook, que pueden ser una fuente de desinformación e información incorrecta, lo que deja a las comunidades en una situación vulnerable. El objetivo de este artículo es comprender si los hábitos de consumo de información difieren entre quienes viven en desiertos de noticias y los territorios que cuentan con medios de comunicación locales, presentando los resultados de una encuesta realizada en seis municipios diferentes de Portugal (n = 122), que evalúa los hábitos de consumo de noticias de las personas, el nivel de preocupación que estos habitantes tienen con la desinformación y la confianza en la información que consumen. Los resultados muestran que las personas que viven en desiertos de noticias tienden a estar menos preocupadas por la desinformación que aquellas que viven en municipios fuera del desierto, confían menos en los medios de comunicación y tienden a verificar la información que les parece sospechosa en las redes sociales, lo que sugiere un riesgo para las democracias locales donde no hay medios de comunicación que equilibren el ecosistema informativo.

Palabras clave: Desiertos Informativos, Noticias Locales, Periodismo Regional, Fuentes de Información, Confianza, Desinformación.

1. Introdução

À medida que a comunicação se torna cada vez mais digital, que as plataformas se tornam numa ferramenta muito relevante para a recolha e distribuição de informações e que as grandes empresas de tecnologia dominam o mercado publicitário, o jornalismo local e regional tem sofrido uma forte pressão económica e social. A migração dos anunciantes para as plataformas de redes sociais, a mudança nos hábitos de consumo de notícias dos indivíduos e as sucessivas crises económicas levaram ao encerramento de muitos órgãos de comunicação social em territórios de menores dimensões (Abernathy, 2023; Hindman, 2015; Newman, 2022).

Desde a segunda metade do século XX, verificou-se uma queda acentuada no número de leitores dos jornais tradicionais. Muitas redações de menor dimensão, que divulgam notícias locais, enfrentam dificuldades na transição para o digital e na resposta ao declínio das receitas (Anderson et al., 2014; Costa, 2014). Embora grande parte das receitas dos meios de comunicação locais tenha migrado para grandes plataformas digitais (Anderson et al., 2014), os serviços que os meios de comunicação locais tradicionalmente utilizavam para servir as suas comunidades são agora oferecidos através de plataformas e websites — tais como anúncios de serviço público, resultados desportivos e previsões meteorológicas (Jerónimo & Sánchez Esparza, 2023). Outros desafios surgem devido à sua limitação geográfica, que dificulta o crescimento da sua audiência e limita a sua visibilidade nas plataformas (Hindman, 2018; Ivancsics et al., 2023).

A mudança nos hábitos dos consumidores de informação também teve impacto nas redações locais. Em Portugal, o público prefere cada vez mais obter a sua informação em dispositivos móveis, como smartphones, com oito em cada 10 pessoas a obterem as suas notícias através destes dispositivos, uma tendência à qual nem todas as redações mais pequenas conseguiram adaptar-se (Anderson, 2013; Quintanilha, 2018). De acordo com o *Reuters Institute Digital News Report Portugal 2024* (Cardoso et al., 2024), apesar de um grande interesse pelas notícias locais, o uso semanal dos *media* regionais ou locais atinge apenas 12% dos entrevistados, enquanto a confiança nos *media* locais (56%) é significativamente menor do que a confiança nos meios de comunicação nacionais, como a RTP (79%) ou a SIC (78%).

Nos últimos anos, o conceito de desertos de notícias despertou a curiosidade de muitos académicos e reguladores em todo o mundo. Intimamente ligado ao jornalismo local, é um conceito poderoso que transcende as paredes da academia, despertando também o interesse não académico, mas pode ter significados diferentes em “diferentes cenários e contextos, e é interpretado de

forma diferente dependendo da perspetiva que o investigador adota” (Gulyas et al., 2023, p. 287).

A ideia de desertos de notícias ainda não é consensual, mas pesquisas em todo o mundo reuniram algumas ideias convergentes. Uma das definições mais utilizadas foi introduzida por Abernathy (2023), que define um deserto de notícias como uma comunidade onde os residentes têm acesso muito limitado ao tipo de notícias e informações locais críticas e credíveis que alimentam a base da democracia e da coesão social. Gulyas (2021) conceitua-o como o resultado do processo de encerramento de organizações de notícias locais e/ou do declínio do conteúdo local. Considerando um contexto mais variado, como o europeu, Verza et al. (2024) definiram um deserto de notícias como uma área geográfica ou administrativa, ou uma comunidade social, onde é difícil ou impossível aceder a informações suficientes, fiáveis e diversificadas através de meios de comunicação locais, regionais ou comunitários independentes. Em todos os casos, a definição de desertos de notícias considera a ausência de informações fiáveis que alimenta as comunidades, tradicionalmente fornecidas pelos meios de comunicação jornalísticos locais ou regionais.

A falta de cobertura noticiosa local e a concentração dos meios de comunicação social em áreas urbanas e densamente povoadas aprofundam as desigualdades e desequilibram os processos democráticos, com impacto na representação da comunidade (Bisani & Heravi, 2023). A nível local, a falta de cobertura noticiosa resulta numa diminuição do escrutínio das instituições locais, num aumento da vulnerabilidade à desinformação nas redes sociais e num crescente sentimento de desconfiança e confusão (Ardia et al., 2020; Barclay et al., 2022; Torre & Jerónimo, 2023).

O surgimento de desertos de notícias é particularmente desafiante numa altura em que a desinformação em contextos locais tem o potencial de se espalhar rapidamente através dos meios de comunicação digitais (Jerónimo & Sánchez Esparza, 2022). As redes sociais são uma importante fonte de desinformação local, devido à falta de verificação do conteúdo nessas redes, que pode conter elementos falsos em termos de contexto e conteúdo (Correia et al., 2019; Wardle & Derakhshan, 2017). Estudos indicam que, a nível europeu, existe uma correlação positiva entre a existência de desinformação e os desertos de notícias, mas é ainda necessário desenvolver estudos a nível subnacional para aprofundar o conhecimento sobre esta questão (Kermer et al., 2024). Ao conhecer os hábitos de consumo de informação destas comunidades, será possível identificar, por exemplo, se as iniciativas de informação não jornalísticas seguem critérios de forma mimética à dos meios de comunicação social.

Este artigo explora, através de um inquérito realizado em seis municípios do distrito de Castelo Branco, em Portugal (n = 122), os

hábitos de consumo de notícias dos residentes e o nível de preocupação que estes habitantes têm com a desinformação e a confiança na informação que consomem. Os resultados mostram que os residentes de municípios que se encontram em desertos de notícias tendem a confiar menos nos meios de comunicação tradicionais e a verificar o conteúdo de que duvidam através das redes sociais. Por outro lado, os residentes de municípios fora dos desertos noticiosos tendem a obter as suas notícias com mais frequência através dos meios de comunicação online e apresentam um nível mais elevado de preocupação com a desinformação quando comparados com os residentes dos desertos de notícias.

2. O Papel do Jornalismo Local

O jornalismo local é aquele tipo de jornalismo que se caracteriza por estar ligado a um território e ter conhecimento do local, da sua cultura e das suas práticas (Hess & Waller, 2016). É aquele tipo de jornalismo que funciona como uma “cola social” (Hess, 2015), promovendo um sentimento de comunidade, fazendo com que os seus membros se sintam “especiais” e orgulhosos da sua comunidade (Mathews, 2022). É, portanto, marcado pela proximidade com as comunidades que os jornalistas cobrem.

No contexto ibérico, as notícias publicadas nos meios de comunicação locais ou regionais são o resultado do jornalismo de proximidade, aquele tipo de jornalismo que resulta de um compromisso com o território e com as pessoas que se relacionam com ele, geograficamente ou emocionalmente — comunidades nas quais o jornalista partilha os mesmos valores culturais e espaços sociais e, muitas vezes, também faz parte (Camponez, 2002; López García, 2008). Segundo Jerónimo (2015), são os periódicos de informação independentes que “dedicam regularmente a maior parte do seu conteúdo noticioso a factos ou questões de natureza cultural, social, religiosa, económica ou política, relativos às comunidades a que se destinam e a territórios com uma dimensão mínima equivalente à de um distrito” (p. 11). O profissional de jornalismo, o jornalista de proximidade, geralmente partilha os mesmos espaços geográficos, sociais, culturais e psicológicos que o seu público (López García, 2008). No contexto português, devido à sua estrutura mediática e características geográficas, alguns autores e estudos não diferenciam regional e local, considerando como meios de comunicação regionais a imprensa que não é nacional (Jerónimo, 2015). “As notícias publicadas na imprensa regional resultam do que é comumente chamado de jornalismo de proximidade” (Jerónimo, 2015, p. 11).

