

REVISTA LATINO-AMERICANA DE JORNALISMO
JAN-JUN 2023 | ISSN 2359-375X
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO



VOLUME 10
NÚMERO 1

WWW. |

REVISTA ÂNCORA





Editora | **Paula de Souza PAES**

Editoras convidadas:

Eliara Santana | **Editora Convidada** (Centro de Lógica, Epistemologia e História da Ciência (CLE)/Unicamp).

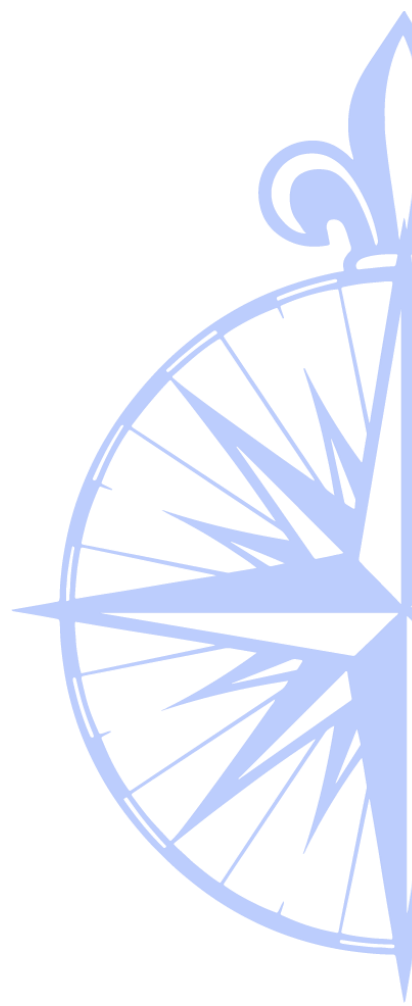
Silvia Garcia Nogueira | **Editora Convidada** (Grupo de Pesquisas e Estudos em Mídia e Opinião Pública nas Relações Internacionais/MOPRI e Centro de Estudos Avançados em Políticas Públicas e Governança/CEAPPG/ UEPB).

Revista Latino-americana de Jornalismo - ÂNCORA

Volume 10 • Número 1 • jan./jun. 2023

ÂNCORA - Revista Latino-americana de Jornalismo é uma publicação acadêmica semestral, vinculada ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo - PPJ | UFPB. Objetiva o fomento da produção acadêmico-científica na área do jornalismo e suas interfaces no campo comunicacional e em áreas afins. Seu foco de abordagem temática está direcionado para publicações de artigos, relatos profissionais, artigos-resenha e entrevistas que retratem, de forma transdisciplinar, os ambientes, processos, linguagens, tecnologias, produtos e processos do jornalismo. Avaliação CAPES: **Qualis B1** [Educação] e **Qualis B2** [Comunicação e informação]. **As informações, opiniões e conceitos expressos nos artigos, relatos profissionais, resenhas ou entrevistas são de inteira responsabilidade dos autores/autoras.**

A revista eletrônica está disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora>



CATALOGAÇÃO NA FONTE

R454 Revista Latino-americana de Jornalismo - Âncora [recurso eletrônico] – Ano 10, v.10; n.1; (jan/jun. 2023) / João Pessoa: Editora do CCTA, 2023.
125 p.
Modo de acesso:
<http://periódicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora>
Semestral.
ISSN: 2359-375X
1. Governança da internet. 2. Plataformas. 3. Mídias sociais. 4. Moderação de conteúdo. 5. Facebook. 6. Liberdade de expressão. 7. Práticas pedagógicas.

UFPB/BC

CDU: 070



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

EDITORES

Profª. Drª. Paula de Souza PAES
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

EDITOR ADJUNTO

Profª. Drª. Joana Belarmino de SOUSA
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

CONSELHO EDITORIAL

Profª. Drª. Gloria de Lourdes Freire RABAY
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Prof. Dr. Pedro BENEVIDES
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Profª. Drª. Sandra Regina MOURA
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Profª. Drª. Virgínia SÁ BARRETO
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Profª. Drª. Zulmira Silva NÓBREGA

Coordenadora do Programa de Pós-graduação em Jornalismo - UFPB

Editoração e revisão

Matheus Alves da Rocha Damaceno | UFPB

• **Capa desta Edição** •

Juliana Alves | Jornalista pela UFPB

| [Latindex](#) - México | [Crossref](#) - USA/United Kingdom |
[OLCL WorldCat](#) - Estados Unidos | [Elektronische Zeitschriftenbibliothek](#) -
Alemanha | [MIAR](#) - Espanha | [REDIB](#) - Espanha | [DAIJ](#) - Indonésia | [SHERPA/RoMEO](#) -
Inglaterra | [ResearchBid](#) - Reino Unido | [Eurasian Scientific Journal Index](#) - República do
Cazaquistão | [UNIVERSAL IMPACT FACTOR](#) - Journal Impact Factor | [Crosscheck](#) | [Vérsila](#) -
USA | Brasil | [Directory of Research Journals Indexing](#) - Índia | [Journal TOCS](#) - Reino Unido
||| Brasil |||

DIRETÓRIOS, INDEXADORES E PLATAFORMAS DE AVALIAÇÃO

[Sumários.org](#) | [Diadorim](#) | [SEER](#) | [IBICT](#) | [REVIScom](#)
[Periódicos UFPB](#) | [LivRe](#) | [Biblioteke Virtual](#) | [Google Acadêmico](#)

Programa de Pós-graduação em Jornalismo

Centro de Comunicação, Turismo e Artes | Universidade Federal da Paraíba
Campus Universitário I | Cidade Universitária, 58059-900, João Pessoa – Paraíba
(83) 3260-0000 - Contato: revistaancoraufpb@gmail.com



CONSELHO CIENTÍFICO • PEER REVIEW

- Profª. Drª. Adelaide Alves DIAS**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Adilson Vaz CABRAL FILHO**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Adriana Cristina Omena dos SANTOS**
Universidade Federal de Uberlândia | Brasil
- Prof. Dr. Adriano Duarte RODRIGUES**
Universidade Nova de Lisboa | Portugal
- Prof. Dr. Adriano Lopes GOMES**
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Afonso de ALBUQUERQUE**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. Alexandre Almeida BARBALHO**
Universidade Estadual do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Alfredo VIZEU**
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Profª. Drª. Aline do Amaral Garcia STRELOW**
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Álvaro Nunes LARANGEIRA**
Universidade Tuiuti do Paraná | Brasil
- Prof. Dr. Amarildo Batista CARNICEL**
Pontifícia Universidade Católica de Campinas | Brasil
- Profª. Drª Ana Carolina ESCOSTEGUY**
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER**
Universidade Federal de Goiás | Brasil
- Profª. Drª. Ana Lúcia Medeiros BATISTA**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. André BRASIL**
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. André VILLAS-BOAS**
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Andréa França MARTINS**
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Ângela Cristina Salgueiro MARQUES**
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Profª. Drª. Anita SIMIS**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Antônio Francisco Ribeiro de FREITAS**
Universidade Federal de Alagoas | Brasil
- Prof. Dr. Antônio FAUSTO NETO**
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Prof. Dr. Arlindo Ornelas FIGUEIRA NETO**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Armando Silva TELLEZ**
Universidad Externado de Colombia | Colômbia
- Profª. Drª. Beatriz BECKER**
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Bruno CAMPANELLA**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Cárilda EMERIM**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Carlos Arcila CALDERÓN**
Universidad de Salamanca | Espanha
- Prof. Dr. Carlos Eduardo FRANCISCATO**
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Prof. Dr. Carlos Frederico de Brito D'ANDREA**
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. Carlos PERNISA JUNIOR**
Universidade Federal de Juiz de Fora | Brasil
- Profª. Drª. Christa Liselote Berger Ramos KUSCHICK**
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Profª. Drª. Claudia Irene de QUADROS**
Universidade Federal do Paraná | Brasil
- Prof. Dr. Cláudio Cardoso de PAIVA**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Cosette Espindola de CASTRO**
Universidade Católica de Brasília | Brasil
- Profª. Drª. Cremilda MEDINA**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Danilo ROTHBERG**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Demétrio de Azeredo SOSTER**
Universidade de Santa Cruz do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Denis Porto RENÓ**
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho | Brasil
- Profª. Drª. Denise COGO**
Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Profª. Drª. Denise da Costa Oliveira SIQUEIRA**
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Denise Tavares da SILVA**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Denize Correa ARAÚJO**
Universidade Tuiuti do Paraná | Brasil
- Profª. Drª. Dóris Fagundes HAUSSEN**
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Dulcília Helena Schroeder BUITONI**
Faculdade Casper Líbero | Brasil
- Prof. Dr. Edgard Patrício de ALMEIDA FILHO**
Universidade Federal do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Edônio Alves do NASCIMENTO**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Edson Fernando DALMONTE**
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Eduardo MEDITSCH**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Eduardo VICENTE**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Edvaldo Pereira LIMA**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Elias Machado GONÇALVES**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Eliseo VERÓN**
In memoriam
- Prof. Dr. Ericson SAINT CLAIR**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Fernanda MARTINELLI**
Universidade de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Fernando Albano Maia de Magalhães ILHARCO**
Universidade Católica Portuguesa | Portugal
- Prof. Dr. Fernando Antonio CROCOMO**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Fernando Antônio Dias ZAMITH**
Universidade do Porto | Portugal
- Prof. Dr. Fernando Antônio RESENDE**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. Fernando Firmino da SILVA**
Universidade Estadual da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Fernando GONÇALVES**
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Fernão Vítor Pessoa de Almeida RAMOS**
Universidade Estadual de Campinas | Brasil
- Prof. Dr. Flávio Antônio Camargo PORCELLO**
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Francisco de ASSIS**
Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Prof. Dr. Francisco Gilson Reboças PÔRTO JÚNIOR**
Universidade Federal do Tocantins | Brasil
- Prof. Dr. Francisco José Castilhos KARAM**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Francisco Laerte Juvêncio MAGALHÃES**
Universidade Federal do Piauí | Brasil
- Prof. Dr. Francisco Paulo Jamil Almeida MARQUES**
Universidade Federal do Paraná | Brasil
- Profª. Drª. Gabriela BORGES**
Universidade Federal de Juiz de Fora | Brasil
- Profª. Drª. Geane Carvalho ALZAMORA**
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. Gerson Luiz MARTINS**
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Gilberto ALEXANDRE SOBRINHO**
Universidade Estadual de Campinas | Brasil
- Profª. Drª. Giovana Borges MESQUITA**
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Profª. Drª. Graça CALDAS**
Universidade Estadual de Campinas | Brasil
- Profª. Drª. Graziela Soares BIANCHI**
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil
- Prof. Dr. Guido Lemos de SOUZA FILHO**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Heitor Costa Lima da ROCHA**
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Profª. Drª. Irene MACHADO**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Profª. Drª. Isabel Ferin CUNHA**
Universidade de Coimbra | Portugal
- Profª. Drª. Jacques Alkalai WAINBERG**
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Jairo FERREIRA**
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Prof. Dr. Jesús Miguel Flores VIVAR**
Universidad Complutense de Madrid | Espanha
- Prof. Dr. João Batista de ABREU JUNIOR**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. João CANAVILHAS**
Universidade Beira do Interior | Portugal
- Prof. Dr. João Carlos MASSAROLO**
Universidade Federal de São Carlos | Brasil
- Prof. Dr. João Guilherme BARONE Reis e Silva**
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. João SOMMA NETO**
Universidade Federal do Paraná | Brasil
- Prof. Dr. Jorge Alejandro GONZÁLEZ**
Universidad Nacional Autónoma de México | México
- Prof. Dr. Jorge CARDOSO FILHO**
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Jorge Kanehide IJUIM**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Jorge Pedro Almeida Silva e SOUSA**
Universidade Fernando Pessoa | Portugal
- Prof. Dr. Jorge Trinidad Ferraz de ABREU**
Universidade de Aveiro | Portugal
- Prof. Dr. José Antônio Marques MOREIRA**
Universidade Aberta (UAb) | Portugal
- Prof. Dr. José Carlos MARQUES**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Josenildo Luiz GUERRA**
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Prof. Dr. Luciano de Sousa LACERDA**
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Profª. Drª. Juliana Colussi RIBEIRO**
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil

CONSELHO CIENTÍFICO • PEER REVIEW

- Prof. Dr. Juliano Maurício de CARVALHO**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Júlio PINTO**
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. Koldo MESO**
Universidad del País Vasco | Espanha
- Prof. Dr. Lauer Alves Nunes dos SANTOS**
Universidade Federal de Pelotas | Brasil
- Profª. Drª. Lídia Oliveira SILVA**
Universidade de Aveiro | Portugal
- Prof. Dr. Lionel Bossi GARAVAGLIA**
Universidad de Chile | Chile
- Profª. Drª. Lívia Cirne de Azevêdo PEREIRA**
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof. Dr. Lorenzo Vilches MANTEROLA**
Universidad Autónoma de Barcelona | Espanha
- Profª. Drª. Lorena Peret Teixeira TÁRCIA**
Centro Universitário de Belo Horizonte | Brasil
- Profª. Drª. Lúcia Helena Ventrúsculo POSSARI**
Universidade Federal de Mato Grosso | Brasil
- Profª. Drª. Lúcia SANTA CRUZ**
Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Profª. Drª. Luciana MIELNICZUK *In memoriam***
Universidade Federal de Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Luciane Fassarella AGNEZ**
Instituto de Educação Superior de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Luciano GUIMARÃES**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Luís Antônio Martins SANTOS**
Universidade do Minho | Portugal
- Prof. Dr. Luís Mauro Sá MARTINO**
Faculdade Cásper Líbero | Brasil
- Prof. Dr. Luiz Custódio da SILVA**
Universidade Estadual da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Luiz SIGNATES**
Universidade Federal de Goiás | Brasil
- Profª. Drª. Magnolia Rejane Andrade dos SANTOS**
Universidade Federal de Alagoas | Brasil
- Profª. Drª. Malgorzata KOLANKOWSKA**
Escola Filológica de Wrocław | Polónia
- Profª. Drª. Manuela PENAFRIA**
Universidade da Beira Interior | Portugal
- Profª. Drª. Marcel Vieira Barreto SILVA**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo Didimo Souza VIEIRA**
Universidade Federal do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo KISCHINHEVSKY**
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo Martínez HERMIDA**
Universidad de Santiago de Compostela | Espanha
- Profª. Drª. Marcia BENETTI**
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Márcia Gomes MARQUES**
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Márcia Guena dos SANTOS**
Universidade Estadual da Bahia | Brasil
- Profª. Drª. Márcia Gomes Costa MENDES**
Universidade Estadual do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Márcio Carneiro dos SANTOS**
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof. Dr. Márcio Ronaldo Santos FERNANDES**
Universidade Estadual do Centro-Oeste | Brasil
- Prof. Dr. Marco Antonio BONITO**
Universidade Federal do Pampa | Brasil
- Prof. Dr. Marcos AMÉRICO**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Marcos Silva PALACIOS**
Universidade da Beira Interior - Portugal | Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Marcus RAMÚSYO**
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão | Brasil
- Profª. Drª. Maria Beatriz COLUCCI**
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Profª. Drª. Maria Berenice da Costa MACHADO**
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. María Constanza Mujica HOLLEY**
Pontifícia Universidad de Chile | Chile
- Profª. Drª. Maria Cristina GOBBI**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Profª. Drª. Maria Elisabete ANTONIOLI**
Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Profª. Drª. Maria José BALDESSAR**
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Profª. Drª. Maria Lúcia BECKER**
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil
- Prof. Dr. Mário CARLÓN**
Universidad de Buenos Aires | Argentina
- Profª. Drª. Marta Regina MAIA**
Universidade Federal de Ouro Preto | Brasil
- Prof. Dr. Mateus Yuri Ribeiro da Silva PASSOS**
Faculdade Cásper Líbero | Brasil
- Prof. Dr. Mauro de Souza VENTURA**
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Michele Goulart MASSUCHIN**
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof. Dr. Michele NEGRINI**
Universidade Federal de Pelotas | Brasil
- Prof. Dr. Miguel WIÑAZKI**
Universidad de San Andrés | Argentina
- Profª. Drª. Mirian Estela Nogueira TAVARES**
Universidade do Algarve | Portugal
- Profª. Drª. Miriam Moema Filgueira PINHEIRO**
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Profª. Drª. Mirna TONUS**
Universidade Federal de Uberlândia | Brasil
- Profª. Drª. Monica MARTINEZ**
Universidade de Sorocaba | Brasil
- Prof. Dr. Muniz SODRÉ**
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Natalia Raimondo ANSELMINO**
Universidad Nacional de Rosario | Argentina
- Profª. Drª. Nelia Rodrigues DEL BIANCO**
Universidade de Brasília | Brasil
- Profª. Drª. Patrícia Rebelo da SILVA**
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Paulo Eduardo Silva Lins CAJAZEIRA**
Universidade Federal do Cariri | Brasil
- Prof. Dr. Pedro Nunes Filho**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Pollyana Ferrari TEIXEIRA**
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Rafael de Luna FREIRE**
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Raquel RECUERO**
Universidade Católica de Pelotas | Brasil
- Profª. Drª. Regina GOMES**
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Profª. Drª. Regiane Miranda de Oliveira NAKAGAWA**
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Ricardo Ferreira FREITAS**
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Rodrigo do Espírito Santo da CUNHA**
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Prof. Dr. Rogério Luiz COVALESKI**
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Profª. Drª. Rosana Cabral ZUCOLO**
Centro Universitário Franciscano | Brasil
- Profª. Drª. Rosana de Lima SOARES**
Universidade de São Paulo | Brasil
- Profª. Drª. Rossana Viana GAIA**
Instituto Federal de Alagoas | Brasil
- Prof. Dr. Sebastião Carlos de Morais SQUIRRA**
Universidade Metodista de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Sebastião Faustino PEREIRA FILHO**
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Sérgio Arruda de MOURA**
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro | Brasil
- Prof. Dr. Sérgio Luiz GADINI**
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil
- Profª. Drª. Silvana LOUZADA**
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Silvano Alves Bezerra da SILVA**
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Profª. Drª. Simone Maria ROCHA**
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Profª. Drª. Sonia Aguiar LOPES**
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Profª. Drª. Sonia Virginia MOREIRA**
Universidade Estadual do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Suely Maria Maux DIAS**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Suzana KILPP**
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Profª. Drª. Suzana Oliveira BARBOSA**
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Profª. Drª. Taciana de Lima BURGOS**
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Thiago SOARES**
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Prof. Dr. Valdecir BECKER**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Valquíria Aparecida Passos KNEIPP**
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Profª. Drª. Veronica STIGGER**
Fundação Armando Álvares Penteado | Brasil
- Profª. Drª. Virginia Pradelina da Silveira FONSECA**
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Viviane BORELLI**
Universidade Federal de Santa Maria | Brasil
- Profª. Drª. Zélia Leal ADGHIRINI**
Universidade de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Walter Teixeira LIMA JUNIOR**
Universidade Metodista de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Washington José de SOUZA FILHO**
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Wellington José de Oliveira PEREIRA**
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Wilson da Costa BUENO**
Universidade Metodista de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Wilton GARCIA**
Universidade de Sorocaba | Brasil
- Prof. Dr. Yuji GUSHIKEN**
Universidade Federal do Mato Grosso | Brasil

- 10** EDITORIAL - Governança da internet, o papel do jornalismo e as mídias sociais: entre vigilância, controvérsias e resistências
EDITORIAL - Internet governance, the role of journalism and social media: between surveillance, controversy and resistance

Eliara SANTANA • Silvia NOGUEIRA • Paula PAES

EIXO TEMÁTICO | Thematic Dossier | Dossier Temático | Dossier thématique

- 13** JORNALISMO E INTERATIVIDADE: o ensino remoto na pandemia a partir das notícias e seus comentários
JOURNALISM AND INTERACTIVITY: remote teaching in the pandemic from the news and its comments

Luís Augusto de Carvalho MENDES • Patrícia Monteiro Cruz MENDES •
Gabriella Branco DA SILVA • Davi Ricardo Rodrigues de Almeida GANDINI

- 35** A MODERAÇÃO DE CONTEÚDO: o problema do discurso de ódio e sua vagueza
CONTENT MODERATION: the problem of hate speech and its vague meaning

Lucila Gabriella Maciel Carneiro VILHENA

- 56** A OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA PELA ÓTICA DOS UNIVERSITÁRIOS DO ESPÍRITO SANTO
JOURNALISTIC OBJECTIVITY FROM THE PERSPECTIVE OF UNIVERSITY STUDENTS IN ESPÍRITO SANTO

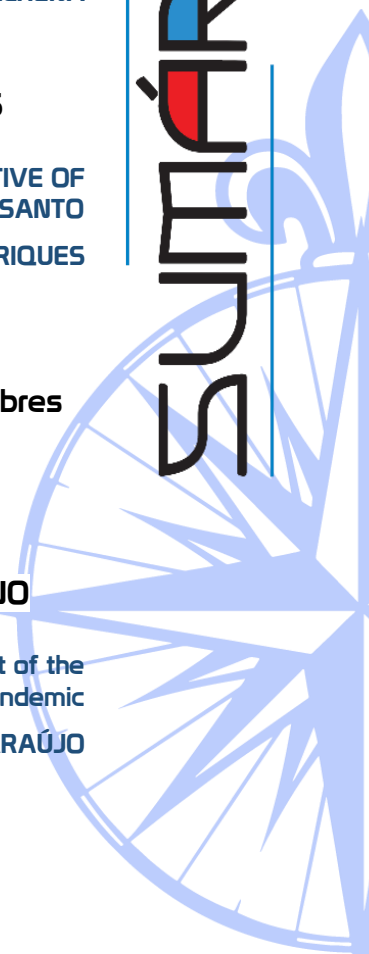
Newton ASSIS • Rafael da Silva Paes HENRIQUES

PAUTA LIVRE | Free Theme Journalism | Temas Libres en el Periodismo

- 82** JORNALISMO ESPORTIVO E FUTEBOL FEMININO NO CONTEXTO DA PANDEMIA DE COVID-19
Sports journalism and women's football in the context of the COVID-19 pandemic

Érika ARAÚJO

SUMÁRIO



104 **ESPECIFICIDADES DA SOCIALIZAÇÃO DE
CONHECIMENTOS POR MEIO DO JORNALISMO: uma
análise comparativa com as práticas pedagógicas do
ensino formal**

**SPECIFICITIES OF KNOWLEDGE SOCIALIZATION THROUGH
JOURNALISM: a comparative analysis with the pedagogical
practices of formal education**

Janaíne KRONBAUER



Eliara **SANTANA** · Silvia **NOGUEIRA** · Paula **PAES**
EDITORIAL

Dossiê Temático - Governança da internet, o papel do jornalismo e as mídias sociais: entre vigilância, controvérsias e resistências

A Revista Latino-americana de Jornalismo – ÂNCORA disponibiliza aos seus leitores o vol. 10, nº1, jan./jun. 2023, com o Dossiê Temático “Governança da internet, o papel do jornalismo e as mídias sociais: entre vigilância, controvérsias e resistências¹”. Esta edição especial é composta por cinco artigos no escopo do campo do Jornalismo. Três deles compõem o dossiê, já que abordam temáticas urgentes sobre o papel das plataformas no jornalismo e no debate público, como a questão da interação entre jornalismo e seus leitores por meio das plataformas, da moderação de conteúdo, sobretudo dos discursos de ódio na internet e, por fim, da própria concepção da credibilidade jornalística pela sociedade, que passa por uma discussão sobre o conceito de objetividade.