Os leitores valorizam ver-se representados nos jornais regionais, o que ajuda a fomentar a compreensão do outro dentro da comunidade (Costera Meijer & Bijleveld, 2016). A existência de mei-

os de comunicação locais numa comunidade pode promover uma maior participação em atividades e grupos locais (Thompson, 2021). Por outro lado, o encerramento do jornal local de uma comunidade pode levar, por exemplo, a um menor envolvimento cívico (Shaker, 2014) ou a uma menor participação eleitoral (Schulhofer-Wohl & Garrido, 2009).

O fornecimento de informações politicamente relevantes pelos *media* locais aumenta a participação eleitoral (Baekgaard et al., 2014), tendo, portanto, um efeito positivo na participação política (Gentzkow et al., 2011). No entanto, num cenário de notícias em constante mudança, estudos mais recentes mostram que as taxas de participação nas eleições dos principais partidos não se correlacionam significativamente com a ausência de jornais locais (Chapp & Aehl, 2021).

3. Investigando Lacunas dos *Media* Locais

Em todo o mundo, o jornalismo regional tem sofrido fortes pressões económicas e sociais, resultando no encerramento de muitos órgãos de comunicação social em territórios mais pequenos (Hindman, 2015; Newman, 2022). A mudança nos hábitos de consumo de notícias, o declínio dos modelos de negócio tradicionais que sempre apoiaram os órgãos de comunicação social regionais e a diminuição dos recursos para investir na inovação que o setor da comunicação social tem exigido nas últimas décadas acabaram por resultar neste processo de declínio observado em diversas geografias.

À medida que os meios de comunicação regionais fecham, as áreas que costumavam servir estão a tornar-se “desertos de notícias” (Abernathy, 2018), um fenómeno que começou recentemente a ser estudado no contexto europeu, iniciando-se por Portugal (Jerónimo et al., 2022; Ramos, 2021). A investigação nos países europeus revelou alguns dos elementos demográficos, económicos e políticos que explicam alguns aspetos do fenómeno dos desertos noticiosos.

A despovoação, no caso da Península Ibérica, especialmente em Espanha, foi considerada o principal fator de risco para a perda de cobertura mediática e noticiosa nas comunidades (Negreira-Rey et al., 2023). Nesse país, a estrutura dos meios de comunicação social reflete os padrões de concentração demográfica, enquanto os rendimentos e a atividade empresarial não estão correlacionados com uma maior presença dos meios de comunicação social (Saiz-Echezarreta et al., 2023). As populações dos territórios em que o fenómeno dos desertos de notícias foi identificado são frequentemente mais pequenas, menos instruídas e mais velhas do que a média do país, enquanto o dinamismo económico é menor (Abernathy & Franklin 2022; Furlanetto & Baccin 2020).

Fatores económicos, geográficos e de prestígio profissional também contribuem para uma evasão de profissionais qualificados do jornalismo local na Noruega, ampliando a investigação sobre os desertos de notícias, e relacionando esse declínio também com o défice de mão de obra jornalística em comunidades menores (Olsen & Mathisen, 2023). Na Suécia, investigadores concluíram que os meios hiperlocais crescem em locais onde os *media* tradicionais também estão presentes e preenchem apenas parcialmente as lacunas, enquanto algumas partes do país se tornam desertos de notícias (Nygren et al., 2018).

Na Inglaterra, o mapeamento dos desertos de notícias mostra variações significativas nas disposições e no alcance do público, influenciadas pelas desigualdades socioeconómicas subjacentes (Gulyas, 2021). Já a Alemanha está a assistir ao surgimento de jornais “zombies” — jornais supostamente locais, publicados sem equipas de jornalistas locais —, apesar do seu forte sistema federalizado, criando zonas sem jornalistas, seguindo os passos dos EUA (Assmann, 2023).

No que diz respeito à política e às eleições, um estudo realizado em Portugal e no Brasil mostra que não há correlação entre a falta de meios de comunicação social nos municípios portugueses e as taxas de abstenção nas eleições nacionais (Ramos et al., 2023). Estas democracias a nível local, no entanto, e dada a sua dependência das plataformas de redes sociais para a obtenção de informação, podem ser consideradas “democracias casuais”, moldadas por estruturas de poder informais, agência individual e infraestrutura das plataformas (Steensen, 2023). Esses locais não são desprovidos de informação, mas grande parte das “notícias” disponíveis é produzida por pessoas que servem interesses diferentes do interesse público, nos quais “as fronteiras entre desinformação, opiniões críticas e perspetivas alternativas adequadas” se tornam difusas (Steensen, 2023, p. 423).

Em Portugal, o primeiro estudo sobre desertos de notícias foi desenvolvido por Ramos (2021) e, no ano seguinte, surge um mapeamento mais abrangente, avaliando os municípios que têm ou não meios de comunicação social. Pioneiro na Europa, o *News Deserts Europe 2022: Portugal Report* (Jerónimo et al., 2022) revelou que 25% dos municípios portugueses não têm organizações de comunicação social sediadas no município sobre o qual produzem conteúdo ou têm cobertura noticiosa pouco frequente, enquanto 54% dos municípios do país se encontram em situação de alerta no que diz respeito às notícias locais (Jerónimo et al., 2022).

Este estudo baseou-se na base de dados da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, considerando as entradas até 31 de maio de 2022. Neste estudo, um deserto de notícias é considerado um município português sem meios de comunicação social locais e um semi-deserto é um município com cobertura noticiosa me-

nos frequente ou insatisfatória (por exemplo, quando o único meio de comunicação social é um jornal mensal). Embora outras classificações sejam reconhecidas noutros estudos (Abernathy, 2018; Atlas da Notícia, 2023), a categoria “semi-deserto” é uma particularidade introduzida no contexto português, ligada ao panorama dos meios de comunicação social regionais do país.

De acordo com o estudo, as regiões do Alentejo e do Norte, particularmente as partes destas regiões que estão mais afastadas do litoral, concentram mais de 80% dos desertos e semi-desertos noticiosos de Portugal. Os distritos de Beja, Évora e Portalegre, no Alentejo, e Bragança e Vila Real, no Norte, são os que apresentam a maior percentagem de municípios considerados desertos de notícias. Este relatório é o ponto de partida da investigação que apresentamos neste artigo, porque os municípios investigados foram escolhidos com base nas categorias de “deserto de notícias” e “fora do deserto” apresentadas no relatório.

4. Encontrar Notícias Locais

Embora o conceito de desertos de notícias esteja intimamente ligado à inexistência de jornalistas e meios de comunicação locais nesses territórios, é importante destacar que, em muitos casos, os meios de comunicação locais não satisfazem todas as necessidades de informação das comunidades. Por exemplo, as comunidades marginalizadas historicamente carecem de cobertura jornalística, e as pessoas que vivem nelas tendem a recorrer às redes sociais para obter informações locais; entretanto, em territórios pequenos, o boca-a-boca e as reuniões físicas podem alcançar mais pessoas do que os *media* (Nah et al., 2021; Usher, 2023).

Quando não há jornalistas a reportar a realidade, estudos mostram que grande parte das informações locais nesses territórios é obtida por meio de redes sociais, como páginas e grupos do Facebook (Barclay et al., 2022; Collier & Graham, 2022; Smethers et al., 2021; Torre et al., 2024). Embora os residentes obtenham muitas informações através das redes sociais e algumas pessoas digam que é impossível não saber o que está a acontecer localmente quando navegam por estas plataformas, outras pessoas apontam que não obtêm tantas informações locais quanto gostariam, tendo acesso apenas a uma pequena fração da realidade (Collier & Graham, 2022).