Essas questões têm ganhado a cena pública no Brasil, principalmente com a emergência do debate sobre o PL 2630 e os modos de regulação das plataformas digitais em outros países. O debate gira em torno da atuação dessas empresas transnacionais sobre os fluxos de notícias, o que desafia a diversidade do acesso a informações e distancia, muitas vezes, o usuário do que seria uma circulação livre e equilibrada na web. Isso se dá sobretudo pela concentração da circulação, do armazenamento e do tratamento de dados massivos nas mãos dos atores privados que compõem o acrônimo GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft).

Sendo a governança da internet um processo eminentemente político e social, nada mais urgente e essencial para os estudos em jornalismo do que abordar esses desafios teóricos – quando se observa que há tentativas de reconfiguração conceitual, emergindo na interface ideológica de grupos que se apropriam de noções como “liberdade de expressão” e as ressignificam com novos

EDITORIAL

¹Esta chamada conta com o apoio da FAPESQ, Termo de Outorga nº 3294/2021, Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Paraíba (FAPESQ). Edital nº 006/2020 PDCTR-PB (MCTIC/CNPq/FAPESQ-PB).

Eliara **SANTANA** · Silvia **NOGUEIRA** · Paula **PAES**
EDITORIAL

matizes – e práticos, já que o trabalho jornalístico é afetado não apenas por políticas públicas aplicadas aos meios de comunicação e aos setores digitais, como também pelas normas que regem as plataformas e os seus termos de uso.

É preciso lembrar que os discursos veiculados por meios digitais constroem efeitos de realidade e efeitos na realidade, influenciando percepções de mundo individuais e impactando processos cognitivos coletivos. Nesse sentido, a internet corresponde a um espaço simultaneamente social (pois promove a interação entre membros da sociedade), econômico (ao envolver interesses financeiros das empresas de mídia e investidores nesse tipo de negócio) e político (por servir como meio para veiculação de pautas específicas e construção de enquadramento no tratamento de assuntos a serem abordados no debate público).

Diante desse quadro, o fazer jornalístico e o próprio campo jornalístico são desafiados a se adaptarem a novas demandas e papéis sociais. É isso que os artigos que compõem esta edição nos apontam.

O primeiro artigo da seção Dossiê Temático é **“JORNALISMO E INTERATIVIDADE: o ensino remoto na pandemia a partir das notícias e seus comentários”**, de autoria de Luís Mendes e Patrícia Mendes (ambos da UFPB), em conjunto com Gabriella da Silva (Unipê) e Davi Gandini (Faculdade Estácio de João Pessoa/Paraíba). O estudo se interessa pelo processo de interação, mediado pelo jornalismo, entre as reportagens produzidas pelo G1 e seus respectivos comentários coletados na plataforma Facebook. Uma análise textual é realizada por meio da ferramenta Iramuteq. Verificou-se a existência de uma interação comunicativa entre o meio e seus leitores.

“A MODERAÇÃO DE CONTEÚDO: o problema do discurso de ódio e sua vagueza”, assinado por Lucila Gabriella Maciel Carneiro Vilhena (UEPB/Universidade de Lisboa), é o segundo artigo. Nele, a pesquisadora busca refletir sobre o papel das plataformas digitais na moderação de conteúdo, utilizando como prisma a normativa europeia sobre o tema. Busca-se também analisar a falta de precisão do conceito de discurso de ódio e suas consequências para o debate público.

Eliara **SANTANA** · Silvia **NOGUEIRA** · Paula **PAES**
EDITORIAL

O terceiro artigo, intitulado **"A OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA PELA ÓTICA DOS UNIVERSITÁRIOS DO ESPÍRITO SANTO"**, é escrito por Newton Assis e Rafael Henriques, da UFES. Os autores realizaram um questionário sobre objetividade jornalística com moradores do Espírito Santo, utilizando como referência as seguintes classificações: Realismo, Intersubjetivismo, Dialética e Ritual Estratégico. Constatou-se que a visão intersubjetiva da objetividade é a mais aceita entre os 108 respondentes.

O quarto texto, pertencente à seção Pauta Livre, é **"JORNALISMO ESPORTIVO E FUTEBOL FEMININO NO CONTEXTO DA PANDEMIA DE COVID-19"**, de Érika ARAÚJO (UNESP). Por meio de uma análise de conteúdo de reportagens do portal GloboEsporte.com, a autora teve por objetivo investigar como o jornalismo esportivo retratou o futebol feminino nacional em um cenário desafiador de crise socioeconômica e sanitária. Como resultado, chama atenção a condição amadora das jogadoras, reforçada pela instabilidade das relações de trabalho no futebol feminino.

No quinto artigo, intitulado **"ESPECIFICIDADES DA SOCIALIZAÇÃO DE CONHECIMENTOS POR MEIO DO JORNALISMO: uma análise comparativa com as práticas pedagógicas do ensino formal"**, Janaíne Kronbauer (UFSC) buscou comparar as práticas jornalísticas com as escolares. A comparação foi realizada por meio de entrevistas com especialistas e da definição de categorias analíticas. Os resultados evidenciam que ambas as práticas se distinguem quanto a seus auditórios e se aproximam quanto ao contrato comunicativo, os sistemas peritos, a autoridade atribuída e dispositivos e formatos.

Desejamos a todos ótimas leituras!

Eliara Santana | **Editora Convidada** (Centro de Lógica, Epistemologia e História da Ciência (CLE)/Unicamp).

Silvia Garcia Nogueira | **Editora Convidada** (Grupo de Pesquisas e Estudos em Mídia e Opinião Pública nas Relações Internacionais/MOPRI e Centro de Estudos Avançados em Políticas Públicas e Governança/CEAPPG/ UEPB).

Paula de Souza PAES | **Editora** | Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB. Pesquisadora PDCTR-PB, bolsista CNPq, Termo de Outorga nº 3294/2021, Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Paraíba (FAPESQ).

JORNALISMO E INTERATIVIDADE: o ensino remoto na pandemia a partir das notícias e seus comentários

JOURNALISM AND INTERACTIVITY: remote teaching in the pandemic from the news and its comments

Luís Augusto de Carvalho MENDES¹

Centro Universitário Uniesp | Brasil

Patrícia Monteiro Cruz MENDES²

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Gabriella Branco DA SILVA³

Centro Universitário de João Pessoa- Unipê | Brasil

Davi Ricardo Rodrigues de Almeida GANDINI⁴

Faculdade Estácio de João Pessoa | Brasil

Resumo

O presente trabalho objetivou descrever como o processo de interação no jornalismo colaborou para a construção dos significados acerca do ensino remoto durante a pandemia da Covid-19. Para isso, foram selecionadas onze reportagens compartilhadas pelo perfil do G1 no Facebook e os respectivos comentários (960), que foram analisados por meio do Iramuteq. Por meio das análises textuais computadorizadas foram encontradas quatro categorias temáticas (Conteúdos Jornalísticos, Estruturas, Aglomeração e Vacinação). Pode-se verificar que os comentários partiram do conteúdo jornalístico e acrescentaram informações, vivências e opiniões particulares e cotidianas às coberturas e abordagens jornalísticas, o que pode ser classificada como uma interação comunicativa.

Palavras-chave

Jornalismo. Interatividade. Ensino Remoto. Facebook. Covid-19.

Abstract

This work aims to describe how the process of interaction in journalism contributed to the construction of meanings about remote teaching during the Covid-19 pandemic. For this, eleven reports shared by the G1 profile on Facebook and the respective comments were selected (960) and analyzed with the support of Iramuteq. Through computerized textual analysis, four categories were found (Reports, Structure and Health). It was verified that the comments were originated from the journalistic content and added information, experiences and private and daily opinions to the coverage and journalistic approaches, which can be classified as a communicative interaction.

Keywords

Journalism. Interactivity. Remote Teaching. Facebook. Covid-19

RECEBIDO EM 29 DE AGOSTO DE 2022
ACEITO EM 19 DE ABRIL DE 2023

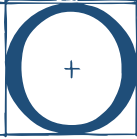
¹ Professor do Centro Universitário Uniesp e do Mestrado em Jornalismo da UFPB. Contato: luisaugustomendes@gmail.com.

² Professora do Mestrado em Jornalismo da UFPB. Contato: patriciamonteiro Mendes@gmail.com.

³ Estudante de Psicologia do Centro Universitário de João Pessoa, Unipê. Contato: brancogabi8@gmail.com.

⁴ Estudante de Engenharia e do Programa de Iniciação Científica da Faculdade Estácio de João Pessoa. Contato: davi.ricardo.gandini@gmail.com.

Introdução

 período da pandemia da Covid-19 foi marcado pelas estratégias de distanciamento social, que resultaram na permanência de boa parte da população em seus lares e, conseqüentemente, um maior uso das tecnologias digitais acessíveis pela internet.

Destaca-se o aumento do acesso aos veículos de notícias e do uso das redes sociais. O site Portal da Comunicação (2022) noticiou que veículos impressos, sites e televisão tiveram um aumento significativo na audiência neste período, assim como melhorou os índices de confiança no jornalismo. As emissoras de TV chegaram a 61% de confiança, seguidas pelos jornais (56%) e emissoras de rádio (50%).

A Rede Globo, por exemplo, criou um programa matinal sobre o coronavírus, que foi responsável por um aumento na audiência de 25% apenas no primeiro mês de exibição, com um alcance diário de 24,4 milhões de telespectadores no período, levando 6,3 milhões de novas pessoas à programação. O aumento também aconteceu nos conteúdos on-line dos principais veículos de informação do país, chegando a um percentual de crescimento em assinaturas digitais de 136% (PORTAL DA COMUNICAÇÃO, 2022).

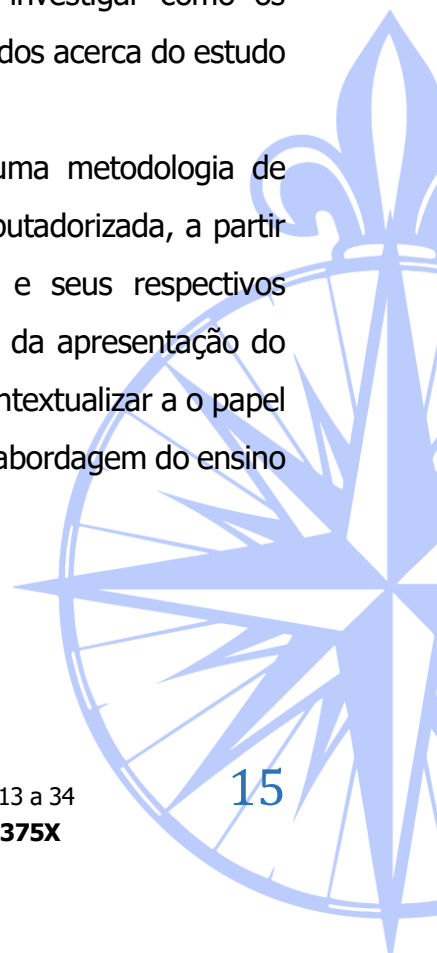
Também foi identificado um incremento no interesse do público no Facebook relativo às páginas de notícias, logo após o início dos casos de Covid-19. Assim, foram constatados aumentos nas interações de postagens com vídeos ao vivo e fotos (60%), *status* (50%) e links compartilháveis (30%). Houve ainda um crescimento de 40%, entre março e abril de 2020, nas postagens do Facebook de páginas de fontes jornalísticas durante a pandemia (HUTCHINSON, 2020).

Neste mesmo período, os Dados da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) revelaram que 91% dos estudantes brasileiros, da educação infantil ao ensino superior, foram atingidos pelo distanciamento. Cerca de 52 milhões de alunos foram retirados de forma compulsória das salas de aulas e inseridos na educação mediada por tecnologias digitais remotas ou à distância, acessadas por meio da Internet (SAE DIGITAL, 2021).

A partir deste cenário, o presente trabalho partiu do seguinte problema: como o processo de interação no jornalismo colaborou para a construção dos significados acerca do ensino remoto durante a pandemia da Covid-19?

Para responder a esta pergunta, estabeleceu-se como objetivo geral: compreender como a interação de usuários com conteúdos noticiosos contribui para a construção das informações acerca do ensino remoto durante a pandemia da Covid-19. De forma específica, pretendeu-se analisar como as ferramentas de interação do Facebook influenciaram na interação com o conteúdo jornalístico do perfil do G1; verificar a relação entre as informações veiculadas pelo G1 e os respectivos comentários; e investigar como os comentários colaboraram para a construção dos significados acerca do ensino remoto na pandemia.

Para se atingir esses objetivos, optou-se por uma metodologia de estudo Netnográfico, por meio da análise de texto computadorizada, a partir de onze reportagens do perfil do G1 no Facebook e seus respectivos conteúdos, num total de 977 conteúdos textuais. Antes da apresentação do método e os respectivos resultados, faz-se necessário contextualizar a o papel da interatividade no jornalismo e as pesquisas acerca da abordagem do ensino digital na pandemia, como descrito a seguir.



Jornalismo, Interatividade e Ensino Remoto

Autores como Rost (2014) e Canavilhas (2014) definem a interatividade como uma das sete características fundamentais tanto do webjornalismo, como do jornalismo tradicional. O contato, a participação e o conteúdo que os usuários partilham contribuem para definir as formas que a mídia adotou para as zonas de contato entre jornalistas e leitores, área que as tecnologias digitais têm alargado e simplificado.

Classicamente, a interatividade implica na transferência do poder informativo dos meios de comunicação para os leitores. Ela pode ser classificada como seletiva e comunicativa. Na interatividade seletiva o foco é a escolha de conteúdos para se relacionar, neste ponto o usuário é considerado como um receptor, que tem o poder de gerenciar fatores, como: canais, veículos, plataformas, além da forma e da velocidade de sua audiência (ROST, 2014; SUAUI; MASIP, 2011).

Nesse processo existe uma orientação para o alargamento das possibilidades de pesquisa e recuperação das informações, além da possibilidade de os leitores selecionarem e administrar esses fluxos, com maior personalização dos conteúdos, num ambiente cada vez mais modular.

Já na interatividade comunicativa existe a possibilidade de expressão e interferência comunicativa, nas formas de produção, compartilhamento e avaliação dos conteúdos. Segundo Rost (2014), esta interação transcende a recepção individual, pois o leitor também gera conteúdo que se torna público e compartilhável. Assim, o usuário procura dialogar, discutir, confrontar, apoiar, expressar uma opinião individual, acrescentar informações sem procurar uma resposta ou um contato bidirecional ou multidirecional com outros indivíduos.

Suaui e Masip (2011) reforçam essas definições defendendo que na interação seletiva não existe criação por parte do utilizador. Já a interação

comunicativa é marcada pela produção de conteúdo original, como comentários, envio de estórias, relatos de experiências e outras ampliações do contexto noticioso.

Martínez Rodríguez (2005), por sua vez, propõe três formas de participação, segundo o momento no qual o usuário intervém: 1) a participação prévia à elaboração de conteúdos; 2) participação posterior ou acrescentada, que complementa o texto original, mas que não permite modificar nem participar na elaboração do conteúdo original; e 3) coparticipação ou coprodução, na qual há participação simultânea e elaboração conjunta dos conteúdos.

Dentro dessa perspectiva, Scolari (2013) defende que o processo digital é contínuo e se adapta às realidades. Se antes defendia-se a interatividade e multimidialidade, atualmente defende-se a convergência e a transmidialidade.

Teixeira (2014) defende que as redes sociais trouxeram mudanças sociais ligadas à posição do jornalismo como o organizador legitimado das experiências humanas e sociais. Esta organização agora passa pela conteúdos que são disponibilizados pelos jornais mais a participação ativa dos usuários.

Em análise dos comentários a um conteúdo da Folha de São Paulo, foram identificadas sete categorias temáticas de interações, sendo elas: Relação entre usuário e jornal: 1) críticas dos usuários ao jornal e/ou relato noticioso e 2) Apoio ao jornal e/ou legitimação da notícia. Relação usuário versus Usuário: 3) Crítica a terceiros ou entre os usuários. Relações Variadas: 4) Colaboração; 5) Solidariedade; 6) Sátira e 7) outros.

Em pesquisa acerca da cobertura jornalística da área de política, Rosa e John (2013) também identificaram que além dos comentários relativos ao tema noticiado, os leitores também se posicionavam quanto aos assuntos e abordagens adotados pela linha editorial, cobertura e enquadramento das coberturas jornalísticas.

Lúis MENDES *et al*

Palácios (2012) propõe o conceito de “Marginália Jornalística”, apresentando os comentários dos usuários como uma ferramenta de memória que mostra o *Zeitgeist* de um tempo a partir de conteúdos noticiosos. Entende-se por Marginália as anotações, desenhos, gráficos etc. pessoais deixadas nas margens dos textos. Para o autor, esses comentários devem ser preservados a fim de serem recuperados a partir de um necessário afastamento histórico e uso futuro. Essa proposição reforça a característica de memória, defendida com um dos sete pilares do Webjornalismo (CANAVILHAS, 2014).

Sousa (2020) defende uma visão da interação para além das contribuições textuais dos comentários. Para ela, o ecossistema midiático foi alterado, deixando de lado uma comunicação unidirecional, para uma produção e distribuição que conta com a ação ativa dos usuários. O público, que antes era classificado como consumidor, agora assume papéis como produtor e distribuidor, com a capacidade de filtrar os conteúdos noticiosos.

O processo acima teve como um dos seus pilares a plataformização do jornalismo, que pode ser entendida como a emergência e consolidação das plataformas digitais como modelos estruturais, econômicos e de *design* utilizados pelos usuários das mídias sociais online para acesso às informações produzidas por veículos noticiosos. Jurno e Brito D'andréa (2020) relatam que, na relação entre o Facebook e veículos jornalísticos, por meio da análise da ferramenta *Instant Articles*, foi possível observar as interações que revelaram discursos dispersos e certo grau de tensão entre as partes envolvidas.

Castells (2017) defende que existe um compartilhamento de significados, além da própria informação, ou seja, não é o simples compartilhamento de informação, de conteúdo, de dados, mas de vivências e experiências íntimas, sociais e cotidianas, tanto para quem compartilha, como para quem tem contato com as informações.

O autor apresenta o conceito de autocomunicação de massa, em que três formas de comunicação (interpessoal, de massa e autocomunicação de massa) coexistem, sem se anularem, mas se complementam dentro do ciberespaço, aqui entendido não apenas como um conjunto de tecnologias computacionais, e sim como uma cultura que transpassa os aspectos físicos e digitais da realidade e da comunicação. Na autocomunicação de massa, a internet tem caráter interativo, sendo utilizada para produzir, acessar e compartilhar produtos culturais digitalizados, bem como as mídias tradicionais como jornais, rádios e televisão.

Duarte, Rivoire e Ribeiro (2016) destacam que no ambiente analógico, os jornais decidiam o que era pautado, assim como o encaminhamento dessas pautas, dominando a oferta das informações e orientando a leitura do público. Com a interação proporcionada pelo avanço da internet, a mídia tradicional perdeu esse controle. Além desta independência frente à mídia tradicional, os usuários podem dialogar entre si, a partir de conteúdos noticiosos com ou sem a interferência dos produtores midiáticos.

Os usuários podem avaliar as informações, por meio de ferramentas de captação de emoções, como os *reactions*, compartilhar a informação produzida pelo veículo, sem comentário algum, na clara função de distribuidor da informação; produzir e compartilhar suas próprias informações, análises ou confrontar a versão apresentada pela imprensa.