As páginas das câmaras municipais e associações, além das publicações de vizinhos e amigos — especialmente no Facebook, no caso português —, são algumas das principais fontes de informação local (Torre et al., 2024). O problema é que os algoritmos que filtram o que todos veem nas plataformas fazem com que os indivíduos raramente saibam o que está a acontecer fora das redes dos seus pares (Smethers et al., 2021). Além disso, as redes sociais

também são uma fonte dominante para aceder aos sites dos meios de comunicação regionais, sediados em concelhos vizinhos ou próximos (Barclay et al., 2022).

Um estudo de caso no município português de Manteigas, um deserto de notícias (Torre et al., 2024), revelou que os residentes se preocupam com a desinformação, mas não no seu município. Eles confiam em relações de proximidade para verificar as informações dentro da sua própria comunidade, enfatizando a sua pequena dimensão geográfica e demográfica. Além disso, há diferentes graus de compreensão sobre o fenómeno da desinformação, com os idosos a apresentarem níveis mais baixos de literacia mediática do que os mais jovens.

O problema é que as redes sociais podem ser uma fonte de desinformação e manipulação em contextos de vizinhança, deixando as comunidades vulneráveis (Ardia et al., 2020; Correia et al., 2019). Estudos indicam que, a nível europeu, existe uma correlação positiva entre a existência de desinformação e os desertos noticiosos, embora mais estudos sejam necessários a nível subnacional (Kermer et al., 2024).

5. Métodos e Materiais

Neste artigo, apresentamos os resultados de um inquérito por questionário (n=122), aplicado entre agosto e setembro de 2024 em seis municípios do distrito de Castelo Branco, na região Centro de Portugal. O inquérito por questionário permite obter informações de forma sistemática, com o objetivo de construir uma base de dados que reflita objetivamente a realidade em estudo e conhecer as opiniões e atitudes de uma população em relação a questões sociais (Ferreira, 2014; Quivy & Campenhoudt, 1998), embora se admita que a amostra não é representativa da população.

Devido à natureza abrangente do objeto de estudo, os critérios para incluir indivíduos na amostra foram: (1) serem residentes dos municípios definidos; (2) terem mais de 18 anos de idade, sem restrições quanto ao nível de escolaridade, género ou outros indicadores socioeconómicos.

A recolha de dados foi realizada utilizando amostragem por área, definida com base na leitura dos critérios técnicos definidos em estudos anteriores (Jerónimo et al., 2022), sendo o município utilizado como unidade de amostragem primária (Ferreira, 2014). Adotou-se uma amostra não probabilística, que pode ser obtida em um curto período de tempo e com um investimento financeiro limitado, atendendo ao seu objetivo de ser um estudo exploratório (Fowler, 2011; Oliveira, 2001; Rahman, 2023). Este foi um inquérito auto administrado, preenchido via internet (Fowler, 2011), mais especificamente com o uso do Google Forms, distribuí-

do de várias maneiras, como por email e redes sociais como o Facebook (Sammut et al., 2021).

5.1. Perguntas de Investigação

As questões às quais pretendemos responder neste estudo são:

- RQ1. Como as pessoas obtêm informações sobre as suas comunidades locais e eventos em territórios que são ou não cobertos por jornalistas?
- RQ2. Em que medida as pessoas dentro e fora dos desertos de notícias se preocupam com a desinformação nas suas comunidades?
- RQ3. Como as pessoas dentro e fora dos desertos de notícias verificam as informações que obtêm sobre as suas comunidades locais?

A análise estatística dos dados foi realizada utilizando o software IBM SPSS 28. Realizámos testes de normalidade em ambas as amostras (desertos de notícias, n=48; fora do deserto, n=74) e, em todos os casos, um teste de Kolmogorov-Smirnov mostrou que a hipótese nula não podia ser rejeitada, portanto, a distribuição dos dados não era normal. Desta forma, realizámos alguns testes não paramétricos para comparar médias, conforme descrito abaixo.

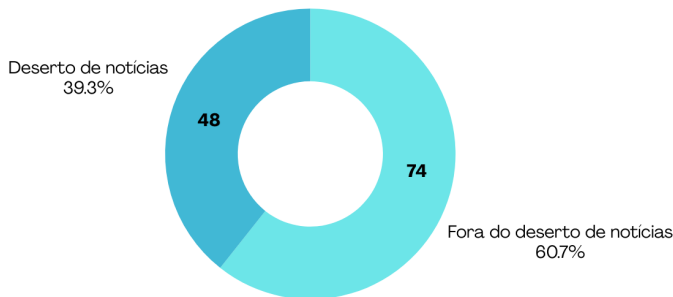
De seguida, apresentamos as características geográficas e demográficas da amostra e passamos à análise estatística dos dados obtidos através do questionário do inquérito. Posteriormente, apresentamos a análise de cada variável e da análise fatorial de múltiplas variáveis.

6. Caracterização da Amostra

6.1. Caracterização Geográfica

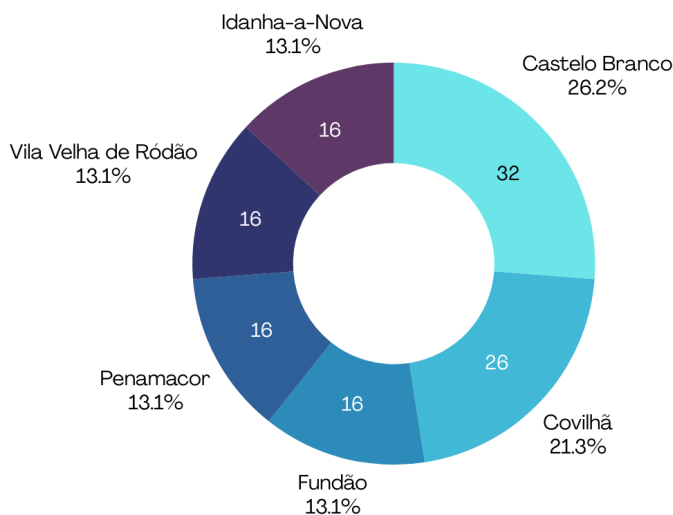
Este inquérito foi respondido por 122 residentes de seis municípios, sendo 48 deles residentes em desertos de notícias (39,3%) e 74 residentes em municípios fora do deserto (60,7%; Figura 1). Os três municípios em desertos de notícias foram Idanha-a-Nova (13,1%, n=16), Vila Velha de Ródão (13,1%, n=16) e Penamacor (13,1%, n=16); e os três municípios fora do deserto foram Covilhã (21,3%, n=26); Fundão (13,1%, n=16); e Castelo Branco (26,2%, n=32; Figura 2).

Figura 1 **Caracterização da Amostra**



Todos os municípios estão no mesmo distrito, Castelo Branco, localizado no Centro de Portugal. Castelo Branco tinha cerca de 180.000 habitantes (cerca de 2% da população total do país) em 2023, com um decréscimo populacional médio de 0,7% entre 2011 e 2023. Em 2023, a proporção da população com mais de 65 anos é de 32%, superior à média do país de 24,1%, e o rácio de dependência é de 75,2%, superior ao do país, de 58,5% (Gabinete de Estratégia e Estudos, s.d.), destacando um território onde a população é mais idosa e onde o despovoamento é uma questão relevante.

Figura 2 **Caracterização Geográfica da Amostra**



De acordo com Jerónimo et al. (2022), três municípios do distrito de Castelo Branco (27,3%) encontram-se em algum tipo de deserto de notícias, dois deles sem qualquer tipo de meio de comunicação social (Penamacor e Vila Velha de Ródão) e um com uma publicação pouco frequente (Idanha-a-Nova, que tem apenas um jornal impresso mensal). Em cinco municípios deste distrito

(45,5%), existem jornais impressos pelo menos quinzenais, enquanto em seis municípios existem meios de comunicação digitais (54,5%). As estações de rádio locais transmitem em seis municípios do distrito de Castelo Branco (54,5%). Nos municípios da Covilhã, Castelo Branco e Fundão há, pelo menos, um jornal frequente (que publica pelo menos quinzenalmente), pelo menos um meio de comunicação digital e/ou pelo menos uma estação de rádio local.

6.2. Caracterização Demográfica da Amostra

A maioria dos inquiridos são mulheres (68%, n=83), igualmente representadas em ambas as amostras (no deserto, 68,8%, n=33; e fora do deserto, 67,6%, n=50), enquanto os homens representam 32% da amostra (no deserto, 31,3%, n=15; fora do deserto, 32,4%, n=24).

A maioria dos inquiridos (80%) tem entre 25 e 60 anos. Nos municípios fora do deserto, 2,7% (n=2) têm entre 18 e 24 anos, 41,9% (n=31) têm entre 25 e 44 anos e a mesma quantidade tem entre 45 e 60 anos, 12,2% (n=9) têm entre 61 e 80 anos e 1,4% (n=1) têm mais de 80 anos. Nos municípios do deserto, 6,3% (n=3) têm entre 18 e 24 anos, 41,7% (n=20) têm entre 25 e 44 anos, 33,3% (n=16) têm entre 45 e 60 anos, 18,8% (n=9) têm entre 61 e 80 anos e nenhum tem mais de 80 anos.

Da amostra total, 68% (n=83) vivem em áreas urbanas, mas quando comparamos dentro e fora dos desertos, observamos tendências opostas. Nos desertos de notícias, 56,3% (n=27) vivem em áreas rurais e 43,8% (n=21) em áreas urbanas, enquanto nos municípios fora do deserto, 83,8% (n=62) vivem em áreas urbanas e apenas 16,2% (n=12) vivem em áreas rurais.

Considerando todos os inquiridos, 66% (n=80) têm um diploma de licenciatura ou mestrado e 31% têm o ensino secundário (n=38), mas, mais uma vez, estes números diferem dentro e fora do deserto. Nos desertos de notícias, 43,8% (n=21) têm o ensino secundário e 52% (n=25) têm um diploma de licenciatura ou mestrado, enquanto nos municípios fora do deserto 74,3% (n=55) têm um diploma de licenciatura ou mestrado e 23% (n=17) têm o ensino secundário.

A maioria dos inquiridos identifica-se politicamente com o centro, o que é equilibrado em ambas as amostras (nos desertos, 43,8%, n=21; fora do deserto, 39,2%, n=29); 30% identificam-se com a esquerda, sendo esta identificação mais pronunciada nos desertos de notícias (39,6%, n=19) do que fora do deserto (24,3%, n=18); e 25% com a direita (14,6%, n=7, nos desertos de notícias, e 31,1%, n=23, fora do deserto). As pessoas que se identificam com a extrema-direita são 4,1% (n=3) fora do deserto e 2,1% (n=1) nos desertos

de notícias, e com a extrema-esquerda são 1,4% fora do deserto (n=1) e nenhuma nos desertos de notícias.

Por último, 82,7% (n=101) ganham entre um e três salários mínimos (820-3.280 euros). O rendimento é mais elevado fora do deserto (55,4%, n=41, ganham entre 1.640 e 3.280 euros ou mais) do que nos desertos de notícias (62,5%, n=30, ganham entre 820 e 1.640 euros).

7. Resultados

7.1. Fontes de Informação Local

Para compreender quais as fontes que as pessoas utilizam para obter informações locais, perguntámos aos inquiridos: “com que frequência utiliza as seguintes fontes para se informar sobre o que se passa no seu município?”. Utilizámos uma escala Likert para medir a frequência com que utilizam cada fonte. Como queríamos comparar as médias entre os dois grupos, atribuímos um número de um a cinco a cada opção da escala (1 = nunca, 2 = uma vez por semana, 3 = 2-3 vezes por semana, 4 = 4-5 vezes por semana, 5 = todos os dias).

As opções eram: jornais regionais impressos, jornais regionais online, jornais de municípios vizinhos, rádio local, televisão, amigos e família, redes sociais, aplicações de mensagens, motores de busca, site da Câmara Municipal, outros sites, podcasts, e newsletters. As fontes mais utilizadas fora do deserto foram as redes sociais (M=3,74, DP=1,283), amigos e família (M=3,05, DP= 1,248), televisão (M=2,93, DP=1,465) e motores de busca (M=2,92, DP=1,450). Nos municípios do deserto, as redes sociais também são as mais utilizadas (M=3,75, DP=1,212), seguidas pelos motores de busca (M=3,25, DP=1,391), pela televisão (M=3,25, DP=1,495) e pelas aplicações de mensagens (M=3,23, DP=1,547). Amigos e familiares são a quarta fonte mais frequente em desertos de notícias (M=3,05, DP=1,288).

As notícias locais online não são uma fonte muito frequente em desertos de notícias (M=2,10, DP=1,096), mas são mais frequentes fora do deserto (M=2,72, DP=1,298). O site da Câmara Municipal é mais utilizado em desertos de notícias (M=2,50, SD=1,052) do que fora do deserto (M=2,08, SD=1,004). O uso das redes sociais para obter informações em desertos de notícias já havia sido observado noutros estudos, assim como o uso de fontes próximas, como páginas da Câmara Municipal e amigos e familiares, como fontes frequentes de informação (Barclay et al., 2022; Collier & Graham, 2022; Smethers et al., 2021; Torre et al., 2024).

As opções utilizadas com menos frequência para obter informações locais em municípios fora do deserto foram podcasts (M=1,58, DP=1,098), jornais de concelhos vizinhos (M=1,80, DP=0,921) e jornais impressos (M=1,84, DP=0,892). O mesmo resultado foi encontrado em desertos de notícias (podcasts [M=1,46,

DP=0,798], jornais de concelhos vizinhos [M=1,79, DP=0,898] e jornais impressos [M=1,56, DP=0,542]).

Um teste U de Mann-Whitney para amostras independentes mostrou diferenças significativas entre os territórios para notícias locais online (U=1292,000, z=-2,626, p=0,009) e para o uso de sites da Câmara Municipal (U=1348,500, z=-2,370, p=0,018). O teste foi realizado com um nível de significância de 0,05.

Tabela 1 Coeficientes do Teste U de Mann-Whitney

Variável	U	z
Fontes de notícias: jornal regional	1515.000	-1.532
Fontes de notícias: notícias regionais online	1292.000*	-2.626
Fontes de notícias: jornais de outros municípios	1759.000	-0.096
Fontes de notícias: rádio local	1474.500	-1.678
Fontes de notícias: amigos, família e conhecidos	1700.000	-0.411
Fontes de notícias: redes sociais	1759.500	-0.091
Fontes de notícias: motores de busca	1539.000	-1.275
Fontes de notícias: site da Câmara Municipal	1348.500*	-2.370

Nota. * p<0.05

7.2. Sentir-se Bem Informado e a Confiança nos Meios de Comunicação

Também perguntámos “sente-se bem informado sobre o que se passa no seu município?”, oferecendo duas opções: “sim” ou “não”. Nos municípios fora do deserto, 71,6% (n=53) responderam “sim”, enquanto nos desertos de notícias a mesma resposta foi dada por 64,6% (n=31) dos inquiridos. Realizámos o teste exato de Fisher (p=0,430), que não indicou uma associação significativa entre a existência de desertos de notícias e o sentimento de estar bem informado. Isto está em consonância com pesquisas anteriores que descobriram que as pessoas que vivem em desertos de notícias não se sentem necessariamente em um vácuo de notícias, pois acreditam que podem aceder a informações e sentem-se informadas sobre a sua comunidade (Collier & Graham, 2022).

Outra questão colocada foi “o quanto confia nas informações fornecidas pelos jornais/rádios do seu município?”, oferecendo cinco opções: nada, um pouco, bastante, muito, completamente. Nos municípios fora do deserto, a maioria dos inquiridos disse que confia muito (52,7%, n=39), seguida por bastante (32,4%, n=24). Uma pequena parte disse que confia completamente (8,1%, n=6), um pouco (5,4%, n=4) e apenas um inquirido disse que não confia (1,4%). Nos desertos de notícias, a maioria dos inquiridos afirmou confiar bastante (47,9%, n=23) ou muito (18,8%, n=9) nos meios de comunicação social e, em menor medida, um pouco (10,4%, n=5). Três inquiridos afirmaram confiar completamente

nas informações fornecidas pelos meios de comunicação social (6,3%) e apenas um afirmou não confiar (2,1%).

Um teste U de Mann-Whitney mostrou que a hipótese nula de que a distribuição entre os dois grupos é a mesma deve ser rejeitada, portanto, podemos concluir que as pessoas que vivem fora do deserto têm uma confiança significativamente maior nos *media* do que aquelas que vivem em desertos de notícias ($U=1056,000$, $z=-2,906$, $p=0,004$).