Costa e Carvalho (2021) defendem que, apesar do processo interativo digital ser amplo e multidirecionado, a maioria dos assuntos que repercute nas redes sociais tem origem nos veículos de comunicação, ou seja, as mídias sociais podem ser consideradas também como um ambiente de reverberação das informações jornalísticas. Assim, pode-se defender que as redes sociais possuem uma cultura informativa que o jornalismo precisa entender, contextualizar-se e repensar enquanto atuação e processo produtivo. Entende-

se que as redes sociais não suplantam o jornalismo; são novos espaços de interação social e novas ferramentas para a comunicação noticiosa.

Coerente com este pensamento, Hjarvard (2014) afirma que a interação midiática digital abrange tanto os domínios da mídia quanto as demais estruturas sociais, em um processo de desenvolvimento e comunicação bilateral. “A mídia denota os processos pelos quais a cultura e a sociedade tornam-se cada vez mais dependentes dos meios de comunicação e sua lógica como mídia integra-se em práticas culturais e sociais em vários níveis” (HJARVARD, 2014, p. 16).

Coerente com os momentos de interação, Canavilhas (2014) defende a existência de duas rotas de informação e controle editorial, sendo a primeira conhecida como o *gatekeeping* dos jornalistas, e uma segunda protagonizada pelos usuários de referência, os *gatewatchers*, que manuseiam os conteúdos disponíveis no ambiente virtual, principalmente nas suas redes sociais.

Quando se compara esses dois caminhos, autores como Anselmino (2012), defendem que a cultura de participação está longe de ser horizontalizada, pois a mídia possui o controle desta participação e orienta as suas rotinas de acordo com os interesses das redações. Em pesquisas com jornais argentinos, constatou-se que os jornais reservam para si o papel de *gatekeeping* nas várias etapas do processo de elaboração da notícia. Assim, eles moderam comentários, controlam o que se publica nas suas páginas das redes sociais, condicionam as perguntas e opções de resposta nas pesquisas, abrem a participação a determinados conteúdos e não a outros, selecionam as fotografias e vídeos que os utilizadores enviam,

Suau e Masip (2011) acrescentam que não existe um diálogo entre as partes, pois profissionais não respondem aos comentários, não intervêm nos espaços de reportagem cidadã e não integram os conteúdos gerados pelos utilizadores para o corpo de notícias do meio. Outra realidade é que os veículos

de comunicação se veem sobrecarregados pela quantidade de comentários que recebem, não encontraram bons mecanismos para geri-los e moderam com escassos recursos.

“Embora haja exceções notáveis, a regra geral é: pouca elaboração das mensagens, escassa presença de conteúdos externos ao próprio site, ausência de uma narrativa específica para cada rede social, zero respostas às perguntas ou intervenções dos leitores.” (ROST, 2014, p. 74). De acordo com Rost (2014) a interatividade requer gerenciamento, recursos humanos e tecnológicos e posicionamentos estratégicos, porém a mídia ainda não encontrou o seu modelo de negócio no ambiente digital ou não investiu os recursos suficientes para fazê-lo.

Quanto às pesquisas acerca de como o jornalismo apresentou o ensino remoto na pandemia, a pesquisa de Pernisa Júnior, Leal e Campos (2021) analisaram a cobertura fotojornalística de O Globo e da Folha de S.Paulo e perceberam as características da construção do acontecimento em forma de notícia: situações de precariedade existentes no contexto social ganharam caráter de excepcionalidade, crise/anormalidade e novos desenhos de exercício do poder sobre o tema da pandemia da Covid-19.

Foram mobilizadas abordagens sobre a educação que levaram a uma relação com as questões de saúde coletiva; os dilemas educacionais das famílias empobrecidas e com acesso precário às tecnologias educacionais; a realidade das reorganizações domésticas, com especial atenção para as mães: cuidadoras, administradoras dos lares e as responsáveis pelo acompanhamento da vida escolar dos filhos; e ainda trabalharam com estereótipos nos discursos identitários e convocam normatizações para falar dos sujeitos em situações de carência de estudo durante a pandemia (PERNISA JÚNIOR; LEAL; CAMPOS, 2021)

Os atores perceberam que as rotinas do fazer jornalístico, assim como uma estética utilizada, visaram atender à velocidade das mídias digitais e às

feições de um jornalismo móvel e hipertextual, buscando se utilizar das fotografias e dos olhares das pessoas retratadas, para a condução de lutas sociais existentes.

Também foi possível refletir de que modos os sujeitos podem ser evidenciados nos lugares de protagonismo, resistência e luta nessas fotografias, voltando-se para pensamentos de resistências, numa abordagem multicultural crítica. Assim, a construção jornalística valorizou as narrativas sobre a desigualdade na educação e o engajamento para as transformações da realidade.

Materiais e método

A partir de uma abordagem quanti-qualitativa, com objetivo exploratório e técnicas de pesquisa netnográfica (KOZINETS, 2014), o presente trabalho teve a finalidade de analisar as construções jornalísticas acerca do ensino remoto no período da Covid-19 a partir dos conteúdos textuais das reportagens e dos respectivos comentários no Facebook.

Para isso, foi escolhido o perfil do G1 notícias no Facebook, com o uso dos termos ensino, aula, remoto, digital, covid, pandemia (<https://www.facebook.com/page/180562885329138/search/?q=ensino%20aula%20remoto%20covid>). Como resultado foram listadas inicialmente 49 reportagens, destas 32 versavam acerca do ensino remoto.

Como critérios de inclusão foram escolhidas as reportagens que abordaram especificamente o ensino remoto no período da Covid-19, sendo excluídas as matérias com temas repetidos (neste caso permaneceu a com maior quantidade de comentários). Por fim, foram selecionadas onze reportagens, publicadas de setembro de 2020 a julho de 2021.

Destes onze conteúdos, foram coletados os comentários exclusivamente textuais, com mais de 30 palavras e em português. Foram

excluídos os comentários que apenas marcaram outros usuários do Facebook, usaram imagens (reações, emojis, gifs etc.) ou textos que não versaram sobre o ensino remoto. Nos casos em que havia o uso de marcações, imagens e textos, apenas este último foi selecionado para o estudo.

Foram coletados um máximo de 100 comentários por postagens. Por fim, um total de 960 comentários foram selecionados, que, em conjunto com as onze reportagens, totalizaram 977 textos. Estes compuseram o *corpus* da pesquisa. A lista das postagens selecionadas e a quantidades de comentários coletados e analisados estão detalhadas na Tabela 1.

Ressalta-se que os comentários selecionados estão disponibilizados em uma página de acesso público, constituindo uma fonte secundária de dados. Foram omitidas informações dos perfis dos usuários, não sendo possível identificar a origem das informações. Assim, a presente pesquisa segue as orientações éticas para estudos com dados de acesso livre.

Para a análise textual computadorizada, os textos dos comentários foram padronizados dentro dos critérios do freeware Iramuteq (CAMARGO; JUSTO, 2013) e as análises possibilitaram a realização de uma Classificação Hierárquica Descendente (CHD) que indica categorias lexicais por meio da co-ocorrência de palavras e do cálculo do Qui-quadrado.

Resultados e discussões

Abaixo estão listados os títulos das postagens analisadas, a data das postagens, a quantidade de reações (*reactions* do Facebook), quantidade comentários totais e selecionados (entre parênteses) e quantidade de compartilhamentos. Neste quadro é possível confirmar que o processo de interação atende ao defendido por autores como Canavilhas (2014), Jurno e Brito D'andréa (2020), Rost (2014), Scolari (2013) e Sousa (2020), que afirmam que as redes sociais promovem não apenas uma ferramenta de comentários, mas possibilidade de uma interação comunicativa, com a

possibilidade de avaliação, compartilhamento e acréscimos de informações dos usuários, como pode ser visto na Tabela 1.

Data da postagem	Título	Reações	Comentários (Analisados)	Compartilhamentos
13/09/2020	Justiça do Trabalho autoriza reabertura de escolas particulares do estado do RJ, mas aulas continuam proibidas na capital	2700	723 (90)	227
06/10/2020	Conselho Nacional de Educação aprova juntar anos letivos de 2020 e 2021 e ensino remoto até fim do ano que vem	22000	3300 (100)	7100
10/11/2020	Percentual de alunos desmotivados em estudar na pandemia chega a 54% em setembro, diz pesquisa	2400	388 (50)	402
19/12/2020	Mobilização por abertura de escolas cresce, mas alta da Covid-19 reacende medo de surtos	3500	1500 (100)	336
02/12/2020	MEC determina volta às aulas presenciais nas universidades federais a partir de janeiro	10000	2300 (100)	1400
28/01/2021	Justiça suspende retorno das aulas presenciais no estado de São Paulo	22000	4500 (100)	5900
16/04/2021	Ela ficou lá esperando, mas nenhum aluno entrava na aula. Até que um entrou	43000	3900 (100)	3900
04/05/2021	Ensino remoto na pandemia: os alunos ainda sem internet ou celular após um ano de aulas à distância	470	110 (40)	66
25/05/2021	Em post que viralizou, professor reflete sobre própria apatia na pandemia e diz que se sentiu um 'lixo' ao ver salas vazias	2200	277 (80)	241
17/06/2021	Em tempos de ensino remoto, estudantes assistem aos vídeos dos professores na velocidade 2x para encurtar aula	2700	547 (100)	365
20/07/2021	Ministro da Educação defende retorno às aulas presenciais em pronunciamento em rede nacional: 'Necessidade urgente'	7000	2600 (100)	267

Tabela 1. Reportagens/Postagens que compuseram o *corpus* textual

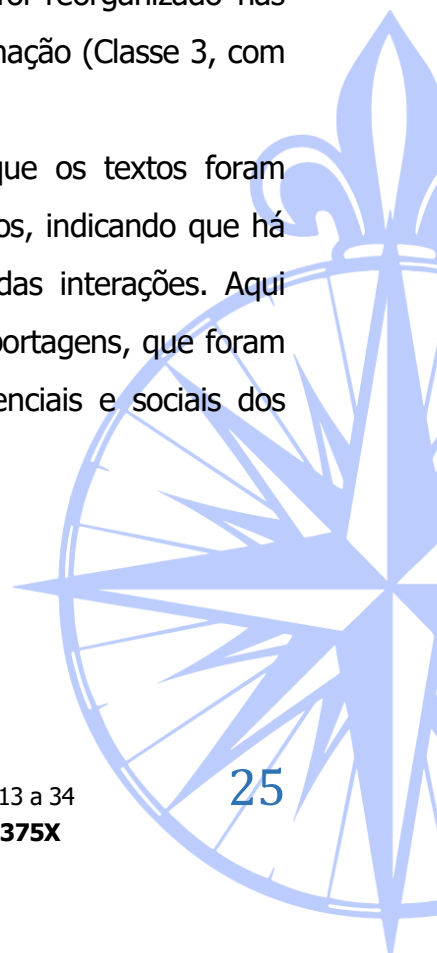
Fonte: Próprio Autor

Quanto à análise textual computadorizada, o *corpus* apresentou 63.497 ocorrências com 7213 palavras distintas. Após a análise lexical básica, o material foi submetido a uma Classificação Hierárquica Descendente (CHD), que desdobrou os 977 textos iniciais em 1781 segmentos de texto e classificou 4193 formas distintas que ocorreram numa frequência média de 36 palavras por segmento.

Para o Dendrograma foram considerados 1793 segmentos (97%) do total inicial. Para cada classe foram ordenadas as palavras com maior capacidade explicativa, calculada por meio do X^2 (Qui-quadro), que indica o nível de associação significativa ($p < 0,01$) de cada item com a classe na qual está inserida, como pode ser observado na Imagem 1, a seguir:

A primeira partição distinguiu o *corpus* em dois subcorpora, denominados de Conteúdo Jornalístico (Classe 4), que agrupou 17,9% dos segmentos, e Comentários (Subcorpus A), que representou 82,1% dos textos. Numa segunda partição, o Subcorpus A (Comentários) foi dividido em duas categorias: uma relativa a Classe 1 (32,6%), denominada de Estrutura, e o Subcorpus B (Saúde). O Subcorpus B, por sua vez, foi reorganizado nas categorias Aglomerações (Classe 2, com 26,9%) e Vacinação (Classe 3, com 22,6%), como pode ser observado na Imagem 1.

Nesta organização inicial é possível observar que os textos foram identificados entre Conteúdos Jornalísticos e Comentários, indicando que há uma distinção entre as reportagens e os conteúdos das interações. Aqui defende-se que os comentários contextualizaram as reportagens, que foram complementadas com as opiniões e os contextos vivenciais e sociais dos internautas.



Lúis MENDES *et al*

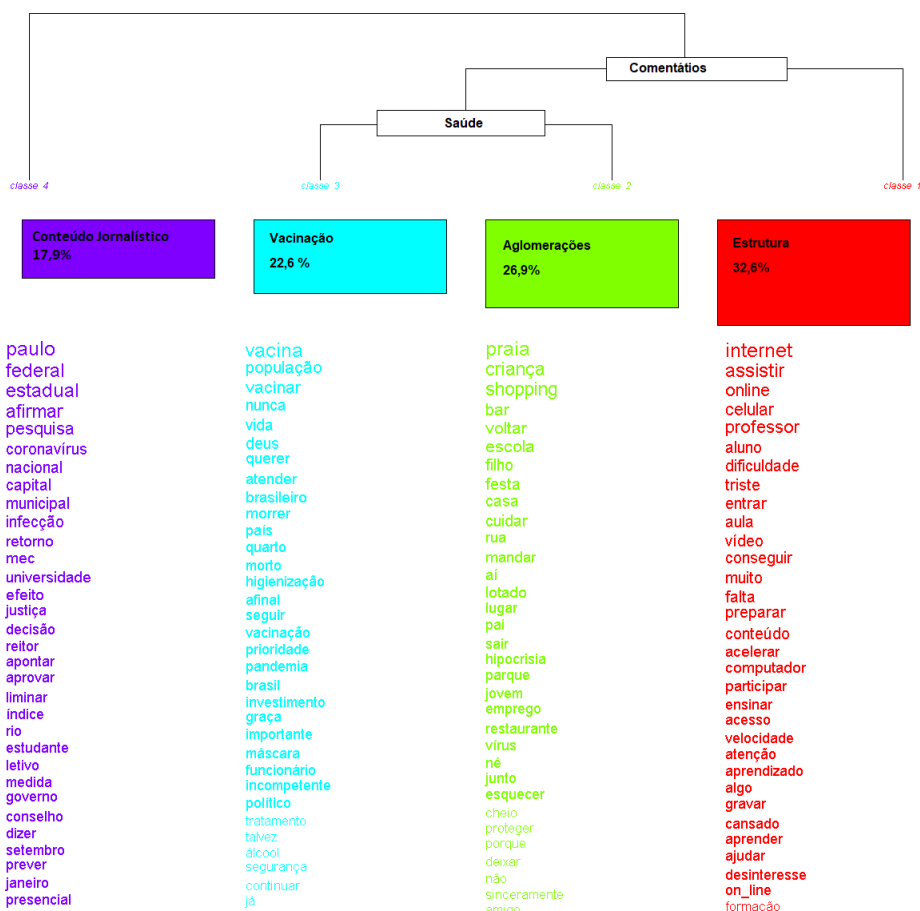


Imagem 1. Dendrograma da Classificação Hierárquica Descendente
Fonte: Próprio autor, por meio do Iramuteq

A primeira categoria temática foi nomeada de Conteúdo Jornalístico (Classe 4) com destaque para as palavras: paulo, federal, estadual, afirmar, pesquisa, coronavírus, nacional, capital, municipal, infecção, entre outras. Em conjunto, os termos apresentam estruturas noticiosas com palavras que indicam organizações geográficas (onde), resultados de pesquisas e consequências da Covid no processo educacional. O fato desta ser a primeira categoria, indica que este foi o conteúdo inicial a partir dos quais se organizaram as demais categorias.

Assim, pode-se defender que o conteúdo jornalístico serviu como uma base ou pauta para os comentários. Este achado é condizente com as afirmações de Anselmino (2012), Costa e Carvalho (2021), Hjarvard (2014) e Suau e Masip (2011), quando defendem que a maioria dos assuntos que repercutem nas redes sociais tem origem nos veículos de comunicação, estes ainda possuem a primazia do gerenciamento e abordagens dos temas das interações. Abaixo, no Quadro 1, podem ser vistos os cinco segmentos de textos mais significativos, organizados a partir do valor do Qui-quadrado (X²).

X ²	Segmentos de texto
	Classe 4 – Conteúdo Jornalístico
609.17	por lei os estados têm autonomia para decidir sobre volta às aulas a rede estadual os municípios na rede municipal ribeiro falou que o governo federal não tem autonomia sobre o tema ministro da educação defende retorno às aulas necessidade urgente
603.44	conselho é responsável por assessorar o governo em políticas de educação e contém representantes do mec a resolução havia sido aprovada por unanimidade a portaria desta quarta-feira se refere apenas às instituições federais de ensino as redes públicas estaduais e municipais ainda seguem sem definição sobre o tema
547.56	o governo estadual recorreu da decisão leia mais abaixo a liminar atendeu a um pedido do sindicato dos professores do ensino oficial do estado de são Paulo apeoesp para barrar decreto do governador joão doria psdb que autorizava a abertura das
537.55	suspensas o risco é trazer um incremento à pandemia afirma em são Paulo a preocupação é a mesma para soraya smaili reitora da universidade federal de são Paulo unifesp que tem campi na capital região metropolitana e baixada santista ainda não
501.74	mec determina volta às aulas presenciais nas universidades federais a partir de janeiro portaria revoga autorização que equivale as aulas remotas às presencias mas condiciona o retorno aos protocolos de biossegurança e prevê uso de ferramentas de tecnologia para complementar eventuais

Quadro 1. Segmentos de textos mais representativos na Classe 4

Nota: X² = valor do Qui-quadrado. **Fonte:** Próprio Autor

A segunda categoria foi intitulada de Estrutura (Classe 1), explicando 32,6% dos textos. Foram destacadas as palavras, como: internet, assistir, online, celular, professor, aluno, dificuldade, triste, entrar e aula. Este contexto

expressou as dificuldades de acesso tecnológico enfrentado pelos atores do processo educacional, com preponderância dos alunos e profissionais das escolas públicas mais afetados pela ausência de condições socioeconômicas, como detalhado no Quadro 2.

Esta e as categorias seguintes são coerentes com a pesquisa de Pernisa Júnior, Leal e Campos (2021), quando listou que abordagens sobre a educação estavam relacionados aos dilemas educacionais das famílias empobrecidas, com acesso precário à tecnologia; a realidade das reorganizações domésticas, as questões de saúde coletiva e com estereótipos nos discursos identitários e convocam normatizações para falar dos sujeitos em situações de carência. Outro fator que caracteriza essas categorias é que são conteúdos posteriores e acrescentados a partir das reportagens originais, como defende Martínez Rodríguez (2005).

X ²	Segmentos de texto
	Classe 1 – Estrutura
529.28	Optam em assistir as aulas remotamente tem equipamentos precários internet lenta compartilham o celular com os irmãos que tem aula no mesmo horário enfim é triste a realidade de desigualdade sem contar que muitos professores não tem equipamentos com a qualidade desejada
513.15	muitos alunos não conseguem ter acesso às aulas de acordo com a professora o brasil ainda não está preparado para o ensino à distância pois muitas famílias não possuem acesso à internet ou precisam dividir um celular com todos em casa
463.96	por quê volta às aulas só da rede privada e os alunos da escola pública que muitos as vezes não tem nem um celular para assistir aula online todos correm o mesmo risco e os professores tb correm risco o que
455.64	quando fiz curso online eu assisti na velocidade normal e ainda pausava pra fazer anotações mas passei no concurso porém cada um funciona de um jeito se pra esses estudantes faz sentido acelerar as aulas e conseguem aprender assim muito que bem
429.80	vejo meu marido se esforçar todo dia preparando aula vídeos trancado no escritório as vezes nem água toma parabéns aos professores e professoras e aos alunos que participam é gratificante não tínhamos nos preparado para aulas remotas as vezes nem note ou internet aluno tem mais políticas públicas de incentivo

Quadro 2. Segmentos de textos mais representativos na Classe 1

Nota: X^2 = valor do Qui-quadrado. **Fonte:** Próprio Autor

Já a categoria Aglomeração (Classe 2, com 26,9% dos segmentos) apresentou termos, como: praia, criança, shopping, bar, volta, escola, filho, festa, casa, cuidar. Em conjunto, essas palavras representam as comparações entre a liberação dos demais tipos de aglomerações, como shoppings e locais públicos, e as restrições aplicadas ao ambiente escolar. Neste caso, as críticas se concentram nas próprias pessoas que não respeitam o distanciamento ou expõem as crianças por questões de entretenimento. Para melhor detalhamento do conteúdo, cinco fragmentos de texto foram listados no Quadro 3, a seguir.

X^2	Segmentos de texto
	Classe 2 – Aglomerações
912.96	se os pais n estão nem aí com a saúde dos filhos tem país levando os filhos pra shopping supermercado praias então a crianças já pode voltar a estudar e os pais que são conscientes pode entra na justiça pra não deixar os filhos voltar pra escola e continuar estudando em casa é um direitos
811.93	lá no centro junto com suas mães sem noção você não acredita as crianças podem ir pra de março podem ir ao shopping praia parquinho casa de amigos mas na escola não pode tem pais desesperados com filhos pequenos trancados o
772.86	o problema é que as pessoas querem crianças na escola durante a pandemia com argumentos super válidos jamais discordaria tenho filhos mas também querem festa de réveillon pra pessoas e também querem aglomerar no bar na praia e no shopping e
767.02	shopping cheios de crianças praias clubes feiras comércio festa crianças na rua brincando e na escola não só na escola se pega covid na rua estão bem cuidados
752.11	fecha escola mais o próprio povo que critica a não retomada da mesma leva os filhos para praia parques shopping pura hipocrisia sou a favor de ambiente seguro sim para meus filhos saio de casa pq preciso trabalhar acho q o povo é tão cego que só consegue enxergar o próprio umbigo

Quadro 3. Segmentos de textos mais representativos na Classe 2

Nota: X^2 = valor do Qui-quadrado. **Fonte:** Próprio Autor

A Classe 3, denominada de Vacinação, explicou 22,6% dos segmentos e destacou as palavras: vacina, população, vacinar, nunca, vida, deus, querer, atender, brasileiro, saúde, entre outras. A questão da vacinação é o ponto

central desta discussão, estando o retorno às aulas presenciais diretamente relacionadas às decisões políticas ligadas à ao sistema de saúde. Os fragmentos de textos mais representativos desta categoria estão detalhados no Quadro 4.