7.3. Percepções Sobre Desinformação

Quando questionados se estão preocupados “com a disseminação de desinformação ou notícias falsas no seu município?”, a maioria dos inquiridos fora do deserto afirmou estar muito ou completamente preocupada (66,2%, $n=49$), enquanto 27% ($n=20$) estão bastante ou um pouco preocupados e 6,8% ($n=5$) não estão nada preocupados. Nos desertos de notícias, a maioria dos inquiridos afirmou estar um pouco ou bastante preocupada (40,5%, $n=30$). Uma fração menor afirmou estar muito ou completamente preocupada (20,2%, $n=15$) e 6,3% ($n=5$) afirmaram não estar nada preocupados.

Um teste U de Mann-Whitney mostrou que a hipótese nula de que a distribuição entre os dois grupos é a mesma deve ser rejeitada. Assim, concluímos que as pessoas que vivem fora do deserto têm uma preocupação significativamente maior com a desinformação do que aquelas que vivem em desertos de notícias ($U=1115,000$, $z=-3,568$, $p<0,001$).

Pesquisas anteriores também encontraram uma ligação significativa entre o perfil de risco de desinformação de um país e a extensão da desertificação noticiosa, embora isso não tenha sido investigado a nível municipal (Kermer et al., 2024). Há, no entanto, uma percepção de que “o declínio na reportagem de notícias locais criou um vácuo de informação onde a desinformação e a informação incorreta floresceram” (Ardia et al., 2020, p. 3). Estudos anteriores podem não explicar totalmente estas conclusões, mas podem indicar que as pessoas também percebem a associação entre a falta de meios de comunicação social e a disseminação da desinformação.

À questão “acredita que existe desinformação ou notícias falsas no seu município?”, a maioria dos inquiridos dos municípios fora do deserto respondeu acreditar um pouco ou bastante (54,0%, $n=40$), e uma fração menor disse acreditar muito ou completamente (37,8%, $n=28$), enquanto 8,1% ($n=6$) disseram acreditar que não há desinformação ou notícias falsas no seu município. Nos desertos de notícias, a maioria dos inquiridos disse acreditar um pouco ou bastante (70,8%, $n=34$), e 18,8% ($n=9$) disseram acre-

ditar muito, enquanto 10,4% disseram acreditar que não há desinformação em ou notícias falsas em seu município.

Realizamos novamente um teste U de Mann-Whitney que indicou que devemos rejeitar a hipótese nula, portanto, concluímos que as pessoas que vivem fora do deserto acreditam significativamente mais que existe desinformação no seu município do que aquelas que vivem em desertos de notícias ($U=1356,000$, $z=-2,276$, $p=0,023$).

Essas descobertas estão em consonância com estudos anteriores que concluíram que as pessoas em desertos de notícias não se preocupam tanto com a desinformação a nível local devido à pequena dimensão da comunidade em que vivem. Como essas comunidades são geralmente menores, tanto em termos de área quanto de população, isso tornaria mais fácil que as falsidades fossem rapidamente corrigidas (Torre et al., 2024).

Também perguntámos: “tem o hábito de verificar as informações que consome?”, oferecendo cinco opções: nunca, raramente, ocasionalmente, frequentemente e sempre. Nos municípios fora do deserto, mais pessoas verificam as informações com frequência e sempre (64,9%, $n=48$) do que nos desertos de notícias (45,8%, $n=22$), enquanto nos desertos de notícias mais pessoas dizem que nunca ou raramente verificam (18,8%, $n=9$) do que nos municípios fora do deserto (6,8%, $n=5$). O teste U de Mann-Whitney indicou novamente que devemos rejeitar a hipótese nula, pelo que podemos afirmar que as pessoas que vivem fora do deserto tinham um hábito significativamente maior de verificar as informações que consomem do que aquelas que vivem em desertos de notícias ($U=1242,000$, $z=-2,963$, $p=0,003$).

Por último, perguntámos: “como verifica as informações de que desconfia?”. As opções eram: pergunto diretamente a amigos e familiares; pergunto em grupos dos quais participo online; vou ao café local para fazer perguntas; procuro ver se há alguma notícia sobre o assunto no jornal/rádio/televisão; procuro nas redes sociais; procuro num motor de busca online; utilizo ferramentas online para verificar a autenticidade; tento descobrir quem é o autor da informação; procuro as fontes citadas no texto/imagem; verifico as características do site em que está publicada; deixo estar, não verifico. Para cada opção fornecida havia duas respostas possíveis: “sim” ou “não”.

A opção com mais respostas “sim” foi “procuro ver se há alguma notícia sobre o assunto no jornal/rádio/televisão” (nas zonas sem cobertura noticiosa, 56,3% ($n=27$) responderam afirmativamente a essa opção, enquanto fora da zona sem cobertura noticiosa 64,9% ($n=48$) atribuíram essa opção). Em segundo lugar, “procuro num motor de busca online” (nas zonas sem acesso a notícias, 43,8% ($n=21$) responderam que sim, enquanto fora dos desertos, 47,3% ($n=35$) responderam o mesmo). A opção “procuro nas re-

des sociais” foi particularmente mais escolhida nos desertos de notícias (50,0%, n=24) do que fora deles (20,3%, n=15).

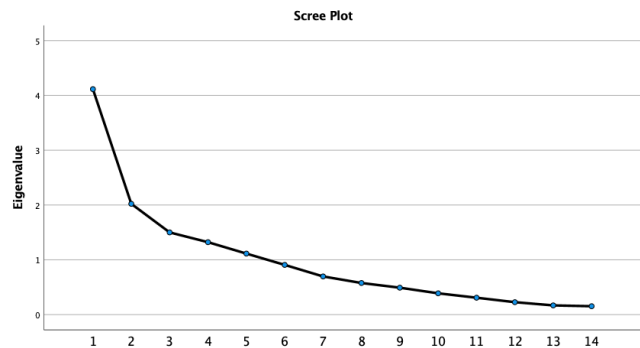
Outras opções que receberam mais respostas “sim” foram “tentar descobrir quem é o autor da informação” (em desertos de notícias, 39,6%, n=19, enquanto fora do deserto 48,6%, n=36); e “procurar as fontes citadas no texto/imagem” (em desertos de notícias, 27,1%, n=13, enquanto fora do deserto 50,0%, n=37).

Foi realizado um teste qui-quadrado de independência e foram encontradas duas relações significativas: primeiro, que a relação entre a pesquisa nas redes sociais e os desertos de notícias era significativa ($\chi^2(1, N=122) = 11,832, p < 0,001$). Concluímos que aqueles que vivem em desertos de notícias são mais propensos a verificar informações pesquisando nas redes sociais do que aqueles que vivem em municípios fora do deserto. Em segundo lugar, que a relação entre consultar fontes e os não-desertos de notícias era significativa ($\chi^2(1, N=122) = 6,322, p = 0,015$). Assim, concluímos também que aqueles que vivem fora dos desertos de notícias são mais propensos a verificar informações consultando as fontes citadas no texto/imagem do que aqueles que vivem em desertos de notícias. Outras pesquisas anteriores descobriram que as pessoas em desertos de notícias tendem a verificar informações recorrendo a familiares e amigos (Torre et al., 2024), o que, segundo a nossa hipótese, poderia ser feito considerando os perfis e publicações de familiares e amigos nas redes sociais.

7.4. Análise Fatorial

A adequação da análise fatorial foi verificada com base em 14 itens, obtendo valores satisfatórios no teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) (0,639) e no teste de esfericidade de Bartlett ($\chi^2 = 208,680; p < 0,001$). Embora o valor obtido no teste KMO não tenha sido tão alto quanto o desejado (acima de 0,7), a análise fatorial ainda é considerada adequada para este caso, uma vez que o valor mínimo aceitável é 0,5 (Matos & Rodrigues, 2019). Três itens (fontes de notícias: outros sites, podcasts, e newsletters) foram excluídos porque a sua variância para fatores comuns era baixa. Foram identificados cinco fatores com *eigenvalues* superiores a 1, que explicaram 71,97% do construto estudado (Figura 3).