X ²	Segmentos de texto
	Classe 3 – Vacinação
324.99	que pena que o governo brasileiro não levou a sério a campanha de vacinação não comprou nossa vacina a tempo isso em outros países já é normal ontem em goiânia os hospitais já chegaram de ocupação mas o importante é a vida voltar ao normal mesmo sem vacinar nem a metade da população
263.54	acreditam na vacina muito fácil culpar político e eximir a população na sua parcela de culpa no q está acontecendo lamentável mas educação nunca foi prioridade pra brasileiro
244.06	sem vacina como assim esse país se tornou numa tragédia pior governo e descaso total com a população lamentável e vergonhosa realidade brasileira
243.10	quis imunidade de rebanho e tratamento precoce famílias foram destruídas pessoas jovens morreram e vocês argumentando em favor de um governo que desde o início colocou medo na população em relação à vacina incentivando a não obrigatoriedade de imunização que menosprezou
237.58	eles nunca foram numa escola pública não sabem nada da realidade que vivemos ficamos quase meses a espera de uma vacina agora querer voltar sem vacinar e ainda vem comparar a nossa realidade com a europa suécia portugal na suécia uma

Quadro 4. Segmentos de textos mais representativos na Classe 3

Nota: X² = valor do Qui-quadrado. **Fonte:** Próprio Autor

De forma geral os resultados estão em acordo com as pesquisas de Teixeira (2014) e Rosa e John (2013) quando mostram que as interações dos usuários de redes sociais estão relacionadas a questões como críticas dos usuários ao jornal e/ou relato noticioso; apoio ao jornal e/ou legitimação da notícia com exemplificação ou ampliações do contexto, mas também apresentam relações entre os usuários, como crítica entre eles, colaborações, solidariedade, sátiras entre outros temas.

Neste ponto confirma-se o que Duarte, Rivoire e Ribeiro (2016) e Rost (2014) defendem, já que as interações acontecem a partir de conteúdos noticiosos, com ou sem a interferência dos produtores midiáticos. Uma vez que não foram visualizadas respostas do perfil do G1 aos comentários realizados nas postagens.

Considerações finais

A partir dos achados desta pesquisa pode-se defender que a interatividade contribuiu para a construção de significados acerca do ensino remoto na pandemia da Covid a partir de avaliações, compartilhamento e, principalmente, com a agregação de informações acerca das vivências particulares, exemplos de situações, opiniões de cunho político e contextualização das principais dificuldades enfrentadas para a manutenção dos estudos, como a precariedade das estruturas tecnológicas e sociais dos atores do processo educacional, o desrespeito com as estratégias de distanciamento e a questões das políticas de saúde que atingiram a sociedade como um todo.

Quanto ao jornalismo, este continuou com o papel de originar e impulsionar a informação e as pautas sociais, sendo os comentários agregações naturais e consequências do que era postado no portal do G1 e replicado, com poucas adaptações, nas páginas da rede social. O Facebook, por sua vez, foi usado como propagador de links, em que eram utilizadas imagens, títulos, subtítulos ou chamadas da postagem original do portal do G1, com o acréscimo das possibilidades de avaliação (reações), compartilhamentos e comentários que forneceram uma quantidade de interações significativas, como detalhado na Tabela 1.

Dessa forma, defende-se que a presente pesquisa atingiu os seus objetivos, porém não está livre das limitações, como o fato de estudar um único veículo de comunicação, por meio de uma rede social e com

conteúdos vinculados a uma temática única. Assim, os futuros estudos podem ser ampliados para outras mídias noticiosas, com mais plataformas de redes sociais e abordando outras pautas.

Defende-se também o modelo netnográfico de pesquisa como uma das possibilidades de acompanhar os rastros digitais deixados na Internet, a partir das várias etapas da produção jornalística e suas interações com as tecnologias, usuários e contextos culturais e sociais. Quanto ao uso da análise textual computadorizada, neste caso com o apoio do Iramuteq, observou-se ser adequada para o estudo de corpus originados nos contextos online, caracterizado por produzir grandes volumes de material textual.

Este trabalho, assim como os conteúdos jornalísticos e interações analisadas, podem se enquadrar na definição de Marginalia Jornalística, apresentada por Palácios (2012), que reforça a necessidade de estudos dos conteúdos interativos como agregações às informações noticiadas, de forma que no futuro e, com a distância científica e temporal necessária, possam servir de referencial para o entendimento do cenário jornalístico e social experienciado no período da pandemia da Covid-19.

Referências

ANSELMINO, N. R.. **La prensa online y su público**: un estudio de los espacios de intervención y participación del lector en Clarín y La Nación. Buenos Aires: Teseo, 2012.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M.. Iramuteq: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em psicologia**, 21(2), 513-518. 2013. DOI: 10.9788/TP2013.2-16

CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014. Disponível em: https://labcom.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf. Acesso em 20/01/2022.

CASTELLS, M. **O poder da comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2017.

COSTA, R. M. DE B.; CARVALHO, C. P. DE. Jornalismo e redes sociais. **Comunicação & Informação**, v. 24, p. 1–16, 29 dez. 2021. DOI: 10.5216/CI.V24.62507

DUARTE, J.; RIVOIRE, V.; RIBEIRO, A. A. Mídias sociais on line e prática jornalística: um estudo em Santa Catarina. **Universitas: Arquitetura e Comunicação Social**, v. 13, n. 1, p. 1–10, 9 set. 2016. DOI: <https://doi.org/10.5102/uc.v13i1.3854>

HJARVARD, S.. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, v. 5, n. 2, enero-junio, pp. 53-91, 2012.

HUTCHINSON, A.. New Research from Facebook Shows Engagement with Local News Providers Booming Amid COVID-19. **Social Mídia Today**, 2020. Disponível em: <https://www.socialmediatoday.com/news/new-research-from-facebook-shows-engagement-with-local-news-providers-boomi/577612/>. Acesso em 26/02/2022.

JURNO, A. Chevtchouk; BRITO D'ANDRÉA, C. F. de. Facebook e a plataformação do jornalismo: um olhar para os Instant Articles. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 22, n. 1, p. 179-196, 2020.

KOZINETS, R. V. **Netnografia**: Realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014. 203p.

PORTAL DA COMUNICAÇÃO. **Jornalismo cresce em audiência na pandemia do coronavírus**. Negócios da Comunicação [SD]. Disponível em: <https://portaldacomunicacao.com.br/2020/05/jornalismo-cresce-em-audiencia-na-pandemia-do-coronavirus/>. Acesso em 26/01/2022.

PALACIOS, M.. Marginália,'Zeitgeist' é memória do tempo presente: os comentários de leitores no ciberjornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 8, n. 1, p. 133-148, 2012. DOI: <https://doi.org/10.25200/BJR.v8n1.2012.391>.

PERNISA JÚNIOR, C.; LEAL, P. R. F.; CAMPOS, M. F.. Fotojornalismo e representações da educação: as narrativas sobre o contexto de precariedade no ensino remoto brasileiro. **Revista Mídia E Cotidiano**, v. 15, n. 2, 139-163, 2021. Doi: <https://doi.org/10.22409/rmc.v15i2.49547>

RATINAUD, P.. **Iramuteq**: Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires [Computer software]. 2020. Disponível em <http://www.iramuteq.org>. Acesso em 08 jul. 2021.

RODRÍGUEZ, L. M.. **La participación de los usuarios en los contenidos periodísticos de la red**. In GARCÍA, Guillermo López. El Ecosistema Digital. Valencia: Universitat de València, 2005.

ROSA, J. A. da; JOHN, V. M. **Jornalismo e Interação**: Análise da Resposta dos Internautas à Cobertura do Caso Mensalão pela Fanpage do Jornal Folha de S.Paulo. Artigo. VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura, de 20 a 22 de novembro de 2013.

ROST, A.. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

SCOLARI, C. A. **Narrativas transmedia**. Cuando todos los medios cuentan. barcelona: deusto, 2013.

SOUSA, M. de C. E. de. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na internet**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. 286 p. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/122790/323516.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 23 mar. 2020

SUAU, J.; MASIP, P.. Models de participació de les audiències en mitjans digitals catalans: anàlisi de La Vanguardia, El Periódico, Vilaweb i 3cat24. **Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi**, p. 83-104, 2011. DOI: 10.2436/20.3008.01.79

TEIXEIRA, M. O.. A interação usuário x jornal em um site de rede social: indícios de uma mudança. **Brazilian Journalism Research**, v. 10, n. 1, p. 192-217, 2014. DOI: <https://doi.org/10.25200/BJR.v10n1.2014.553>



A MODERAÇÃO DE CONTEÚDO: o problema do discurso de ódio e sua vagueza

CONTENT MODERATION: the problem of hate speech and its vague meaning

Lucila Gabriella Maciel Carneiro VILHENA¹
Universidade Estadual da Paraíba | Brasil
Universidade de Lisboa | Portugal

Resumo

Este artigo visa discutir o papel das grandes empresas de comunicação da Internet em relação à moderação de conteúdo odioso. Também se pretende analisar o problema que a vagueza do conceito de discurso de ódio traz para as empresas. É dizer, sua falta de significado, além de dificultar o reconhecimento deste discurso, também traz insegurança quanto à necessidade de sua exclusão do debate público, sobretudo quando esta exclusão se pretenda necessária para proteger a própria sociedade e manter parâmetros de segurança no ambiente digital. Para tal, discutiremos alguns aspectos acerca da normativa europeia, com o fim de apontá-la como referência para a condução de toda problemática aqui estudada, típica da atualidade.

Palavras-chave

Direitos fundamentais; discurso de ódio; moderação de conteúdo;

Abstract

This article aims to discuss the role of major internet media companies in relation to the moderation of hateful content. It is also intended to analyze the problem that the vagueness of the concept of hate speech brings to companies. That is to say, its lack of meaning, in addition to making it difficult to recognize this discourse, also brings uncertainty about the need for its exclusion from public debate, especially when this exclusion is intended to be necessary to protect society itself and maintain security parameters in the digital environment. To this end, we will discuss some aspects of the European regulations, in order to point them out as a reference for the conduct of all the problems studied here, typical of today.

Keywords

Fundamental rights; hate speech; Content moderation.

EIXO TEMÁTICO

RECEBIDO EM 11 DE NOVEMBRO DE 2023
ACEITO EM 19 DE ABRIL DE 2023

¹ Professora da Universidade Estadual da Paraíba. Contato: lucilavilhena@hotmail.com.

Introdução

Nos dias atuais, ao passo em que há grande facilidade e rapidez na troca de informações e de opiniões na Internet, há também grande dificuldade em obter a justa responsabilização de pessoas que abusam dos direitos relativos à liberdade de informação e de expressão, sobretudo devido à própria natureza do ambiente virtual onde as pessoas se colocam distantes, “protegidas” pela tela do computador e até mesmo, em muitos casos, pelo anonimato.

Neste sentido, conforme percebemos, as autoridades públicas, diante de sua incapacidade para solucionar um problema tão específico, novo e fluido, têm passado para as mãos das empresas privadas a grande responsabilidade de promover um espaço democrático e saudável de debate público *on-line*, o que acaba por resultar, também, em grande poder concentrado nestas entidades.

Como sabemos, essas referidas empresas são hoje mais poderosas do que muitos Governos e países, elas têm capacidade de moldar a opinião pública de uma forma que pode trazer consequências para toda a humanidade.

Com efeito, em decorrência da liberdade exercida sob o ponto de vista da informação, bem como, dos efeitos colaterais do avanço tecnológico, essas plataformas também têm sofrido cada vez mais pressão – tanto por parte das autoridades públicas, quanto da sociedade em geral - para eliminar conteúdo falso e/ou ofensivo de seu ambiente, e tal pressão, como é previsto, nem sempre vem munida de boas intenções. Muitos são os relatos sobre tentativas coordenadas de manipulação da opinião pública, que ocorrem, principalmente, através do uso de contas e usuários falsos nas redes sociais.

Diante do exposto, a discussão que ora propomos é a de saber qual é o papel das grandes empresas de comunicação na Internet, sobretudo as mais relevantes, como *Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft*, quanto à regulação de temas sensíveis, a exemplo da liberdade de expressão;

nomeadamente se, em se tratando de ambiente privado, estas empresas têm o dever de pautar suas políticas de moderação com base nos princípios internacionais dos Direitos Humanos; e por fim, se a falta de clareza do conceito de discurso de ódio impossibilita a ponderação dos direitos em colisão e, conseqüentemente, a própria justiça.

A vanguarda da normativa europeia

Em 2016, a Comissão Europeia apresentou um código de conduta juntamente com algumas empresas de tecnologia da informação, nomeadamente: *Facebook, Microsoft, Twitter e Youtube*, chamado de “Código de conduta para combater o discurso de ódio ilegal *on-line*”, cujo objetivo foi “promover e facilitar a liberdade de expressão no mundo *on-line*” (COMISSÃO EUROPEIA, 2016).

Neste referido documento, as empresas de Tecnologia da Informação compartilham o compromisso da Comissão Europeia e dos Estados Membros da União Europeia em combater o discurso de ódio ilegal *on-line*. Discurso de ódio aqui entendido em conformidade com a Decisão-Quadro 2008/913/JAI, de 28 de novembro de 2008, relativa à luta contra certas formas e manifestações de racismo e xenofobia, em cujo texto encontramos a seguinte definição: Discurso de ódio é a “incitação pública à violência ou ao ódio contra um grupo de pessoas ou os seus membros, definido por referência à raça, cor, religião, ascendência ou origem nacional ou étnica”. (CONSELHO, 2008).

Na elaboração daquele código de conduta, as empresas se comprometeram a observar as regras e diretrizes europeias que proíbem o incitamento à violência e à conduta odiosa. Com efeito, as empresas também assumiram o compromisso de, dentre outros atos, manter processos claros e eficazes para a análise das notificações referentes a discursos de ódio que lhes fossem apresentadas, bem como, promover a rápida remoção (em até 24 horas) de tais conteúdos, sempre analisando-os à luz das suas políticas internas,

obviamente, mas também à luz da legislação europeia e das leis nacionais que transpõem aquela Decisão-Quadro.

Conforme notamos, a justificativa para a adoção de tais medidas pelo referido código de conduta para combater o discurso de ódio ilegal *on-line*, foi precisamente a necessidade de defender o direito à liberdade de expressão, embora nem as autoridades europeias e nem as empresas expliquem exatamente como isso se daria.

O referido documento ainda previu a avaliação periódica, levada a cabo por organizações com sede nos Estados-membros, do comportamento das empresas de tecnologia da informação e dos resultados de suas práticas de combate à incitação ilegal ao ódio.

Ainda em 2016, saíram os primeiros resultados dessa avaliação, onde podemos observar dois dados interessantes. O primeiro foi sobre o principal motivo reportado às empresas como discurso de ódio: o discurso antissemita (que representou 27,3% dos casos). E depois, a quantidade média de conteúdo removido da Internet, onde 28% dos pedidos foram atendidos, sendo o *Youtube* aquele que atendeu a 48,5% - praticamente a metade - dos pedidos de remoção de conteúdo tido como ofensivo pelos usuários e observadores (COMISSÃO EUROPEIA, 2016).

Sem embargo, na quarta revisão publicada em fevereiro de 2019, o resultado foi um alerta: 72% do conteúdo alegadamente de incitação ao ódio foi eliminado das plataformas. No entanto, este resultado foi considerado extremamente positivo pela Comissão, não obstante ter reconhecido que as empresas de Tecnologia da Informação ainda “precisam ser mais transparentes nas notificações e nas remoções de conteúdo” (COMISSÃO EUROPEIA, 2019).

Finalmente, na quinta avaliação de resultados, a Comissão concluiu que o número permaneceu estável já que em 71% dos casos denunciados como *hate speech* (ou discurso de ódio), o conteúdo foi, de fato, removido das plataformas (COMISSÃO EUROPEIA, 2020).

Diante do exposto, analisados os fatos relatados nos referidos documentos europeus, entendemos o oposto daquilo que conclui a Comissão. É dizer, a falta de transparência na remoção de conteúdos publicados na Internet, como o próprio órgão relatou, demonstra apenas o insucesso de uma iniciativa como um “código de conduta para combater o discurso de ódio ilegal *on-line*”, além de que beira perigosamente à censura. Ademais, não se pode conceber que uma iniciativa que visa, com pouca ou nenhuma transparência, a remoção de opiniões da Internet, seja justificada, sem mais, como uma proteção à liberdade de expressão, sobretudo quando essa prática se apoia muito mais em políticas comerciais das próprias empresas privadas, do que nas normas constitucionais de qualquer Estado democrático.

Iniciativas como essa em análise, em última instância, representam a transferência da responsabilidade pela promoção de políticas de segurança, educação e tolerância nas redes sociais, para empresas privadas que não têm como norte a proteção e promoção de direitos fundamentais. Ademais, estas empresas demonstram o “sucesso” de seus números, porém eles apontam para a privação da liberdade alheia, sem grandes explicações e justificativas, o que se torna ainda pior quando observamos que os revisores de conteúdo, aqueles responsáveis pela exclusão da informação, são pessoas (ou robôs) sem nenhum conhecimento crítico sobre temas como liberdade de expressão, ponderação de direitos fundamentais, eficácia horizontal dos direitos fundamentais, dentre outros temas essenciais para a análise e conclusão pela eventual restrição de direitos dessa estirpe.

Em seu documento de fevereiro de 2019, com o objetivo de explicar como o Código de Conduta ajuda a combater o discurso de ódio ilegal na Internet, a Comissão Europeia comemorou que, em média, as empresas de Tecnologia estavam a avaliar 89% do conteúdo sinalizado em 24 horas, ante 81% no ano anterior. A taxa total de remoção permaneceu estável em cerca de 70%, o que, para a entidade, seria satisfatório, “pois o discurso de ódio não é fácil de definir” (COMISSÃO EUROPEIA, 2019). Ora, como ser satisfatória a remoção de 70% de

um conteúdo que sequer são capazes de definir? Estaria mesmo apenas o discurso de ódio sendo removido, ou neste número está contido algo mais? Como vemos, é difícil responder a essas questões, sobretudo quando não há transparência nas atitudes e nos dados das empresas e das autoridades públicas.

Resultado diferente foi aquele conquistado através da recente aprovação do Regulamento dos Serviços digitais proposto pela Comissão Europeia, em julho de 2022, o qual nos parece uma inovação legislativa mais promissora, coerente e alinhada aos desafios da sociedade atual.

Este referido documento institui um quadro claro e eficaz em matéria de transparência e responsabilidade das plataformas. Algumas das novas obrigações propostas pela legislação são: a presença dos direitos fundamentais como norteadores dos serviços prestados; a obrigação de prestar informações aos usuários; a instituição de mecanismos de reclamações e recursos contra as decisões das plataformas; a criação de um mecanismo de resolução extrajudicial dos litígios; maior transparência nos serviços prestados e; a criação de um código de conduta (COMISSÃO EUROPEIA, 2022).

Como vemos, a normativa europeia, sobretudo diante da inovação trazida pela Comissão e aprovada recentemente pelo Parlamento, parece estar próximo a trilhar um caminho mais seguro e justo para o problema da regulação do discurso nas redes sociais, uma vez que, além de ter o respeito aos direitos fundamentais como norte, tem exigido transparência na atividade comercial, bem como, a criação de mecanismos de solução de controvérsia com recurso ao contraditório. É, sem dúvidas, um modelo que pode ser seguido em outras realidades regionais.

O problema da remoção de conteúdo e as políticas comerciais

A remoção de conteúdo *on-line* sob a justificativa de promoção de um ambiente saudável e pacífico de discussão, não pode ser usada como pano de fundo para a violação de direitos humanos. Os Estados não podem usar as

grandes empresas de comunicação da Internet como ferramentas para limitar expressões as quais eles próprios seriam impedidos de o fazer. É dizer, se os próprios Estados pretendessem monitorar, controlar e editar os assuntos discutidos no ambiente *on-line* da maneira como é feito pelas empresas privadas, certamente, tais atitudes seriam tidas, numa realidade democrática, como inconstitucionais.

Assim, ao estimular que as empresas privadas construam o seu modelo de negócios e adotem as suas políticas comerciais sem observância aos direitos fundamentais, esses Estados escusam-se de atitudes inconstitucionais ou antidemocráticas ao passo em que, na verdade, cobram que atitudes desta natureza sejam levadas a cabo por entes privados em seu lugar.

Toda regulação que esses Estados pretenderem exigir das empresas deve ser justificada de acordo com os preceitos norteadores do direito internacional (ONU, 2019). Neste sentido, como resta claro, os Estados não podem criar um dever de controle da “paz social” no ambiente *on-line* a ser levado adiante pelas empresas privadas, quando nem mesmo os próprios Estados são capazes de o fazer, sobretudo se esse controle advém de filtros de conteúdo (naquele sentido trazido por Dafne Keller (2019), que signifiquem censura prévia.