Figura 3 Sedimentação de Fatores



O fator 1 consiste na mais ampla variedade de itens relevantes, com um *eigenvalue* de 4,12, o que explica 29,4% do índice de variância. Os itens mais fortes que compõem este fator referem-se a fontes de informação que não são exclusivamente jornalísticas, variando de meios digitais, incluindo redes sociais, aplicações de mensagens e motores de busca (itens 7, 8 e 9) a fontes mais tradicionais, como televisão (item 5) e amigos, familiares e conhecidos (item 6). Chamamos, portanto, esta dimensão de “fontes de informação não exclusivamente jornalísticas”. O fator 2 tem um *eigenvalue* de 2,02, que explica 14,45% da variância. Este fator reúne itens que se referem à desinformação (itens 12 e 13) e à verificação de factos (item 14), uma dimensão que chamamos de “percepções sobre (des)informação”.

Tabela 2 **Comunalidades, Cargas Fatoriais e Matriz Rotacionada (VARIMAX)**

Variável	Comunalidades		Componentes				
			1	2	3	4	5
1. Fontes de informação: jornal regional	.82	-.293	.300	.315	.019	.738	
2. Fontes de informação: notícias regionais online	.68	.152	.021	.717	.364	.094	
3. Fontes de informação: jornais de outros municípios	.77	.341	-.163	.758	-.219	.051	
4. Fontes de informação: rádio local	.77	.271	-.415	-.083	.055	.716	
5. Fontes de informação: televisão	.61	.760	-.152	-.068	.029	.015	
6. Fontes de informação: amigos, família e conhecidos	.73	.706	.392	.257	-.101	-.002	
7. Fontes de informação: redes sociais	.78	.858	.086	.055	.152	-.096	
8. Fontes de informação: aplicações de mensagens	.68	.731	.227	.259	.071	.141	
9. Fontes de informação: motores de busca	.74	.764	.195	.308	.150	.047	
10. Fontes de informação: site da Câmara Municipal	.68	.287	-.097	-.092	.650	.396	
11. Confiança nas informações publicadas/ veiculadas pelos <i>media</i> locais	.81	-.004	.091	.129	.881	-.102	
12. Preocupação com a disseminação de desinformação ou "fake news" no município	.78	.035	.844	-.250	.051	.043	
13. Crença de que há desinformação ou "fake news" a circular no município	.62	.447	.512	-.372	-.119	.098	
14. Hábito de verificar as informações consumidas	.61	.233	.702	.203	.055	-.144	
λ_j			4.115	2.023	1.501	1.323	1.114
% explicada			29.39%	14.45%	10.72%	9.45%	7.96%

Nota. Método de extração: análise de componentes principais; método de rotação: Varimax com normalização de Kaiser.

Por sua vez, o fator 3 tem um *eigenvalue* de 1,5 e um índice de variância de 10,7%. Os itens mais fortes neste fator referem-se a fontes de notícias tradicionais para o contexto local, compreendendo notícias regionais online e jornais de outros municípios (itens 2 e 3). Denominamos esta dimensão “fontes de notícias regionais”. O fator 4, com um valor próprio de 1,32 e um índice de variância de 9,5%, engloba como itens mais fortes a confiança nos *media* locais e no site da prefeitura como fonte de informação, que é uma fonte oficial que deve fornecer informações confiáveis (itens 10 e 11). Chamamos essa dimensão de “confiança na informação”. Por último, o fator 5, que tem um valor próprio de 1,1 e um índice de variância de 8%, compreende fontes de notícias mais tradicionais e antigas, jornais regionais e rádios locais (itens 1 e 4), portanto, esta dimensão é chamada de “fontes tradicionais de notícias locais”.

8. Discussão e Conclusão

Neste artigo, buscou-se compreender como as pessoas obtêm informações sobre as suas comunidades locais, investigar quais as fontes que utilizam e comparar municípios que têm (e não têm) meios de comunicação social a reportar sobre o seu território. Em resposta à RQ1, os resultados do inquérito mostraram que as fontes de informação variam pouco quando se comparam as respostas dos residentes de municípios dentro e fora do deserto de notícias. Não há muita diferença nas fontes que os indivíduos utilizam para consumir informação, quer vivam em locais com ou sem meios de comunicação social, uma vez que as redes sociais parecem ser a fonte mais frequente de informação local em todos os territórios investigados. Estudos anteriores já tinham demonstrado o papel que as plataformas de redes sociais desempenham no fornecimento de informação local em desertos de notícias (Barclay et al., 2022; Collier & Graham, 2022; Smethers et al., 2021; Torre et al., 2024), no entanto, descobriu-se que esse também é o caso fora dos desertos. Além disso, na análise fatorial, observou-se outras dimensões deste resultado: nos desertos de notícias, uma associação entre fontes que poderiam fornecer informações jornalísticas, mas que não são exclusivamente jornalísticas, como redes sociais, motores de busca, televisão, e familiares e amigos. Este fator explicou a maior parte da variância total entre todos os fatores, enfatizando o papel das fontes não exclusivamente jornalísticas para a recolha de informações nos desertos de notícias. Também se verificaram dimensões separadas que agregam fontes de notícias tradicionais, mas estas explicaram uma parte menor da variância total e, curiosamente, não surgem na mesma dimensão em que se inclui a confiança nos *media*.

Entretanto, encontraram-se algumas diferenças na obtenção de informações locais entre os municípios localizados em desertos de notícias e fora deles. Nos desertos de notícias, o papel das fontes oficiais, especialmente o site da Câmara Municipal, é mais proeminente, enquanto nos municípios fora do deserto os veículos de notícias online são mais relevantes. Um uso mais pronunciado de sites oficiais públicos em desertos de notícias também foi observado em pesquisas anteriores (Barclay et al., 2022; Torre et al., 2024). É importante destacar que, embora os jornais impressos estivessem entre as fontes utilizadas com menos frequência, isso não indica se mais ou menos pessoas os utilizam. Provavelmente, está mais relacionado com a periodicidade com que a maioria dos jornais regionais é publicada no distrito de Castelo Branco (uma vez por semana).

Também se desejou entender até que ponto as pessoas que vivem dentro e fora dos desertos de notícias se preocupam com a desinformação nas suas comunidades. Respondendo à RQ2, ob-

servou-se que os indivíduos que vivem em desertos de notícias tendem a preocupar-se menos com a desinformação do que aqueles que vivem fora deles, e que as pessoas que vivem em desertos de notícias acreditam significativamente menos que existe desinformação no seu município do que aquelas que vivem fora deles. Além disso, descobrimos que aqueles que vivem em desertos de notícias têm menos confiança nos meios de comunicação, um quadro preocupante quando olhamos para comunidades que não têm veículos jornalísticos. Esta conclusão contraria a percepção do público sobre o risco de desinformação em desertos de notícias e a associação entre desinformação e desertificação de notícias encontrada em estudos anteriores (Kermer et al., 2024; Steensen, 2023), mas pode ser explicada pela falta de presença do jornalismo na vida quotidiana dos cidadãos, refletindo a ausência do papel essencial que os *media* locais desempenham nas comunidades, a de “cola social” (Hess, 2015).

A análise fatorial salienta a questão da confiança nos meios de comunicação locais em desertos de notícias. Embora tenhamos encontrado duas dimensões que agregam variáveis relacionadas com fontes de informação jornalística, nenhuma delas inclui a variável que diz respeito à confiança nos meios de comunicação. Curiosamente, esta encontra-se na dimensão ao lado das fontes de informação oficiais (site da Câmara Municipal), o que pode indicar que, nestes territórios que não têm meios de comunicação social, as fontes oficiais são consideradas aquelas que fornecem informação fiável.

No que diz respeito à verificação das informações que as pessoas obtêm sobre as suas comunidades locais, a análise fatorial mostra que, nos desertos de notícias, a preocupação com a desinformação se encontra na mesma dimensão que a verificação de informações. A pesquisa mostra, no entanto, que os residentes dos desertos de notícias parecem ser mais propensos a verificar as informações em fontes menos confiáveis, como as redes sociais, do que aqueles que não vivem no deserto. Como as redes sociais estão abertas a todo o tipo de conteúdo e são uma grande fonte de informação não verificada, esse comportamento, associado à falta de meios de comunicação locais, pode facilitar a disseminação de informações falsas e causar divisão social e manipulação (Ardia et al., 2020; Barclay et al., 2022), o que precisa ser avaliado em pesquisas futuras. Na direção oposta, os residentes de municípios fora do deserto parecem recorrer mais a competências relacionadas com a literacia mediática para verificar informações, observando significativamente mais, por exemplo, as fontes citadas no texto/imagem de que suspeitam.

Embora sejam necessários mais estudos para uma compreensão aprofundada da percepção da população sobre o problema, o presente inquérito fornece algumas pistas que devem ser explora-

das mais a fundo. Era de esperar que os residentes de municípios que não dispõem de *media* locais, que são fontes que deveriam fornecer informações fiáveis e verificadas para que os cidadãos tomem decisões informadas, demonstrassem maior preocupação com informações não confiáveis. Este estudo revela, no entanto, que pode haver uma certa negligência com a fiabilidade das informações que consomem, tanto em termos de preocupação com a existência de desinformação no município quanto de maneiras de verificar se podem confiar no que consomem.

Como mencionado anteriormente, considerando que não há conteúdo jornalístico que possa equilibrar o ecossistema da informação, as comunidades ficam vulneráveis à manipulação e à divisão social, ameaçando as democracias locais com fenómenos como o surgimento de políticos extremistas. Seria importante desenvolver políticas públicas para reforçar o desenvolvimento de competências relacionadas com a literacia mediática nessas comunidades e outras medidas educativas e políticas que possam proteger essas democracias locais. Portanto, iniciativas destinadas a aumentar a resiliência dos cidadãos, especialmente por meio da promoção da literacia mediática e informacional, da cidadania digital e de um ecossistema mediático independente mais forte, seriam muito benéficas, pois fortalecem o envolvimento democrático na sociedade e aumentam a capacidade de resistir à desinformação (High Level Expert Group on fake news and online disinformation, 2018).

É importante destacar que este estudo apresenta algumas limitações que podem ter influenciado os resultados. A mais proeminente é que a amostra não é representativa da população desses municípios e, portanto, os resultados refletem apenas as opiniões e atitudes dessa amostra, não podendo ser extrapolados. Isso, no entanto, não invalida o estudo, que apresenta avanços significativos na investigação sobre desertos de notícias, em particular ao apresentar uma comparação entre desertos e não desertos que ainda não havia sido feita em pesquisas recentes.

Embora a investigação sobre desertos de notícias tenha avançado fortemente nos últimos anos, ainda existem várias lacunas a serem exploradas. É necessário realizar mais pesquisas para compreender como as pessoas obtêm informações sobre a sua realidade local nos desertos de notícias, especialmente utilizando métodos qualitativos que possam abordar essas questões de forma mais aprofundada e em outros contextos geográficos. Também é muito relevante investigar qual é a relação entre a disseminação de desinformação e a ausência de meios de comunicação, bem como as consequências dessa possível relação, observando, por exemplo, quais atores têm mais destaque na produção de conteúdo nos desertos de notícias e qual é a natureza desse conteúdo. Investigar esta questão também poderia fornecer algumas respos-

tas sobre qual é a relação entre a ausência de meios de comunicação social e o surgimento do populismo e dos movimentos de extrema-direita, outro tema que surge como uma questão muito relevante a ser abordada em pesquisas futuras.

Referências

- Abernathy, P. M. (2018). *The expanding news desert*. The Center for Innovation and Sustainability in Local Media.
- Abernathy, P. M. (2023). News deserts: A research agenda for addressing disparities in the United States. *Media and Communication*, 11(3), 290–292. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6728>
- Abernathy, P. M., & Franklin, T. (2022). *The state of local news: The 2022 report*. Northwestern Medill School Local News Initiative.
- Anderson, C. W. (2013). *Rebuilding the news: Metropolitan journalism in the digital age*. Temple University Press.
- Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2014). *Post-industrial journalism: Adapting to the present*. Tow Center for Digital Journalism.
- Ardia, D., Ringel, E., Ekstrand, V. S., & Fox, A. (2020). *Addressing the decline of local news, rise of platforms, and spread of mis- and disinformation online: A summary of current research and policy proposals*. UNC Center for Media Law and Policy.
- Assmann, K. (2023). Rise of the zombie papers: Infecting Germany's local and regional public media ecosystem. *Media and Communication*, 11(3), 360–370. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6816>
- Atlas da Notícia (2023). *Desertos de notícia encolhem no Brasil*. https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vQFAhPLu4ib6fic3pvGxexr2FieCLY_ax-Ukqjz58AzM7PUHXcUyhzVCSGryRDg2P1AfzSPwbYrQWUu/pub?start=false&loop=false&delayms=3000&ref=atlas.jor.br&slide=id.p1
- Baekgaard, M., Jensen, C., Mortensen, P. B., & Serritzlew, S. (2014). Local news media and voter turnout. *Local Government Studies*, 40(4), 518–532. <https://doi.org/10.1080/03003930.2013.834253>
- Barclay, S., Barnett, S., Moore, M., & Townend, J. (2022). *Local news deserts in the UK: What effect is the decline in provision of local news and information having on communities?* The Charitable Journalism Project.
- Bisiani, S., & Heravi, B. (2023). Uncovering the state of local news databases in the UK: Limitations and impacts on research. *Journalism and Media*, 4(4), 1211–1231. <https://doi.org/10.3390/journalmedia4040077>
- Camponez, C. (2002). *Jornalismo de proximidade — Rituais de comunicação na imprensa regional*. MinervaCoimbra.
- Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2024). *Digital news report Portugal 2024*. OberCom - Observatório da Comunicação.
- Chapp, C., & Aehl, P. (2021). Newspapers and political participation: The relationship between ballot rolloff and local newspaper circulation. *Newspaper Research Journal*, 42(2), 235–252. <https://doi.org/10.1177/07395329211014968>
- Collier, J. R., & Graham, E. (2022). *Even in “news deserts” people still get news*. Center for Media Engagement.
- Correia, J. C., Jerónimo, P., & Gradim, A. (2019). Fake news: Emoção, crença e razão na partilha seletiva em contextos de proximidade. *Brazilian Journalism Research*, 15(3), 590–613. <https://doi.org/10.25200/BJR.v15n3.2019.1219>
- Costa, C. T. (2014). Um modelo de negócio para o jornalismo digital. *Revista de Jornalismo ESPM*, 9(9), 51–115.
- Costera Meijer, I., & Bijleveld, H. P. (2016). Valuable journalism: Measuring news quality from a user's perspective. *Journalism Studies*, 17(7), 827–839. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1175963>
- Ferreira, V. (2014) O inquérito por questionário na construção de dados sociológicos. In A. S. Silva & J. M. Pinto (Eds.), *Metodologia das ciências sociais* (pp. 165–196). Edições Afrontamento.
- Fowler, F. J., Jr (2011). *Pesquisa de levantamento* (4.ª ed.). Penso.
- Furlanetto, A. C., & Baccin, A. (2020). A produção noticiosa nos desertos de notícias: uma análise de duas cidades interioranas do RS. In 10º Encontro nacional de jovens pesquisadores em jornalismo (JPJOR). SBPJor. <https://proceedings.science/jpior-2020/trabalhos/a-producao-noticiosa-nos-desertos-de-noticias-uma-analise-de-duas-cidades-interi?lang=pt-br>
- Gabinete de Estratégia e Estudos. (s.d.). *Distrito / Distrito: Castelo Branco*. República Portuguesa. <https://www.gee.gov.pt/pt/docs/publicacoes/estatisticas-regionais/distritos-concelhos/castelo-branco/3049-distrito-de-castelo-branco/file>
- Gentzkow, M., Shapiro, J. M., & Sinkinson, M. (2011). The effect of newspaper entry and exit on electoral politics. *American Economic Review*, 101(December), 2980–3018. <https://doi.org/10.1257/aer.101.7.2980>
- Gulyas, A. (2021). Local news deserts. In D. Harte & R. Matthews (Eds.), *Reappraising local and community news in the UK* (pp. 16–28). Routledge.
- Gulyas, A., Jenkins, J., & Bergström, A. (2023). Places and spaces without news: The contested phenomenon of news deserts. *Media and Communication*, 11(3), 285–289. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.7612>
- Hess, K. (2015). Making connections: “Mediated” social capital and the small-town press. *Journalism Studies*, 16(4), 482–496. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.922293>