Com efeito, o fato é que essas grandes empresas que funcionam na Internet são detentoras de grande poder de controle social através, sobretudo, da linguagem. Como podemos conhecer pela imprensa e por notícias divulgadas nas próprias redes sociais, os executivos dessas empresas de comunicação se reúnem periodicamente para debater os problemas mais recentes em matéria de discursos de ódio, desinformação e outros conteúdos perturbadores (THE ECONOMIST, 2018). Eles dividem preocupações e buscam soluções que nem sempre passam pela observância aos direitos fundamentais. O fato é que as decisões tomadas nesses fóruns sobre a remoção de conteúdo, acabam servindo de instruções para milhares de revisores, aparentemente, sem nenhum compromisso com parâmetros mínimos de justiça.

Neste cenário, observamos que as empresas moderam cada vez mais o conteúdo publicado em suas plataformas e essa não é mais vista como uma atividade periférica, mas sim, como essencial para seus negócios, sendo inclusive, um pleito da própria opinião pública. Cada uma dessas empresas elabora diferentes políticas, mas com um conteúdo em comum: tornar suas plataformas menos “tóxicas” ao filtrar toda matéria publicada.

É notório que, hoje, um número pequeno de empresas consegue controlar o que milhões de pessoas ao redor do globo podem dizer, ouvir e ver. Para ilustrarmos essa discussão, é emblemático o caso do aplicativo de mensagens chinês *WeChat*, que conta com milhões de usuários e adota em suas políticas a proibição expressa do discurso de ódio. O problema é que o que a empresa entende por discurso de ódio é todo aquele conteúdo que, de fato, ou em sua “opinião razoável é odioso, hostil, abusivo, racial ou etnicamente ofensivo, difamatório, humilhante para outras pessoas, ameaçador, profano ou censurável” (WECHAT, 2022). Ou seja, todo e qualquer pensamento, segundo a “opinião razoável” da empresa, pode ser excluído, pois é ela quem decide quais conteúdos podem ser compartilhados, o que, inegavelmente, influencia a opinião pública à sua maneira.

O papel regulador das mídias sociais como entes não estatais e o problema da falta de transparência

Diante do exposto, notamos que a maneira como as empresas tomam suas decisões, de forma pouco ou nada transparentes, a respeito de quais conteúdos serão retirados do ar, é alvo de muitas críticas. Por outro lado, elas têm muitas justificativas para atenuar estas críticas.

O *Facebook*, por exemplo, alega que a remoção de páginas é feita apenas após relatos de outros usuários. No conhecido caso Alex Jones, que foi banido de uma série de redes sociais, segundo essa empresa, a exclusão de sua conta se deu porque o autor estava fazendo apologia a violência e usando de linguagem desumana para descrever pessoas transexuais, muçulmanas e imigrantes. Já no

YouTube, no mesmo caso, a posição oficial foi a de encerrar a conta do usuário porque violaram as suas políticas contra o discurso de ódio e assédio e porque tentou escapar do cumprimento de suas regras (THE ECONOMIST, 2018). Em caso mais polêmico e mais recente, todas as principais plataformas resolveram banir definitivamente o então presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, por incitar a violência provocada na invasão do Capitólio em 6 de janeiro de 2021 (BLOOMBERG; EURONEWS, 2021).

Com efeito, entendemos que quando a indústria da comunicação se limitava a pequenas *startups* jovens e vulneráveis, a exemplo do *Facebook*, que nasceu dentro de uma comunidade universitária com apenas alguns alunos usuários, onde todos se conheciam e onde se objetivava a manutenção das relações saudáveis dentro dessa pequena realidade; essa abordagem de monitorar o conteúdo postado ali era razoável. Contudo, hoje esta mesma plataforma conta com milhões de usuários em todo o mundo, o que demonstra que esses sítios se tornaram espaços centrais para a interação social e para todos os tipos de expressão de ideias.

É diante dessa realidade que a discussão sobre o papel regulador das mídias sociais como entes não estatais se coloca, já que, ao invés de promover o livre mercado de ideias na Internet, como se propunham inicialmente, as grandes empresas têm optado por mais vigilância e monitoramento dos conteúdos postados, ora por pressão da sociedade, ora por pressão regulatória dos Estados e ora por interesses econômicos próprios.

O *Facebook* e o *YouTube*, por exemplo, aumentaram drasticamente os recursos humanos e tecnológicos dedicados ao policiamento de suas plataformas nos últimos anos. O *Facebook* dobrou o número de funcionários e prestadores de serviços dedicados à "proteção e segurança", sendo grande parte deles "revisores de conteúdo". Já no *YouTube*, cerca de 10 mil pessoas trabalham, de forma direta ou indireta, na moderação do que é postado na plataforma (THE ECONOMIST, 2018). Como sabemos, essas empresas retiram milhões de postagens todos os

meses de cada plataforma, guiados por manuais de instruções espessos e vagos, que demonstram pouca clareza e segurança.

Com efeito, tanto investimento em segurança das informações além de se demonstrar inútil, já que notícias falsas sempre encontrarão uma maneira de serem divulgadas, eleva-se muito os custos das empresas que precisam investir cada vez mais em mão de obra e em tecnologia. Mark Zuckerberg, executivo-chefe do *Facebook*, já afirmou que, a longo prazo, o problema da moderação de conteúdo terá que ser resolvido com inteligência artificial, sob pena de ter de manter mais moderadores de conteúdo do que engenheiros em sua folha de pagamento (THE ECONOMIST, 2018).

O sistema de moderação do *YouTube* é semelhante, conta também com diretrizes publicadas para aquilo que é considerado por eles como aceitável, e ainda traz instruções detalhadas para seus funcionários revisores de conteúdo, que decidam rapidamente o que fazer com aquilo que foi sinalizado como falso ou ofensivo, e a maioria deles é feita por meio automatizado. O *Twitter* também usa inteligência artificial para identificar contas falsas e algum conteúdo inadequado, mas depende mais de relatórios de usuários que apontam, por exemplo, terem sofrido algum tipo de assédio ou intimidação.

Todas essas informações nos demonstram que se gasta muito dinheiro e energia em novas tecnologias e em capacitação humana para evitar a postagem de conteúdos ofensivos ou falsos, e muito pouco naquilo que resolve o problema da desinformação e da intolerância de forma sustentável: a educação midiática.

Neste sentido, muito se tem discutido sobre a alfabetização midiática, onde autores como Galeano apontam para a necessidade de alerta sobre os baixos percentuais, principalmente nos países latino-americanos, em termos de domínio de habilidades básicas e avançadas relacionadas com as tecnologias da informação. Tal fato pode ser devido às várias lacunas enfrentadas pela população desta região, tanto no acesso quanto no uso das tecnologias.

Conforme Galeano (2023), mostra-se necessário promover ações contra essas lacunas, que afetam as habilidades dos cidadãos para diferenciar

informações verdadeiras das falsas, para entender as implicações dos conteúdos que circulam tanto nos meios tradicionais de mídia, em sites e redes sociais por meio da Internet e/ou produzir suas próprias mensagens nesses ambientes.

Diante do exposto, fica evidente a problemática aqui discutida, bem como, a dificuldade de solução. Neste sentido, passamos a analisar outro ponto igualmente importante, qual seja, o problema do conceito de discurso de ódio.

A falta de clareza no conceito de discurso de ódio

Como vemos, o trabalho de monitorar notícias pode mitigar os efeitos negativos da publicação de conteúdo inverídico, contudo, não impede a sua viralização e replicação (ALVES, 2021). Tal conduta tampouco impede que o problema se repita em outro local e que atinja outras vítimas, neste sentido, é preciso o empenho de gerações tolerantes e capazes de analisar criticamente uma opinião, de buscar outras fontes de informação e de identificar se aquilo se trata de um conteúdo mentiroso.

Sobre o problema do discurso de ódio, é notório que ele não pode ser admitido como o livre exercício do direito à manifestação do pensamento ou opinião, e, portanto, extirpado do discurso público, contudo, para tal, é essencial defini-lo de maneira a que todos o possam conhecer. A definição desse tipo de discurso deve, portanto, figurar publicamente nas políticas, regras e normas de todas as plataformas que pretendam oferecer transparência e segurança aos seus usuários de forma clara e que não restem dúvidas, e para isso, as empresas precisam defini-lo objetivamente.

Por outro lado, a presente discussão também deve passar pelo uso dos algoritmos nas redes sociais, se eles são capazes de aprofundar as divisões políticas e se facilitam a disseminação de desinformação e propaganda. É dizer, ao tentar maximizar o engajamento do usuário, os algoritmos maximizam a indignação dos demais? O próprio modelo de negócios adotado pelas grandes

empresas de comunicação, portanto, pode também ser susceptível, em última análise, de provocar o ódio e a divisão da sociedade (THE GUARDIAN, 2018).

Os critérios usados pelas plataformas, tanto em matéria de publicidade, como para moderar o conteúdo postado, não são nem objetivos e nem claros, e as próprias empresas, muitas vezes, assumem que o grande volume de conteúdo lhes faz cometer erros (THE NEW YORK TIMES, 2018). Geralmente a remoção de um texto ou imagem se dá em razão do número elevado de “denúncias” sobre o seu conteúdo, então, aquele que obtiver mais denúncias, será retirado mais rapidamente, o que nos parece perigoso, pois a adoção de um critério apenas quantitativo nessa política, pode representar, na verdade, uma imposição de opinião.

Isto exposto, percebemos que a falta de transparência em relação ao tratamento dos dados dos usuários e das próprias plataformas; à forma e às razões que levam à exclusão de certo conteúdo; e, principalmente, à falta de clareza sobre a definição de discurso de ódio; não por acaso, inflamam a discussão sobre a capacidade de manipulação da opinião pública por partes dessas grandes redes de comunicação na Internet.

Hoje, essas são algumas das instituições mais poderosas do mundo e moldam a opinião da sociedade e o discurso público de maneiras que nem os seus executivos conseguem explicar. É preciso, portanto, mais transparência e pesquisa, pois é apenas dessa forma que passaríamos a entender como as grandes plataformas da comunicação e a Internet estão afetando toda a sociedade.

Sem embargo, geralmente, os CEO’s destas empresas não confirmam qualquer ato de censura por parte de suas redes, e muito menos que monitorem o conteúdo postado seguindo qualquer viés ideológico (CNBC, 2018). Ainda assim, a pressão pela implementação de filtros de *upload* para discursos de ódio (e outros tipos de conteúdo), a nosso ver, não é uma boa solução, pois direciona as plataformas para a regulação e remoção também de conteúdo legal, gerando prejuízos incalculáveis para todos. O uso desses filtros aumenta o poder das

empresas com muito pouca ou nenhuma supervisão ou oportunidade de reparação. É dizer, sem uma legislação clara sobre discurso de ódio, deixar a regulação da liberdade de expressão nas mãos de empresas privadas pode ter consequências irreversíveis.

Na opinião do Relator Especial da ONU para a liberdade de expressão, os Estados deveriam buscar leis e políticas que pressionem as empresas a proteger a liberdade de expressão e combater formas legalmente definidas de discurso de ódio por meio de uma combinação de recursos, a saber, requisitos de transparência que permitam a supervisão e o escrutínio público, aplicação da lei nacional por autoridades judiciais independentes, bem como, outros esforços sociais e educacionais; de acordo com as diretrizes propostas na resolução do Conselho de Ação de Rabat e na resolução do Conselho de Direitos Humanos 16/18 (ONU, 2019).

A necessidade de regulação de conteúdo

Diferente do que se demonstrava quando do surgimento das plataformas digitais, onde a promessa e a expectativa giravam em torno da construção de um ambiente de liberdade absoluta, o que tem se demonstrado, atualmente, é a necessidade de regulação do ambiente digital. Neste sentido, mostrar-se necessário, também, a proibição da publicação de certo conteúdo tido como ofensivo ou mentiroso, a exemplo dos discursos de ódio.

Contudo, nesta atividade, é fundamental que seja priorizada a observância daquilo que está estabelecido no Direito Internacional, é dizer, para além da necessidade, da legitimidade, da legalidade e da proporcionalidade de tais atos restritivos, é necessário que haja o estrito respeito aos direitos fundamentais, nomeadamente, a liberdade de expressão, assim como acontece com a regulação do discurso na vida fora da Internet.

Todo o aqui exposto nos leva a dois pontos de conclusão: primeiramente, se a desinformação, o discurso de ódio e o conteúdo ofensivo são tão difundidos

on-line, temos que ter em mente que estes podem ser efeitos do próprio modelo de negócios adotado nos últimos anos pelas empresas, que têm, cada vez mais, aberto espaço para publicidade e propaganda de qualquer material. Tal ponto não pode ser considerado irrelevante, pois, para vender mais e promover mais anúncios, os algoritmos dessas plataformas favorecem o conteúdo que, muitas vezes, pode ser ofensivo para alguns. Sabemos que as empresas de comunicação, quando vendem espaços publicitários, não estão preocupadas, exatamente, em proteger os usuários de ofensas ou de notícias falsas, pois o seu objetivo, aqui, é fazer negócios como qualquer outra empresa.

Em segundo lugar, também entendemos que ofensas, discurso de ódio e *Fake News* são efeitos colaterais do avanço tecnológico das comunicações sentido pela sociedade atual, pois diante do grande aumento de usuários dessas plataformas de comunicação, diante de meios mais interativos de troca de conteúdo nelas, e ainda, diante do fato de que as pessoas estão protegidas atrás de um computador onde elas sequer precisam dizer quem são ou assumir responsabilidades, é natural sentirem-se mais à vontade em propagar notícias sem o cuidado de checar sua veracidade ou de não provocar ofensas. Sem embargo, obviamente, o fato de estes serem efeitos naturais da atualidade, não tornam os discursos de ódio algo lícito. Tais discursos podem ser censurados, desde que haja uma definição clara de seu sentido.

Assim, em paralelo à promoção da educação e da tolerância nas interações sociais de comunicação, das quais as grandes empresas da Internet deveriam ser grandes promotoras, elas devem também, adotar em suas políticas regras claras que informem ao usuário quando este esteja a abusar de seu direito à livre manifestação do pensamento.

A regulação privada do discurso público

A Lei Alemã NetzDG, de junho de 2017 que, dentre outros temas, trata da questão da remoção de conteúdo, é a mais conhecida deste tipo, mas vários

outros ordenamentos jurídicos têm optado pela adoção de regras que exigem das empresas de Internet a exclusão de falas ou textos considerados “manifestamente ilegais” dentro de um período temporal específico, normalmente, 24 horas (GERMAN LAW ARCHIVE, 2017).

Blanco de Moraes (2018), ao dedicar-se ao estudo desta lei, afirma que o poder público alemão transformou as grandes firmas de comunicação em verdadeiras gestoras da rede, pois, sob pena de pesadas multas, elas são responsáveis pela remoção de conteúdos “ilícitos” como *fake news* e *hate speech* – este último, como alerta o autor, ainda sofre o agravante de ter sido entendido num sentido perigosamente lato, portanto, ao fim e ao cabo, quem vai determinar se estaremos mesmo diante de um discurso odioso ou não, será uma empresa privada com fulcro no ganho pessoal, não o Estado que se pauta em todas as relações pelo respeito aos direitos fundamentais.

Assim, diante do novo cenário em que a comunicação social se encontra e diante da impossibilidade de controlar tudo o que é dito na Internet, o Estado passa essa responsabilidade para as empresas privadas, e então, agora são elas quem decidem o que é um discurso de ódio, o que fere a dignidade humana, o que é notícia falsa, e o que, portanto, deve ser banido do ambiente *on-line*. Se fosse o Estado a tomar atitudes dessa estirpe, ainda que sob a justificativa de proteção de minorias contra ofensas propagadas neste ambiente, seriam tidas, no mínimo, como medidas inconstitucionais e antidemocráticas.

Portanto, a finalidade das empresas não é fazer um exercício de ponderação entre os direitos fundamentais ali envolvidos. Muito menos elas têm como norte a observância aos parâmetros da legalidade, legitimidade, necessidade e proporcionalidade, como conferido pelo Direito Internacional. Ainda pelo contrário, como as empresas são pautadas pelo lucro, diante de uma exigência de remoção de conteúdo num prazo de 24 horas, sempre que houver dúvida sobre a interpretação de um discurso ou veracidade de uma notícia, a fim de evitar uma punição financeira (que, no caso alemão, pode chegar a 5 milhões de euros) a empresa certamente optará pela retirada do conteúdo, sobretudo

porque se ela cometer algum equívoco nessa atitude, nenhum tipo de responsabilização recairá sobre si. Então, em caso de dúvida, é muito mais vantajoso para a plataforma a opção pela censura. A prioridade das empresas, como resta óbvio, é cumprir a determinação da legislação aplicável e retirar o conteúdo ainda dentro do prazo estipulado, evitando punições, inclusive financeiras.

Neste sentido, o Relator Especial da ONU para a liberdade de expressão afirmou que a lei alemã aqui estudada (*Netzdurchsetzungsgesetz*) é “problematicamente vaga”, e embora deva ser entendida como um esforço de boa-fé para lidar com a preocupação generalizada com o ódio *on-line* e suas consequências *off-line*, a falha na definição de termos essenciais, a exemplo do discurso de ódio, dá margem à justas críticas cujas opiniões apontam para a incompatibilidade da lei com os *standards* do Direito Internacional dos Direitos Humanos (ONU, 2019). É dizer, a tentativa de inovação legislativa, aqui, vem antes de ser solucionada uma questão preliminar: a de definir o que é o discurso de ódio.

Como bem demonstra John Stuart Mill, há um sentimento na mente de cada pessoa de que todos deviam ser obrigados a agir da mesma forma que ela e aqueles com quem simpatiza, pois, as opiniões das pessoas sobre o que é louvável ou condenável, são afetadas por todas as diversas causas que influenciam os seus desejos ou sentimentos em relação à conduta dos outros, causas que são tão numerosas quanto as que determinam os seus desejos sobre qualquer outro assunto, como sua razão, seus preconceitos, superstições, seus sentimentos e, mais comumente, os seus interesses próprios, sejam eles legítimos ou não (MILL, 2015). Com efeito, tal afirmativa reforça a necessidade de que as condutas e conceitos sejam claros, para apenas assim, pensarmos em limitar a liberdade de expressão.

Portanto, a questão que se coloca não é sobre a hipótese de exclusão do conteúdo postado, pois a liberdade de expressão não é absoluta. O que tem sido motivo de preocupação é o fato de que estas condutas censoras estão a ser

levadas a cabo sem que haja legislação que as justifique, nem tampouco, clareza e transparência em sua condução.

Como podemos observar no debate público, são precisamente essas empresas as responsáveis pela rápida disseminação de praticamente todas as notícias as quais temos acesso, muita delas em tempo real, e por isso, a influência causada por elas aos seus leitores e usuários é mais do que evidente, contudo, não deve caber a elas a última palavra sobre aquilo que poderá, ou não, ser lido, visto, assistido e ouvido pela sociedade.

Sobre este aspecto, Stuart Mill diz que a censura privada é tão má quanto a pública, pois há um limite à interferência legítima da opinião coletiva na independência individual e encontrar esse limite - e protegê-lo contra transgressões - é tão indispensável para o bom estado das relações humanas, como a proteção contra o despotismo político (MILL, 2015).

Conclusão

O que tudo o aqui exposto significa para os contornos da liberdade de expressão na era das mídias sociais não é imediatamente claro, pelo contrário, é uma área cinzenta entre a necessidade de criação de uma estrutura legal na qual as empresas de comunicação possam ser responsabilizadas por suas decisões editoriais, por um lado; e por outro, que não prejudique a livre iniciativa e sua autonomia para filtrar informações perigosas e comprovadamente falsas e/ou enganosas.

Porém, se pretendem realmente resolver o desafio da moderação de conteúdo, as grandes plataformas devem começar por impor mais rigidez em seus próprios modelos de negócios, pois ao que parece, estas empresas agem rapidamente em monitorar o conteúdo supostamente ofensivo e falso quando denunciado por seus usuários, no entanto, esta rapidez e cuidado não são verificados da mesma maneira quando o suposto conteúdo abusivo decorre de

clientes que adquirem o seu espaço para divulgar ou promover seus próprios interesses.

Isso exposto, defendemos que, assim como no ambiente *off-line*, as plataformas digitais não só podem, como devem excluir as publicações que contenham discursos de ódio, contudo, é primordial que seja definido claramente o que representa este tipo de discurso e quem são suas vítimas, pois a falta de clareza e a vagueza com que o termo é tratado, não traz outra coisa senão insegurança jurídica e ameaça ao livre exercício de um direito elementar como a liberdade de expressão, o que é inaceitável numa democracia.

Não há aqui razão para defender outros limites à liberdade de expressão somente porque o discurso ocorre no ciberespaço. Essas novas ferramentas que trouxeram com elas uma nova forma de comunicação, de informação e de troca dos mais variados tipos de conteúdo, representam um caminho sem volta para a sociedade atual, e, portanto, cabe a nós apontarmos soluções para os problemas comuns que surgem de toda novidade. No entanto, a censura, sem critérios normativos rígidos e transparentes, certamente não é uma hipótese.

Neste sentido, sem prejuízo do debate sobre a regulação, deve-se exigir dessas companhias, primeiramente, transparência na elaboração de suas políticas, e depois, o compromisso de que, no trabalho de moderação de conteúdo, sejam assegurados os princípios que regem o Direito Internacional dos Direitos Humanos, pois, um ambiente virtual livre e seguro denota um espaço onde os direitos dos quais seus usuários dispõem são exatamente os mesmos daqueles dos quais gozam *off-line*.

Referências

ABDO, A. **Facebook is shaping public discourse. We need to understand how.** *The Guardian*, 15 de setembro de 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/sep/15/facebook-twitter-social-media-public-discourse> . Acesso em: 26 de setembro de 2018.

ALVES, M. **Clones do YouTube: replataformização da irrealdade e infraestruturas de desinformação sobre a Covid-19.** *Revista Fronteiras*. Porto Alegre : Unisinos, 2021.

BLANCO DE MORAIS, C. **Redes sociais vs. Media profissional: “Vídeo, mentiras e hate speech”**. *Público*, Lisboa, 8 de Dezembro de 2018. Disponível em: <https://www.publico.pt/2018/12/08/sociedade/opiniao/redes-sociais-vs-media-profissional-video-mentiras-hate-speech-1853221#gs.OHjL1uEZ> . Acesso em: 8 de Fevereiro de 2019.

BROMWICH, Jonah Engel. **YouTube Cracks Down on Far-Right Videos as Conspiracy Theories Spread**. *The New York Times*, 3 de março de 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/03/03/technology/youtube-right-wing-channels.html> . Acesso em: 26 de setembro de 2018.

COMISSÃO EUROPEIA . **Code of conduct on countering illegal hate speech online**. 31 de maio de 2016, § 2º. Disponível em: http://ec.europa.eu/justice/fundamental-rights/files/hate_speech_code_of_conduct_en.pdf . Acesso em: 6 de fevereiro de 2019.

_____. Comunicado de imprensa. **Combate à incitação ilegal ao ódio em linha – Código de conduta da EU garante uma resposta rápida**. Bruxelas, 4 de fevereiro de 2019, §§ 2º e 5º. Disponível em: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-19-805_pt.htm . Acesso em: 6 de fevereiro de 2019.

_____. **Countering illegal hate speech online: 5th evaluation of the Code of Conduct**. Junho de 2020, p. 2. Disponível em: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/codeofconduct_2020_factsheet_12.pdf . Acesso em: 23 de setembro de 2020.

_____. **Regulamento Serviços Digitais**. Disponível em: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_pt . Acesso em: 16 de novembro de 2022.

CONSELHO. **Decisão-Quadro 2008/913/JAI, de 28 de novembro de 2008, relativa à luta contra certas formas e manifestações de racismo e xenofobia**. Jornal Oficial da União Europeia, L328/55, de 6.12.2008. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008F0913&from=EN> . Acedido em: 6 de fevereiro de 2019.

DONALD TRUMP’S Twitter ban is “problematic”, says Angela Merkel. **Euronews**. 12 de janeiro de 2021. Disponível em:

<https://www.euronews.com/2021/01/12/donald-trump-s-twitter-ban-is-problematic-says-angela-merkel> . Acedido em: 14 de janeiro de 2021.

FRIER, S. **Bans on Parler and Trump Show Big Tech's Power Over Web Conversation.** *Bloomberg*, 10 de janeiro de 2021. Disponível em: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-01-11/parler-trump-bans-show-big-tech-s-power-over-web-conversation> . Acesso em: 14 de janeiro de 2021.

GALEANO, B. **Alfabetización Mediática y aprendizaje informal en Latinoamérica.** Revista do Programa de Pós Graduação em Comunicação. Juiz de Fora : UFJF, 2023.

GERMAN LAW ARCHIVE. **Network Enforcement Act (Netzdurchsetzungsgesetz, NetzDG).** Setembro, 2017, art. 1º, seção 4 (2). Disponível em: <https://germanlawarchive.iuscomp.org/?p=1245> . Acesso em 7 de outubro de 2020.

HIGGINS, T. **Supreme Court agrees to hear a case that could determine whether Facebook, Twitter and other social media companies can censor their users.** *CNBC*, 16 de Outubro de 2018. Disponível em: https://www.cnbc.com/2018/10/16/supreme-court-case-could-decide-fb-twitter-power-to-regulate-speech.html?_source=sharebar%7Cemail&par=sharebar . Acesso em: 1 de Novembro de 2018.

KELLER, D. **Dolphins in the Net: Internet Content filters and the Advocate General's Glawischnig-Piesczek v. Facebook Ireland Opinion.** Stanford Center for Internet and Society : Stanford, 2019.

MILL, J. S. **Sobre a Liberdade.** Lisboa : Edições 70, 2015.

PARK, Melo. **How social-media platforms dispense justice.** *The Economist*, 6 de setembro de 2018. Disponível em: <https://www.economist.com/business/2018/09/08/how-social-media-platforms-dispense-justice?cid1=cust/ednew/n/bl/n/2018/09/6n/owned/n/n/nwl/n/n/LA/149526/n> . Acesso em: 18 de setembro de 2018.

UN. United Nations. Human Rights Council. **Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the freedom of opinion and expression.** A/74/486. Genebra, 2019. Disponível em: https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Opinion/A_74_486.pdf . Acesso em 6 de dezembro de 2019.

_____. **Report of the United Nations High commissioner for Human Rights on the expert workshops on the prohibition of incitement to national, racial or religious hatred.** A/HRC/22/17/Add.4. Genebra, 2013. Disponível em: <https://undocs.org/en/A/HRC/22/17/Add.4> . Acesso em: 19 de dezembro de 2019.

WECHAT. **Acceptable use policy.** Disponível em: www.wechat.com/en/acceptable_use_policy.html . Acesso em: 16 de novembro de 2022.



A OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA PELA ÓTICA DOS UNIVERSITÁRIOS DO ESPÍRITO SANTO¹

Journalistic objectivity from the perspective of university students in Espírito Santo

Newton ASSIS²

Rafael da Silva Paes HENRIQUES³

Universidade Federal do Espírito Santo, UFES | Brasil

Resumo

O presente artigo propõe uma abordagem sobre a objetividade jornalística através de resultados obtidos por meio de um questionário, aplicado de 05/04 até 30/06/2021, o qual investigou os conhecimentos de moradores do Espírito Santo. O trabalho discutiu as classificações da objetividade: Realismo, Intersubjetivismo, Dialética e Ritual Estratégico (HENRIQUES, 2019). Com o objetivo de reconhecer qual dessas respostas à objetividade o público do estado aprova, o questionário contou com respostas de 108 participantes a partir de 14 anos de idade. Por fim, a amostra teve como resultado a presença majoritária de respondentes universitários (83) e comprovou-se que a visão intersubjetivista é a mais aceita.

Palavras-chave

Objetividade; Realidade; Fatos; Cidadãos do Espírito Santo; Jornalismo.

Abstract

This article presents an approach to journalistic objectivity through results obtained through a dialogue, applied from 04/05 to 06/30/2021, which investigated the knowledge of residents of Espírito Santo. The work discussed the classifications of objectivity: Realism, Intersubjectivism, Dialectics and Strategic Ritual (HENRIQUES, 2019). In order to recognize which of these responses to objectivity the state's public approves of, the outline with responses from 108 participants from 14 years of age. Finally, the sample resulted in the majority of university respondents (83) and it was proven that the intersubjectivist view is the most accepted.

Keywords

Objectivity; Reality; Facts; Citizens of Espírito Santo; Journalism.

RECEBIDO EM 04 DE MARÇO DE 2023
ACEITO EM 19 DE MAIO DE 2023

¹ Trabalho apresentado anteriormente no 11º Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJOR), nas Sessões Livres no eixo temático Fundamentos teóricos do Jornalismo, de forma totalmente remota no ano de 2021.

² Jornalista, aluno especial no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Contato: newton_assis@hotmail.com.

³ Professor da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Doutor em Filosofia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Pós-doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Contato: rafaelpaesh@gmail.com.

Introdução

Toda profissão regulamentada dispõe de legislações que guiam o exercício da atividade, podendo conter, em sua programação, códigos profissionais que sustentem valores, normas ou noções-chave. Tais recursos podem influenciar os campos éticos e morais de cada indivíduo, assim como os juízos de valor de cada trabalhador. No caso do jornalismo, a produção noticiosa e, conseqüentemente, a percepção dos receptores na cadeia comunicacional, estão diretamente relacionadas com os sentidos que o jornalista enfatiza em seus relatos. Dessa forma, uma noção como a objetividade jornalística permeia o imaginário social, pois acompanha a investida de quem produz informação para provar aos seus interlocutores que, em certo grau, o acontecimento relatado corresponde à realidade.

Como argumenta Gauthier (2015), a verdade é um aspecto indiscutível para o jornalismo profissional, pois é através de discursos verdadeiros que a audiência possui parâmetros para definir se uma notícia é boa ou ruim, se é verdadeira ou falsa. Nessa circunstância, é necessário compreender como essa noção-chave, que imputa à instituição jornalística o caráter de se ater aos fatos, está sendo entendida pela sociedade.

Portanto, no primeiro momento, o presente estudo investigou as concepções de cidadãos do Espírito Santo, a partir de um questionário *online*, sobre a objetividade jornalística, com o objetivo de entender como os participantes, a princípio moradores do estado, enxergam o valor fundamental para a atividade profissional. Em um segundo momento, mapeamos esses entendimentos, cruzando a teoria discutida com os resultados obtidos. Nesse sentido, a motivação para este trabalho se dá a partir do anseio de averiguar se o público está em consonância aos princípios da atividade, procurando entender se essas visões afetam a esfera prática do jornalismo.

Como ferramenta teórica, empregamos as classificações de Henriques (2019) sobre a objetividade jornalística, a fim de delimitar com mais precisão

o escopo conceitual da pesquisa. Para a construção do questionário, usamos a categorização metodológica presente nos estudos de Vinuto (2014), que qualifica a seleção em bola de neve, para estabelecer a pertinência da amostra encontrada.

A classificação da objetividade jornalística

A relação entre o sujeito e objeto é um tópico substancial para as escolas filosóficas. Em diversas revisões teóricas, a cisão desses dois elementos resulta nos conceitos distintos de objetividade e de subjetividade, considerados como uns dos dilemas centrais nas Teorias do Conhecimento. A objetividade é o conceito que investiga resultados advindos dos objetos da experiência, se caracterizando como o aspecto que afasta-se da particularidade (JAPIASSÚ; MARCONDES, 2001). Já a subjetividade, concepção contrária à objetividade, refere-se ao sujeito e as cognições pessoais, ou seja, é tudo aquilo construído pelo indivíduo.

A partir desta separação da realidade, seria possível às pessoas distinguir a natureza dos acontecimentos, separando o que de fato se realizou no mundo das interpretações de terceiros. Dessa forma, pelo fato da objetividade se apresentar como uma noção incontornável para quem pretende revelar a realidade, ela toma uma posição de destaque, em relação à subjetividade, quando se pensa em informar algo a alguém. Logo, ela foi sendo assimilada aos poucos pelo jornalismo, desde sua constituição, a fim de conceder à atividade o caráter de reveladora da verdade.

Guerra (2003) relembra que o ambiente de efervescência cultural explorado nos prelúdios do movimento Iluminista criou diversas matrizes para a consolidação do jornalismo. Logo nos primeiros produtos jornalísticos, veiculados no século XVI, já podiam ser encontrados vestígios de competências cognitivas, discursivas e procedimentais que relacionam-se ao que é executado

até hoje. A matriz noticiosa, descrita como o registro de fatos oficiais, e a matriz dos *fait divers*, marcada pelos fatos de apelo emotivo, já tinham o fato como o objeto central dos relatos (GUERRA, 2003). Por outro lado, também já existia a matriz opinativa, que buscava claramente interpretar e explicar os fatos ao público, criando um fórum de exposição e debate de ideias. Com o passar do tempo, os fatos vão ganhando cada vez mais importância no decorrer da história, o que é justificado pela nova fase industrial e capitalista na qual a atividade inseriu-se naquele momento. E dessas mudanças no jornalismo, a exigência de separação entre o fato e a opinião cria o paradigma da objetividade, fomentando a ideia desse conceito como uma competência essencial.

Do mesmo modo, Amaral (1996) indica que a compreensão acerca da objetividade como uma noção-chave para o jornalismo só se deu a partir da segunda metade do século XIX e início do século XX, mais especificamente após a Primeira Guerra Mundial. A imprensa, antes desse período, partia de raízes político-partidárias. Então, com o fim da guerra, a objetividade foi ganhando espaço e relevância na mente dos jornalistas após o surgimento de outros fatores, como o desenvolvimento industrial, a criação das áreas de relações públicas e publicidade e o surgimento das agências de notícias.

A partir de então, a objetividade, ou melhor, aquilo que mais tarde ganharia o nome de objetividade, passa a se identificar como uma mistura de estilo direto, imparcialidade, faturalidade, isenção, neutralidade, distanciamento, alheamento em relação a valores e ideologia (AMARAL, 1996, p. 26).

A objetividade apresenta-se conjuntamente em outras áreas de conhecimento, como por exemplo, nas ciências exatas, que dependem de métodos empíricos para atestar suas hipóteses. Da mesma maneira, a objetividade no jornalismo toma outros caminhos para ser compreendida, pois envolve um sistema midiático que dispõe de enunciadores, interlocutores,

instituições e normas. Sponholz (2009) postula a divisão do conceito em dois: a objetividade em jornalismo e a objetividade jornalística. Por objetividade em jornalismo, a autora elucida a correlação entre os fatos veiculados pela mídia (realidade midiática) e os fatos que ocorreram realmente no mundo (realidade social); Quanto à objetividade jornalística, temos a correspondência entre essas duas realidades (SPONHOLZ, 2009), isto é, o sistema de regras que procura aproximar os sentidos sobre que foi noticiado do que de fato ocorreu.

A pertinência dessas definições toma forma ao olharmos as funções sociais que o jornalismo procura desempenhar, assim como à adequação desse valor por parte dos atores da imprensa. Logo, o jornalismo se propõe como uma forma de produzir conhecimento, configurando-se como uma ponte entre a realidade e os indivíduos. Sponholz ainda acrescenta que a objetividade é nada mais do que a correspondência entre as interpretações dos fatos, considerando a correlação entre realidade social (primária) e realidade midiática (secundária) (SPONHOLZ, 2009).

Nesse horizonte, compelidos por códigos deontológicos e pelo público, os jornalistas devem se despir de suas subjetividades para assim buscarem ao máximo a verdade dos fatos. Para Gomes (2009), o conceito da veracidade é uma norma implícita em todo ato de fala. Portanto, ao dizer algo, o enunciador deve sustentar uma posição sobre o discurso para que o interlocutor tenha segurança ao tomar o que foi dito como verdadeiro, implicando uma “pretensão de verdade” (GOMES, 2009, p. 10). Logo, evitar mentiras e equívocos conscientemente é o que garante objetividade ao relato jornalístico.

Adotando a revisão bibliográfica de Henriques (2019), discutimos, no presente estudo, outros modos de classificação para os resultados discutidos por teses que explicam a objetividade jornalística, são eles: o *Realismo*; o *Intersubjetivismo*; a *Dialética*; e o *Ritual Estratégico* (HENRIQUES, 2019). Essas quatro frentes possuem maneiras ontológicas, epistemológicas e

metodológicas diferentes na compreensão do conceito. A ontologia empregada na tese vem da concepção do que são as “coisas”, analisando se a realidade e a natureza dos fatos antecedem o entendimento dos sujeitos; na visão epistemológica, a cognição foca na avaliação das possíveis maneiras de entender o mundo que vivemos, dando ênfase se é possível conhecer os fatos de interesse jornalístico e se a qualidade do conhecimento pode ser alcançada; e na maneira metodológica, na qual são discutidos os métodos para o jornalista atingir a objetividade, visando às determinações criadas nesses processos.

O *Realismo*, defendido por nomes como Amaral (1996), Tambosi (2003) e Gauthier (2015), separa a realidade entre o sujeito e o objeto, assimilando essas instâncias como independentes. Aqui, a natureza dos fatos não está relacionada ao sujeito. Nesse viés, a realidade pode ser alcançada de distintas maneiras, mas através da objetividade que assegura-se o conhecimento verdadeiro. Os fatos “puros”, isto é, sem influências subjetivas, devem ser a meta dos jornalistas para retratar acontecimentos de forma correta. Portanto, o método *realista* para alcançar a objetividade é aquele que descarta toda subjetividade na produção das notícias.

Por outro lado, o *Intersubjetivismo* conceitualiza igualmente a divisão entre sujeito e objeto, só que essas instâncias agora são dependentes entre si. A essência dos fatos é interligada à subjetividade dos indivíduos, mesmo que dependam do sujeito para existir. Logo, existe a possibilidade de conhecer o mundo distintamente, mas só com a intersubjetividade que a realidade dos fatos pode ser capturada. Semelhante ao *Realismo*, o melhor método para alcançar a verdade objetiva é o que se afasta de opiniões e concepções subjetivas que o jornalista possa ter, mas aqui a objetividade é atingida apenas por aproximação e nunca completamente. Essa frente representa as argumentações de Guerra (2003), Gomes (2009), Sponholz (2009), Demeneck (2009) e Martino (2014).

Quanto à posição *Dialética*, a realidade é criada através do debate entre

sujeito e objeto, isto é, no contraste desses âmbitos interdependentes. Para Genro Filho (1987) e Moretzsohn (2002), a natureza dos fatos está sim interligada aos sujeitos. Com a realidade sendo revelada pela interpretação, os jornalistas devem dar dimensão para as perspectivas quando assimilam uma nova informação. Assim sendo, o método é considerado *dialético* se procura deixar visível a interpretação do jornalista no relato. Ou seja, a objetividade é obtida pela imprescindibilidade da transparência.

Já Tuchman (1999), autora representante da classificação *Ritual Estratégico*, propõe que a objetividade está relacionada aos métodos jornalísticos por conta de três aspectos: a *forma*, o *conteúdo* e as *relações interorganizacionais*. Nesse entendimento, os jornalistas alcançam a objetividade através dos processos que executam na feitura das notícias. Como *forma*, a autora explica as características da escrita jornalística que indicam que o conteúdo foi apurado, a exemplo do uso das aspas; por *conteúdo*, são analisadas os temas que os profissionais mostram numa notícia; enquanto isso, as *relações interorganizacionais* mencionam o meio profissional que o jornalista está e como a empresa afeta suas produções (TUCHMAN, 1999). Observadora participante em mais de nove jornais diários dos Estados Unidos, Tuchman leva em conta em sua teoria as práticas e as interpretações dos jornalistas da época, abandonando análises onto-epistemológicas, mesmo possuindo um viés crítico sobre os rituais estratégicos.

A partir do debate teórico dos diversos autores, há uma lacuna para se pensar em como a objetividade tem sido realmente percebida pelos cidadãos. Dessa forma, estaria a objetividade jornalística perdendo vigor na concepção do público? Ou, ao contrário, estaria ganhando força? Souza (2019) elucida que, com o advento tecnológico e a intensificação da pós-modernidade, a facilidade em distribuir informações afetou os pilares da mídia tradicional, produzindo um ambiente no qual o jornalismo já não possui o mesmo *status*

enquanto instituição e o público arraigado a suas produções.

Metodologia

A principal ferramenta desta pesquisa foi um questionário *online*, respondido, principalmente, por universitários do Espírito Santo. A partir de três questionamentos construídos em escala Likert (ou linear), foi estabelecido um parâmetro de resposta: do número um ao cinco, representando, respectivamente, a opção “discordo totalmente” até a opção “concordo totalmente”. Respondida por 108 participantes, a enquete foi compartilhada através do *Google Forms*, do dia 05/04/2021 ao dia 30/06/2021, e convidou pessoas, maiores de quatorze anos, para opinarem acerca da objetividade.

Para mais, estabelecemos uma restrição geográfica ao aceitar apenas respondentes que moram atualmente no estado. A divulgação do formulário aconteceu por compartilhamento nas redes sociais dos pesquisadores, por *mailing* pessoal e por meio de grupos voltados para cidadãos capixabas presentes no *Facebook*.

Em busca de um perfil, solicitamos que os participantes informassem seus dados pessoais, como o gênero, a faixa etária, o grau de escolaridade e renda familiar mensal. Do total dos 108, 60,2% eram do gênero feminino e 39,8% do gênero masculino. 17,6% têm menos de 20 anos, 59,3% possuem de 21 a 30 anos, 7,4% de 31 a 40 anos, 8,3% de 41 a 50 anos e 7,4% têm mais de 50 anos de idade. Sobre o grau de escolaridade, 0,9% têm Ensino Fundamental incompleto, 1,9% dispõem do Ensino Fundamental completo, 3,7% têm Ensino Médio incompleto, 15,7% com Ensino Médio completo, 60,2% possuem Ensino Superior incompleto, 16,7% marcaram Ensino Superior completo e 0,9% dispõem de Pós-graduação. Sobre a renda, 24,1% recebem até dois salários mínimos por mês (R\$ 2.200), 25% ganham de dois a quatro (entre R\$ 2.201 e R\$ 4.400), 42,6% entre quatro e dez (R\$ 4.401 e

R\$ 11.000), 5,6% de dez a vinte (R\$ 11.001 e R\$ 22.000), 1,9% ganham mais de vinte salários mínimos (mais de R\$ 22.001) e 0,9% não recebem um valor maior a R\$ 1.200.

De acordo com o último censo demográfico, o estado possuía cerca de 2.703.310 homens e mulheres acima dos 14 anos (IBGE, 2010). Dessa forma, os 108 participantes do formulário não representam, de fato, a população capixaba. Mesmo não sendo uma amostra probabilística, os dados coletados mostram-se pertinentes, pois expõem as concepções de determinado conjunto de pessoas. Dessa forma, para refinar ainda mais o corpus de análise, decidiu-se diminuir o número de respostas para 83, pois seriam as reais opiniões de universitários capixabas sobre a objetividade, foco da presente pesquisa.