- Hess, K., & Waller, L. (2016). River flows and profit flows: The powerful logic driving local news. *Journalism Studies*, 17(3), 263–276. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.981099>
- High Level Expert Group on fake news and online disinformation. (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent high level group on fake news and online disinformation*. Directorate-General for Communication Networks, Content and Technology. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>
- Hindman, M. (2015). *Stickier news what newspapers don't know about web traffic has hurt them badly — But there is a better way*. Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy.
- Hindman, M. (2018). *The internet trap: How the digital economy builds monopolies and undermines democracy*. Princeton University Press.
- Ivancsics, B., Washington, E., Yang, H., Sidnam-Mauch, E., Monroe, A., Francis, E., Bonneau, J., Caine, K., & McGregor, S. E. (2023). The invisible infrastructures of online visibility: An analysis of the platform-facing markup used by U.S.-Based digital news organizations. *Digital Journalism*, 11(8), 1432–1455. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2156365>
- Jerónimo, P. (2015). *Ciberjornalismo de proximidade: Redações, jornalistas e notícias online*. LabCom.IFP.
- Jerónimo, P., & Sánchez Esparza, M. S. (2022). Disinformation at a local level: An emerging discussion. *Publications*, 10(2), Artigo 15. <https://doi.org/10.3390/publications10020015>
- Jerónimo, P., & Sánchez Esparza, M. S. (2023). Jornalistas locais e fact-checking: Um estudo exploratório em Portugal e Espanha. *Comunicação e Sociedade*, 44, Artigo e023016. [https://doi.org/10.17231/comsoc.44\(2023\).4553](https://doi.org/10.17231/comsoc.44(2023).4553)
- Jerónimo, P., Ramos, G., & Torre, L. (2022). *News deserts Europe 2022: Portugal report*. MediaTrust.Lab/LabCom.
- Kermer, J., Reviglio, U., & Blagojev, T. (2024). “News desertification” in Europe: Highlighting correlations for future research. *Journalism and Media*, 5(2), 718–738. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5020047>
- López Garcia, X. (2008) *Ciberperiodismo en la proximidad*. Editorial Comunicación Social.
- Mathews, N. (2022). Life in a news desert: The perceived impact of a newspaper closure on community members. *Journalism*, 23(6), 1250–1265. <https://doi.org/10.1177/1464884920957885>
- Matos, D. A. S., & Rodrigues E. C. (2019) *Análise fatorial*. Enap.
- Nah, S., Kwon, H. K., Liu, W., & McNealy, J. E. (2021). Communication infrastructure, social media, and civic participation across geographically diverse communities in the United States. *Communication Studies*, 72(3), 437–455. <https://doi.org/10.1080/10510974.2021.1876129>
- Negreira-Rey, M.-C., Vázquez-Herrero, J., & López-García, X. (2023). No people, no news: News deserts and areas at risk in Spain. *Media and Communication*, 11(3), 293–303. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6727>
- Newman, N. (com Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Kleis Nielsen, R.). (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Reuters Institute.
- Nygren, G., Leckner, S., & Tenor, C. (2018). Hyperlocals and legacy media. Media: Ecologies in transition. *Nordicom Review*, 39(1), 33–49. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0419>
- Oliveira, T. M. V. (2001). Amostragem não probabilística: Adequação de situações para uso e limitações de amostras por conveniência, julgamento e quotas. *Administração On Line: Prática, Pesquisa e Ensino*, 3(2). https://pesquisa-eaes.p.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/veludo_-_amostragem_nao_probabilistica_adequacao_de_situacoes_para_uso_e_li
- Olsen, R. K., & Mathisen, B. R. (2023). Deserted local news: Exploring news deserts from a journalistic recruitment perspective. *Media and Communication*, 11(3), 390-400. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6738>
- Quintanilha, T. L. (2018). 2029 - O fim dos jornais em papel em Portugal? Um estudo longitudinal sobre os principais indicadores de desempenho no sector da imprensa escrita tradicional portuguesa. *Observatorio (OBS*)*, 12(3), 138–155. <https://doi.org/10.15847/obsOBS12320181318>
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. v. (2005). *Manual de investigação em ciências Sociais* (4.ª ed.). Gradiva.
- Rahman, M. (2023). Sample size determination for survey research and non-probability sampling techniques: A review and set of recommendations. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 11(1), 42–62. <http://scientificia.com/index.php/JEBE/article/view/201>
- Ramos, G. (2021). Deserto de notícias: Panorama da crise do jornalismo regional em Portugal. *Estudos de Jornalismo*, 13, 30–51. https://www.revistaej.sopcom.pt/ficheiros/20210731-ej13_2021.pdf
- Ramos, G., Torre, L., & Jerónimo, P. (2023). No media, no voters? The relationship between news deserts and voting abstention.

- Social Sciences*, 12(6), Artigo 345. <https://doi.org/10.3390/socsci12060345>
- Saiz-Echezarreta, V., Galletero-Campos, B., & Arias Molineras, D. (2023). From news deserts to news resilience: Analysis of media in depopulated areas. *Journalism*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14648849231218818>
- Sammut, R., Griscti, O., & Norman, I. J. (2021). Strategies to improve response rates to web surveys: A literature review. *International Journal of Nursing Studies*, 123, Artigo 104058. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2021.104058>
- Schulhofer-Wohl, S., & Garrido, M. (2009). *Do newspapers matter? Short-run and long-run evidence from the closure of the Cincinnati Post* [14817; NBER Working Paper Series]. NBER.
- Shaker, L. (2014). Dead newspapers and citizens' civic engagement. *Political Communication*, 31(1), 131–148. <https://doi.org/10.1080/10584609.2012.762817>
- Smethers, J. S., Mwangi, S. C., & Bressers, B. (2021). Signal interruption in Baldwin City: Filling a communication vacuum in a small town "news desert". *Newspaper Research Journal*, 42(3), 379–396. <https://doi.org/10.1177/07395329211030687>
- Steensen, S. (2023) Dealing with covid-19 in casual democracies. *Media and Communication*, 11(3), 414–425. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6807>
- Thompson, J. (2021). Watching together: Local media and rural civic engagement. *Rural Sociology*, 86(4), 938–967.
- Torre, L., & Jerónimo, P. (2023). Esfera pública e desinformação em contexto local. *Texto Livre*, 16, 1–14. <https://doi.org/10.1590/1983>
- Torre, L., Ramos, G., Noronha, M., & Jerónimo, P. (2024). Sourcing local information in news deserts. *Journalism and Media*, 5(3), 1228–1243. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5030078>
- Verza, S., Blagojev, T., Borges, D., Kermer, J. E., Trevisan, M., & Reviglio, U. (2024). *Uncovering news deserts in Europe: Risks and opportunities for local and community media in the EU*. European University Institute.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework*. Council of Europe / Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy at Harvard Kennedy School. <https://shorensteincenter.org/information-disorder-framework-for-research-and-policymaking/>

Notas

* Agradecimentos

Este trabalho foi financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) no âmbito da bolsa de doutorado concedida a Luísa Torre (2023.05397.BD). A autora agradece ao LabCom (<http://doi.org/10.54499/UIDB/00661/2020>), o centro onde realiza investigação, e ao doutor Pedro Jerónimo, pelos valiosos contributos e supervisão deste trabalho.

Información adicional

redalyc-journal-id: 7747



Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=774782605012>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la
academia

Luísa Torre

**À Procura de Notícias Locais: Fontes de Informação e
Perceções Sobre (Des)Informação Onde (Não) Há Media
Looking for Local News: Information Sources and
Perceptions About (Dis)information Where There Is (No)
Media**

**Buscando Noticias Locales: Fuentes de Información y
Percepciones Sobre la (Des)información Donde (No) Hay
Medios**

Revista Comunicando

vol. 14, núm. 2, e025023, 2025

Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação,
Portugal

diretorcomunicando@sopcom.pt

ISSN-E: 2182-4037

ISSN-L: 2182-4037

DOI: <https://doi.org/10.58050/comunicando.v14i2.469>



CC BY 4.0 LEGAL CODE

Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.