À vista disso, utilizamos a tese da seleção em bola de neve (VINUTO, 2014), que se empenha em desvendar as características de grupos específicos. O perfil majoritário encontrado no formulário foi: pessoas do gênero feminino de 21 a 30 anos com Ensino Superior incompleto, isto é, jovens universitários, com renda de quatro a dez salários mínimos. O que se mostra muito significativo, pois, a partir do formulário, conseguiremos ver como essa seleta parcela dos capixabas pensam a objetividade jornalística.

Quanto às perguntas, o questionário teve foco em três questionamentos, divididos em quatro afirmativas cada, que indagaram os entendimentos dos cidadãos sobre a objetividade jornalística, conforme a tabela abaixo.

Tabela 1 - Divisão de perspectivas das questões apresentadas

Perspectivas conceituais sobre objetividade	Questões de viés ontológico	Questões de viés epistemológico	Questões de viés metodológico
	Os fatos correspondem à realidade "pura". Dessa forma, o relato jornalístico representa as coisas como	A realidade pode ser conhecida de diversas formas, porém apenas com a objetividade que alcança-	O procedimento mais adequado para a obtenção da verdade objetiva é aquele que

Realismo	realmente são, sem interferências da opinião do jornalista.	se os fatos verdadeiros. Dessa forma, o jornalismo tem a busca pela verdade como meta, visto que essa tarefa é possível.	descarta qualquer influência do jornalista aos fatos. Assim, o uso de adjetivos seria um impedimento para o jornalismo neutro.
Intersubjetivismo	Os fatos equivalem à própria objetividade, ou seja, os acontecimentos independem do contato dos jornalistas. Porém, a sua natureza ainda está ligada às ações das pessoas.	A realidade nunca é captada totalmente pelo jornalista, pois sempre restará um resquício de suas próprias opiniões na hora apresentar um fato. Diante disso, o bom jornalismo tem como meta aproximar-se o máximo da objetividade.	O método mais eficiente para aproximar-se da verdade objetiva é o que reduz qualquer vestígio das opiniões do jornalista no fato. Para isso, uma técnica viável é dispor de diversas fontes para abordar o mesmo tema.
Dialética	O fato é uma construção do sujeito, ou seja, toda notícia é a interpretação de quem escreveu sobre certo acontecimento. Logo, a realidade é considerada uma perspectiva.	Não é possível obter uma verdade absoluta através do jornalismo, mesmo que a atividade possa sim conhecer a realidade. Toda verdade produzida é uma construção a partir de determinada perspectiva.	No ponto de vista jornalístico, o melhor modo para atingir a objetividade é por meio da transparência, ou seja, o profissional deve deixar claro de qual perspectiva o seu relato está sendo concebido.
Ritual estratégico	A principal preocupação do jornalista na hora de apresentar um fato é que esse aparente ser realista e neutro, pois assim ele protege-se de possíveis processos jurídicos e blinda sua participação na produção da notícia.	Todo conhecimento gerado pelo jornalismo é em decorrência da aplicação de métodos para os profissionais se protegerem. Dessa forma, a verdade dos fatos é provocada através da impressão de que o jornalista não interferiu nos sentidos da notícia.	A objetividade é parte de uma série de estratégias para preservar os jornalistas das pressões sociais e profissionais. Dessa forma, para proteger esses agentes, a melhor saída é utilizar de recursos textuais para apagar os rastros de opiniões deixadas por eles.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

A primeira sendo uma pergunta de perspectiva ontológica; outra indagando o conceito através de uma óptica epistemológica; e a terceira que buscava evidenciar o viés metodológico. Todas as afirmativas rememoram às quatro frentes teóricas que fundamentaram a base teórica da pesquisa: o

Realismo, o *Intersubjetivismo*, a *Dialética* e o *Ritual Estratégico*, presentes na classificação de Henriques (2019).

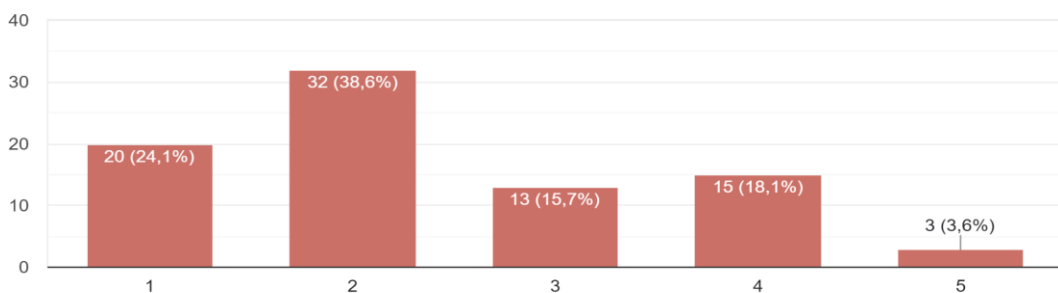
Entendimentos acerca da objetividade

Iniciamos o questionário apresentando as indagações sobre a objetividade jornalística para os 83 respondentes. Referente à perspectiva ontológica, as quatro primeiras afirmativas abordaram o dever dos fatos jornalísticos na compreensão da realidade.

Gráfico 1 - Distribuição das 83 respostas na primeira afirmativa ontológica

Os fatos correspondem à realidade “pura”. Dessa forma, o relato jornalístico representa as coisas como realmente são, sem interferências da opinião do jornalista.

83 respostas



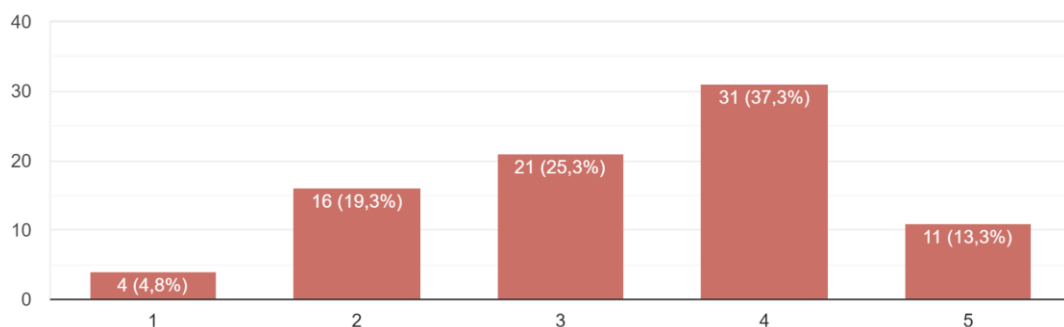
Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

A primeira afirmativa obteve uma maior discordância, visto que, somadas as opções “discordo totalmente” e “discordo”, 62,7% não acreditam na abordagem do *Realismo*. Já, 15,7% não concordam e nem discordam da afirmação e 21,7% concordam com a afirmativa. Ou seja, essa parcela de participantes acredita na noção de que os fatos correspondem ao que de fato aconteceu.

Gráfico 2 - Distribuição das 83 respostas na segunda afirmativa ontológica

Os fatos equivalem à própria objetividade, ou seja, os acontecimentos independem do contato dos jornalistas. Porém, a sua natureza ainda está ligada às ações das pessoas.

83 respostas



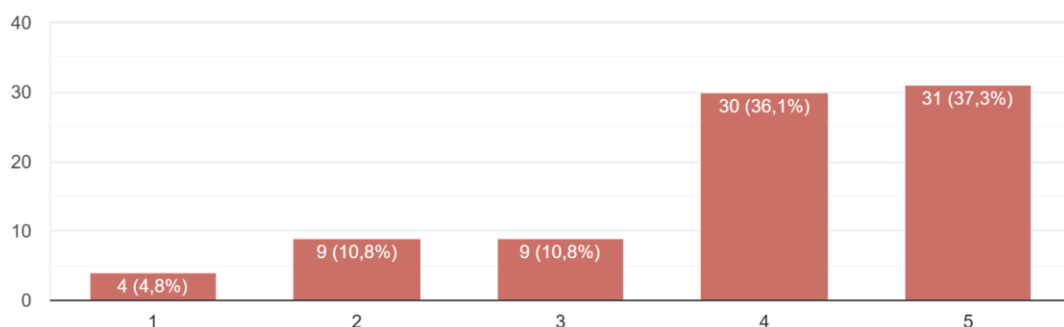
Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

A segunda afirmativa teve uma concordância razoável à resposta *Intersubjetivista*. Com 50,6%, os participantes concordam com a cisão entre sujeito e objeto, a partir da correlação entre objetividade e subjetividade. Outros 25,3% mantiveram-se neutros e 24,1% dos universitários discordam do trecho.

Gráfico 3 - Distribuição das 83 respostas na terceira afirmativa ontológica

O fato é uma construção do sujeito, ou seja, toda notícia é a interpretação de quem escreveu sobre certo acontecimento. Logo, a realidade é considerada uma perspectiva.

83 respostas

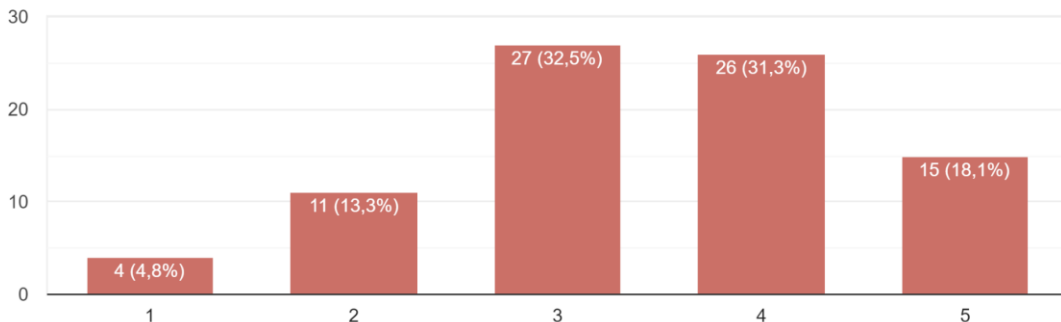


Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Em outro horizonte, na terceira afirmativa: *O fato é uma construção do sujeito, ou seja, toda notícia é a interpretação de quem escreveu sobre certo acontecimento. Logo, a realidade é considerada uma perspectiva*, grande parte da amostra concordou com a abordagem *Dialética*, com 73,4% de aceitação e sendo o número mais expressivo do questionamento ontológico. 37,3% (39 pessoas) estão totalmente de acordo com a afirmativa. 10,8% não concordam e nem discordam. E 15,6% discordam da noção de que o fato advém de construções feitas pelo sujeito e de que a realidade seja um mero ponto de vista.

Gráfico 4 - Distribuição das 83 respostas na quarta afirmativa ontológica

A principal preocupação do jornalista na hora de apresentar um fato é que esse aparente ser realista e neutro, pois assim ele protege-se de pos...s e blinda sua participação na produção da notícia.
 83 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Na quarta afirmativa⁴, abordando a noção do *Ritual Estratégico*, os respondentes tiveram mais neutralidade ao assinalarem a opção “não concordo e nem discordo” em 32,5%. Somando as opções “concordo” e

⁴ O texto completo do enunciado é: “A principal preocupação do jornalista na hora de apresentar um fato é que esse aparente ser realista e neutro, pois assim ele protege-se de possíveis processos jurídicos e blinda sua participação na produção da notícia”.

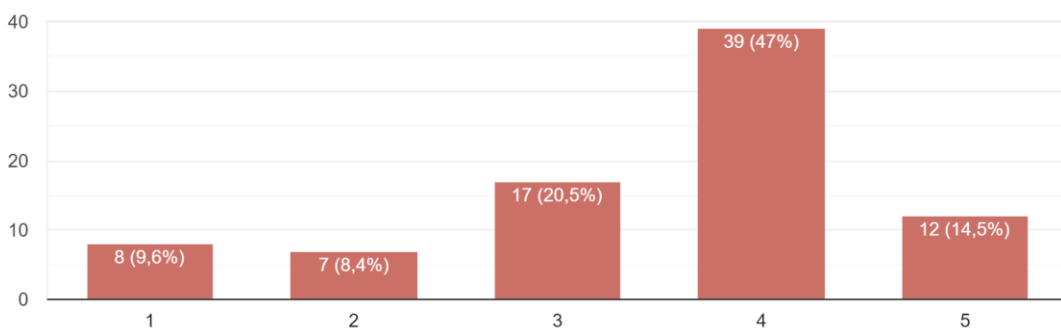
“concordo totalmente”, 49,4% dos universitários aprovaram a noção de que os jornalistas dispõem de métodos para se protegerem de eventuais processos jurídicos. Outros 18,1% discordaram da afirmativa.

Em síntese, atesta-se que os respondentes da amostra creem, ontologicamente, na abordagem *Dialética*, a qual categoriza a objetividade em uma correlação entre sujeito e objeto (HENRIQUES, 2019), ao passo que discordam do viés *Realista*, no qual a realidade é uma dimensão acessível para a atividade jornalística. Nesse caso, a maioria entende que a opinião do profissional não pode ser desvinculada da notícia. Seja na escolha de palavras ou na apuração dada ao fato, a interpretação do indivíduo sempre estará difundida no relato. Outro ponto é que uma grande parte da amostra também considera o *Intersubjetivismo* como uma solução ao dilema da objetividade, tendo mais de 50% de aceitação na afirmativa referente à noção.

Partindo para o âmbito epistemológico, indagamos quais eram as opiniões a respeito do jornalismo ser uma forma de conhecimento e como a realidade poderia ser acessada a partir desse trabalho profissional.

Gráfico 5 - Distribuição das 83 respostas na primeira afirmativa epistemológica

A realidade pode ser conhecida de diversas formas, porém apenas com a objetividade que alcança-se os fatos verdadeiros. Dessa forma, o jo...rdade como meta, visto que essa tarefa é possível.
83 respostas

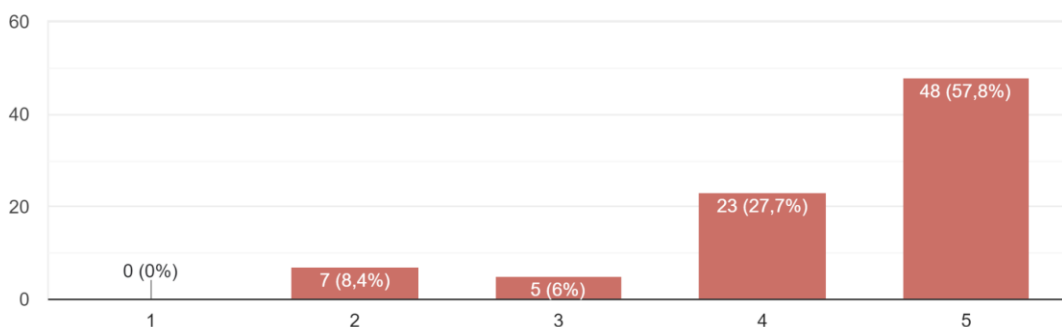


Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Na primeira afirmativa⁵, que apresenta a noção *Realista*, 61,5% dos respondentes concordaram. Já 20,5% mantiveram-se neutros e 18% discordaram dessa abordagem. O que já pode nos mostrar que, epistemologicamente, os participantes confiam mais na perspectiva *realista* do que de maneira ontológica. Uma hipótese para a melhor adesão ao *Realismo* nessa parte vem da utilização do termo “*meta*” no enunciado, pois, como na afirmativa seguinte, a palavra pode lembrar na mente dos participantes a atribuição ética do jornalismo.

Gráfico 6 - Distribuição das 83 respostas na segunda afirmativa epistemológica

A realidade nunca é captada totalmente pelo jornalista, pois sempre restará um resquício de suas próprias opiniões na hora apresentar um fato. Di...como meta aproximar-se o máximo da objetividade.
83 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Como mostrado no gráfico acima, a segunda afirmativa⁶ epistemológica

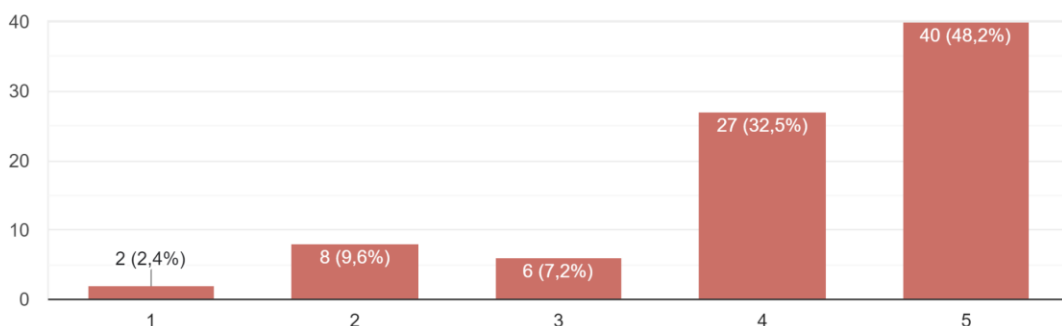
⁵ O texto completo do enunciado é: “A realidade pode ser conhecida de diversas formas, porém apenas com a objetividade que alcança-se os fatos verdadeiros. Dessa forma, o jornalismo tem a busca pela verdade como meta, visto que essa tarefa é possível”.

⁶ O texto completo do enunciado é: “A realidade nunca é captada totalmente pelo jornalista, pois sempre restará um resquício de suas próprias opiniões na hora apresentar um fato. Diante disso, o bom jornalismo tem como meta aproximar-se o máximo da objetividade”.

evidenciou o *Intersubjetivismo*. Para a maioria da amostra (85,5%), a realidade pode ser acessada, verdadeiramente, por condutas *intersubjetivas*, ou seja, por tentar se aproximar da realidade (HENRIQUES, 2019). No entanto, 6% marcaram a opção “não concordo nem discordo” e 8,4% dos participantes discordam parcialmente.

Gráfico 7 - Distribuição das 83 respostas na terceira afirmativa epistemológica

Não é possível obter uma verdade absoluta através do jornalismo, mesmo que a atividade possa sim conhecer a realidade. Toda verdade produzida ...a construção a partir de determinada perspectiva.
83 respostas



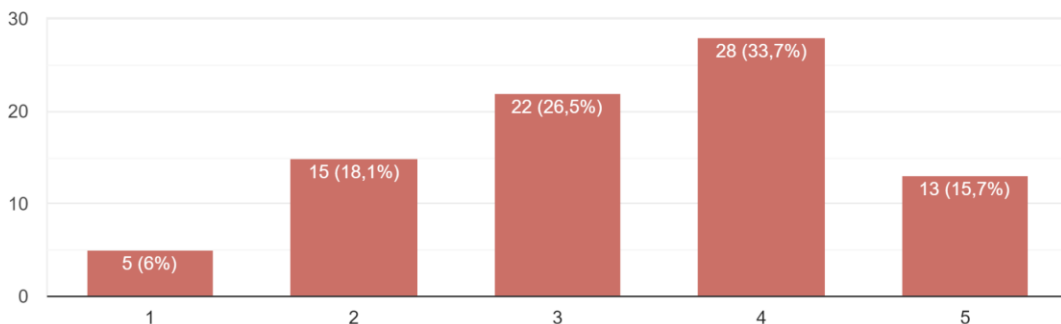
Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

A terceira afirmativa⁷ atingiu 70,7% de concordância, ou seja, grande parte dos participantes concorda que a construção dos fatos parte de interpretações. Já 7,2% não discordam e nem concordam e 12% discordam da noção apresentada. Hipoteticamente, poderíamos afirmar que para as duas pessoas (2,4%) que assinalaram “discordo totalmente”, a realidade pode ser acessada puramente, isto é, sem interferências das instâncias subjetivas.

⁷ O texto completo do enunciado é: “Não é possível obter uma verdade absoluta através do jornalismo, mesmo que a atividade possa sim conhecer a realidade. Toda verdade produzida é uma construção a partir de determinada perspectiva”.

Gráfico 8 - Distribuição das 83 respostas na quarta afirmativa epistemológica

Todo conhecimento gerado pelo jornalismo é em decorrência da aplicação de métodos para os profissionais se protegerem. Dessa forma, a verdade ... jornalista não interferiu nos sentidos da notícia.
83 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Na última afirmativa⁸ das questões do âmbito epistemológico, incluímos a noção de que a gama de métodos é o causador da impressão de que o jornalismo seja uma forma de conhecimento. O trecho foi validado por 49,4%. Outros 26,5% marcaram a opção relativa ao “não concordo nem discordo”. Já 24,1% dos participantes discordam, isto é, divergem do *Ritual Estratégico* e não concordam que o conhecimento produzido pelo jornalismo se resulta de processos exclusivamente metodológicos feitos pelos profissionais.

Epistemologicamente, observamos que as afirmativas referentes às noções do *Intersubjetivismo* (85,5%) e da *Dialética* (70,7%) possuíam maior aceitação. Logo, majoritariamente, grande parte da amostra tende a não acreditar que as notícias são reflexos fiéis dos acontecimentos, ao passo em que concordam com a ideia de que toda informação divulgada parte da

⁸ O texto completo do enunciado é: “Todo conhecimento gerado pelo jornalismo é em decorrência da aplicação de métodos para os profissionais se protegerem. Dessa forma, a verdade dos fatos é provocada através da impressão de que o jornalista não interferiu nos sentidos da notícia”.

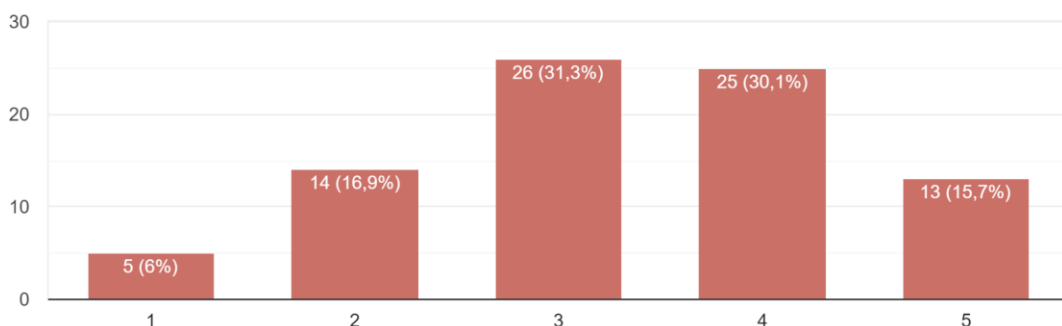
subjetividade. Mesmo que haja uma contradição conceitual nesse entendimento, a maioria acredita que o jornalismo gera conhecimento verdadeiro, dado que nas duas afirmativas a noção de que a atividade acessa a realidade, de formas diferentes, fica óbvia.

Ainda assim, nessa parte do questionário as respostas foram mais diversas, com os entendimentos do *Realismo* (61,5%) e do *Ritual Estratégico* (49,4%) tendo maiores índices de aprovação. Podemos inferir que essa heterogeneidade nas respostas ao dilema epistemológico é, provavelmente, uma consequência do reconhecimento de que a instituição jornalística tem o intuito de buscar a verdade dos acontecimentos, apesar de vários participantes discordarem dos modos com que essa realidade deve ser captada pelos relatos.

Sobre a perspectiva metodológica, expomos mais quatro afirmativas aos participantes. Indagando quais seriam os métodos para a realização de um jornalismo mais objetivo, mais quatro afirmativas foram dispostas no questionário.

Gráfico 9 - Distribuição das 83 respostas na primeira afirmativa metodológica

O procedimento mais adequado para a obtenção da verdade objetiva é aquele que descarta qualquer influência do jornalista aos fatos. Assim...os seria um impedimento para o jornalismo neutro.
83 respostas

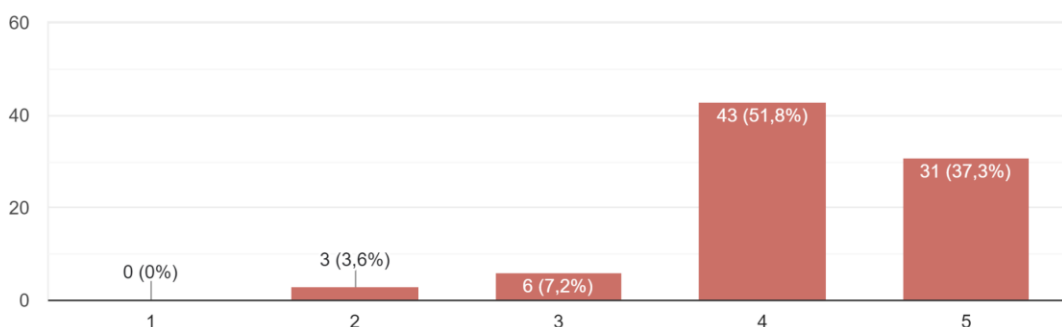


Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

A primeira afirmativa⁹ obteve 45,8% de concordância. Esse percentual revela que a maioria concorda com o *Realismo* em relação aos métodos. Outros 31,3% consideram que a afirmativa é indistinta, pois assinaram “não concordo nem discordo”. Já para 22,9% da amostra, a ideia de que o jornalismo suprime toda influência subjetiva apenas aplicação dos métodos é errônea, ou até mesmo, creem que o uso de adjetivos não influencia os sentidos do relato.

Gráfico 10 - Distribuição das 83 respostas na segunda afirmativa metodológica

O método mais eficiente para aproximar-se da verdade objetiva é o que reduz qualquer vestígio das opiniões do jornalista no fato. Para isso, uma téc...por de diversas fontes para abordar o mesmo tema.
83 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Já a segunda afirmativa¹⁰ metodológica apresentou uma alta aceitação, 89,1% concordaram com a ideia do *Intersubjetivismo*. Outros 7,2% não

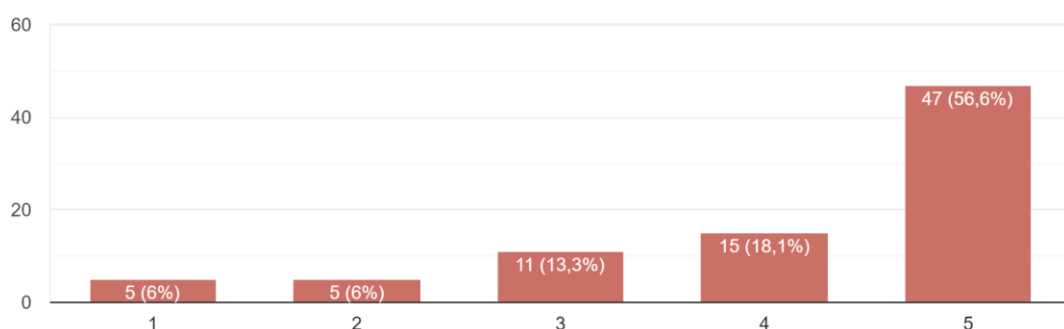
⁹ O texto completo do enunciado é: “O procedimento mais adequado para a obtenção da verdade objetiva é aquele que descarta qualquer influência do jornalista aos fatos. Assim, o uso de adjetivos seria um impedimento para o jornalismo neutro”.

¹⁰ O texto completo do enunciado é: “O método mais eficiente para aproximar-se da verdade objetiva é o que reduz qualquer vestígio das opiniões do jornalista no fato. Para isso, uma técnica viável é dispor de diversas fontes para abordar o mesmo tema”.

possuíam opiniões sobre o trecho e apenas três universitários (3,6%) discordam do que foi posto. Logo, notou-se que grande parte da amostra concorda com a objetividade por aproximação. Ademais, a ideia de abordar diversas fontes para produzir um relato de mesma temática, pode ter ido ao encontro das concepções dos cidadãos da nossa amostra sobre o jornalismo.

Gráfico 11 - Distribuição das 83 respostas na terceira afirmativa metodológica

No ponto de vista jornalístico, o melhor modo para atingir a objetividade é por meio da transparência, ou seja, o profissional deve deixar ...ual perspectiva o seu relato está sendo concebido.
83 respostas



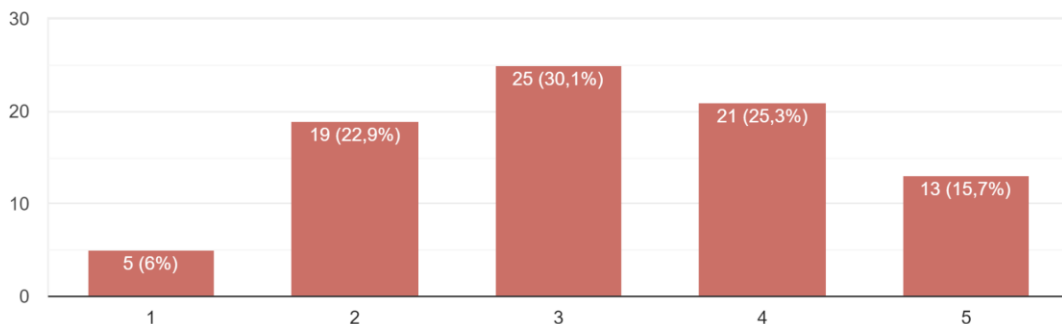
Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Para 74,7% dos respondentes, a frente *Dialética*, na qual acredita que o profissional que escreve o relato já possui opiniões sobre os acontecimentos, é a saída mais aceita. No entanto, 13,3% mantiveram-se neutros à terceira afirmativa¹¹ metodológica e 12% divergiram de forma negativa ao enunciado.

¹¹ O texto completo do enunciado é: "No ponto de vista jornalístico, o melhor modo para atingir a objetividade é por meio da transparência, ou seja, o profissional deve deixar claro de qual perspectiva o seu relato está sendo concebido".

Gráfico 12 - Distribuição das 83 respostas na quarta afirmativa metodológica

A objetividade é parte de uma série de estratégias para preservar os jornalistas das pressões sociais e profissionais. Dessa forma, para proteger...a apagar os rastros de opiniões deixadas por eles.
83 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

A última afirmativa¹² foi o questionamento que obteve a maior diversidade de respostas nesta parte. Para 41% dos universitários, as noções que o *Ritual Estratégico* aborda são apropriadas. 30,1% marcaram que não concordam e nem discordam. Já para 28,9% da amostra, o entendimento de que a objetividade é apenas uma série de métodos deliberados para protegerem jornalistas não convence.

Em suma, acerca do âmbito metodológico, o *Intersubjetivismo* (89,1%) e a *Dialética* (74,7%) foram as respostas à objetividade mais consentidas. A visão *intersubjetivista* tem se destacado desde o começo do questionário e atingiu o maior índice neste questionamento, o que significa que é através dos métodos que o jornalista deve aproximar-se da realidade factual. No entanto, os cidadãos também consideram que as notícias possuem opiniões

¹² O texto completo do enunciado é: "A objetividade é parte de uma série de estratégias para preservar os jornalistas das pressões sociais e profissionais. Dessa forma, para proteger esses agentes, a melhor saída é utilizar de recursos textuais para apagar os rastros de opiniões deixadas por eles".

designadas, o que pende pela transparência dos jornalistas ao escreverem baseados em suas convicções, como evidenciado pela visão *Dialética*.

À vista disso, nota-se o entendimento de que a subjetividade do profissional sempre vai sugerir, em maior ou menor grau, os sentidos da notícia, compreendendo a objetividade como uma instância que não pode ser totalmente acessada. Esse cenário não representa uma desvalorização da objetividade, ao passo que nas duas alternativas há o intuito, por meio dos métodos, de se aproximar da verdade dos fatos. Nesse sentido, o que muda para os participantes da amostra é se esses métodos devem reduzir ou evidenciar os indícios subjetivos existentes.

Considerações finais

O presente artigo apresentou, alicerçado em revisões teórico-conceituais, os dados colhidos, durante uma iniciação científica, para identificar as percepções do público universitário, residente no Espírito Santo, acerca da objetividade jornalística. Ao cruzarmos as respostas obtidas com a teoria apresentada, vislumbramos o objetivo principal da pesquisa: entender o que pensa a sociedade e, especificamente, esses estudantes de Ensino Superior sobre um dos princípios do jornalismo. Dessa forma, através da enquete, os pesquisadores cumpririam a tarefa de averiguar se o valor destacado estaria se tornando obsoleto para os indivíduos da amostra, ou, ao contrário, se ganharam força com o passar do tempo.

A partir da classificação de Henriques (2019), o problema da objetividade tomou quatro caminhos distintos nesta pesquisa. O *Intersubjetivismo*, que postula a noção da objetividade por aproximação à realidade, foi a “vertente” com maior aceitação em quase todas as etapas do questionário. O que significa que, para os respondentes, a realidade está dividida entre duas instâncias, o sujeito e o objeto, só que essas estão interligadas e dependem uma da outra para coexistirem. Essa leitura da

objetividade comprova que os cidadãos reconhecem que as notícias do dia-a-dia possuem interpretações subjetivas do jornalista, por menor que sejam. Por consequência, a tarefa do profissional fadado a sempre reproduzir suas opiniões inconscientemente, é se aproximar ao máximo da realidade dos acontecimentos.

Nota-se também que os cidadãos da amostra enxergam a objetividade como uma “meta” a ser alcançada pelo jornalista, porque, ao contrário da interpretação positivista do *Realismo*, a realidade não poderia ser totalmente alcançada, o que implica na importância do valor jornalístico discutido em tentar recriar, nas notícias, os acontecimentos o mais fielmente possível. Nesse viés, a objetividade se mostra mais imprescindível em ambientes de fácil circulação de informações. Como retoma Souza (2019), não só a objetividade, mas o jornalismo como um todo, perdeu expressão para as mídias digitais e para estratégias presentes na era da pós-verdade, que guiam o debate público cada vez mais para um subjetivismo exacerbado. Para nossa surpresa, ao contrário do que era esperado, o valor não foi alvo de olhares negativos, e sim foi mais requerido pelo público, a partir de moldes *intersubjetivistas*.

De outra forma, a *Dialética* também obteve números expressivos de concordância entre os participantes da amostragem. Essa noção parte da relação complementar entre o sujeito e o objeto, que são instâncias interdependentes. Portanto, aqui a objetividade é uma interpretação que o sujeito faz dos eventos. Por método jornalístico, a transparência dada aos relatos ganha destaque, pois indica a partir de qual perspectiva a notícia foi concebida, reconhecendo que a construção dos fatos é o resultado de recortes da realidade. Porém, não deve-se pensar que essa resposta representa uma visão negativa sobre o jornalismo, pois é a partir da criticidade presente nesta análise que é possível conceber a separação entre os fluxos objetivos e os sentidos subjetivos. Acreditamos que a alta adesão à *Dialética* tenha se dado

por conta de ser a resposta à objetividade que mais deixa clara a presença da subjetividade inerente dos profissionais e, conseqüentemente, os participantes estão inseridos num período em que a sensação e a opinião estão cada vez mais mimetizando o produto jornalístico. Assim, eles preocupam-se, em maior grau, com a ideia de clarificar o que é o fato e o que não é.

Mesmo com a predominância das outras frentes teóricas, o *Realismo* e o *Ritual Estratégico* dispuseram de resultados na amostra, que valem investigação. O primeiro posicionamento, que assume a representação fiel da realidade e abandona qualquer centelha de subjetividade, foi a opção que os respondentes mais divergiram. Na seção ontológica, a questão com viés *Realista* foi a única de todo o questionário que obteve um maior percentual de respostas negativas (62,9%), o que comprova que, majoritariamente, os cidadãos da amostra não crêem na independência da objetividade. Em contrapartida, o *Ritual Estratégico* foi o entendimento que mais gerou dúvidas e falta de posicionamento dos participantes, podendo significar que mesmo entendendo as técnicas jornalísticas como um aspecto essencial para o reconhecimento da instituição, eles enxergam que a objetividade descenda, em essência, de estudos filosóficos que abranjam as dimensões dos seres e do conhecimento.

Por fim, ressaltamos que o presente artigo trata-se de um recorte constituinte de uma pesquisa mais abrangente, na qual explora os dizeres da objetividade e da credibilidade jornalística em relação ao contexto de desinformação existente. Os dados obtidos aqui serviram para que pudéssemos testar as limitações metodológicas do trabalho, assim como para fundamentar futuros estudos mais aprofundados.

Referências

AMARAL, Luiz. **A objetividade jornalística**. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzatto Editores, 1996.

DEMENECK, Ben-Hur. **Objetividade jornalística**: o debate contemporâneo do conceito. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2009.

GAUTHIER, Gilles; DA COSTA, Andriolli de Brites. A verdade: visada obrigatória ao jornalismo. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 12, n. 2, p. 204-215, 2015.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**. Para uma teoria marxista do jornalismo. Série Jornalismo a rigor V.6. Florianópolis: Insular, 2012.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses**: ensaios de teoria do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2009.

GUERRA, Josenildo. **O percurso interpretativo na produção da notícia**. Verdade e relevância como parâmetros de qualidade jornalística. São Cristóvão: Editora da UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2008.

HENRIQUES, Rafael Paes. O conceito de objetividade segundo os jornalistas de Vitória-ES. In: 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 2019, Goiânia-GO. Anais do 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo: **SBPJor** – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2019. v. 1. p. 1-19.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA; IBGE. **Censo Brasileiro de 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE).

JAPIASSÚ, Hilton; MARCONDES, Danilo. **Dicionário Básico de Filosofia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor, 1993.

MARTINO, L. M. S.. De volta à prancheta: a pesquisa sobre objetividade da informação em três estudos contemporâneos de jornalismo. **Conexão** (UCS), v. 13, p. 145, 2014.

MORETZSOHN, Sylvia. Profissionalismo e objetividade: o jornalismo na contramão da política. In: Luiz Gonzaga Motta. (Org.). **Imprensa e poder**. Brasília: UnB, 2002, v. , p. 199-216.

SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues. "Fake news", pós-verdade e sociedade do capital: o irracionalismo como motor da desinformação jornalística. **Revista FAMECOS**, v. 26, n. 3, p. 1-17, 2019.

SPONHOLZ, Liriam. **Jornalismo, conhecimento e objetividade**: além do espelho e das construções. Florianópolis: Insular, 2009.

TAMBOSI, Orlando. Elementos para uma epistemologia do jornalismo. **Intercom** – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v. 26, n. 2, p 40-52, jul/dez, 2003.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e "estórias". 2a. ed. Lisboa: Vega, 1999, p. 74-90.

VINUTO, Juliana. A amostragem em Bola de Neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas** (UNICAMP), v. 44, p. 201-218, 2015.



JORNALISMO ESPORTIVO E FUTEBOL FEMININO NO CONTEXTO DA PANDEMIA DE COVID-19

Sports journalism and women's football in the context of the COVID-19 pandemic

Érika Alfaro de ARAÚJO¹
Universidade Estadual Paulista, Unesp | Brasil

Resumo

Situado no contexto de paralisação das competições esportivas por conta da pandemia de COVID-19, este estudo tem como objetivo estudar como o jornalismo esportivo retratou o futebol feminino nacional nesse cenário de crise socioeconômica e sanitária. Para isso, foram selecionadas duas reportagens do portal GloboEsporte.com. Por meio de uma análise qualitativa apoiada nos procedimentos metodológicos da Análise de Conteúdo, verificamos que os materiais jornalísticos tiveram como foco denúncias sobre o auxílio financeiro da CBF para os clubes e os pagamentos das atletas. Assim, identificamos que os pontos cruciais das reportagens e da realidade retratada são a condição amadora das jogadoras – segundo relatório de 2019 da Fifa, no Brasil, o número de jogadoras adultas registradas não chega a três mil – e a instabilidade das relações de trabalho no futebol de mulheres.

Palavras-chave

Esporte; futebol feminino; jornalismo esportivo; reportagem; pandemia.

Abstract

Situated in the context in which sports competitions were paralyzed due to the COVID-19 pandemic, this study aims to study how sports journalism reported national women's football in this scenario of socioeconomic and health crisis. For that, two reports from the GloboEsporte.com portal were selected. Through a qualitative analysis supported by the methodological procedures of Content Analysis, we verified that the journalistic materials focused on complaints about CBF's financial aid to the clubs and the athletes' payments. Thus, we identified that the central points of the reports and the reality portrayed are the amateur condition of the players – according to Fifa's 2019 report, in Brazil, the number of registered adult players does not reach three thousand – and the instability of work relationships in women's football.

Keywords

Sport; women's football; sports journalism; reportage; pandemic.

RECEBIDO EM 06 DE FEVEREIRO DE 2023
ACEITO EM 19 DE MAIO DE 2023

¹ Jornalista e Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) - Universidade Estadual Paulista (Unesp). Contato: erikaalfaro@gmail.com.



Introdução

Embora existam registros de mulheres jogando futebol no Brasil desde a década de 1920 (MOURA, 2003) e, até o início de 1940 alguns times tenham se formado pelo território nacional, a história da modalidade feminina no país foi marcada por uma interrupção no episódio da proibição por lei em 1941² e pela posterior resolução do Conselho de Desportos em 1965³. Foram quase quatro décadas até que essas determinações fossem revogadas em 1979 e apenas em 1983 o futebol feminino foi regulamentado – com regras que, entre outros aspectos, vedaram o profissionalismo e definiram partidas de 70 minutos.

Em termos de competições, a nível mundial, o futebol de mulheres foi incluído nos Jogos Olímpicos em 1996, e a primeira Copa do Mundo da Fifa foi organizada em 1991 – ambos contaram com o time brasileiro. Os dois torneios, os principais dos calendários das seleções, contribuem para evidenciar que o desenvolvimento do futebol feminino é um fenômeno recente. O que fica ainda mais notório no cenário nacional: o Campeonato Brasileiro teve início em 2013; em 2017, passou a ser organizado em duas divisões; e campeonatos de base (sub-18 e o sub-16) passaram a existir em 2019.

Levando em conta esse contexto de desenvolvimento e busca por estruturação, visibilidade e profissionalização, este artigo se situa no ano de 2020, no momento em que as competições esportivas foram paralisadas por conta da pandemia global causada pelo coronavírus. Para estudar esse período e entender de que forma o jornalismo se relaciona com essa realidade,

² Decreto-Lei de 14 de abril de 1941: “Às mulheres não se permitirá a prática de desportos incompatíveis com as condições de sua natureza, devendo, para este efeito, o Conselho Nacional de Desportos baixar as necessárias instruções às entidades desportivas do país”. Disponível em: < <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1940-1949/decreto-lei-3199-14-abril-1941-413238-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 17 mai 2023.

³ Deliberação número 7 de 1965 do Conselho Nacional de Desportos (CND): “Não é permitida a prática de lutas de qualquer natureza, futebol, futebol de salão, futebol de praia, polo-aquático, pólo, rugby, halterofilismo e baseball”. Disponível em: <http://cev.org.br/biblioteca/deliberacao-n-7-2-agosto-1965/>. Acesso em: 17 mai 2023.

Érika **ARAÚJO**

selecionamos duas reportagens veiculadas pelo Portal ge.globo: “Das ameaças a atletas à verba da CBF retida: pandemia escancara amadorismo do futebol feminino”⁴ e “Pandemia afeta elite do futebol feminino, mas maioria dos clubes mantém salários; veja panorama”⁵. Ao analisarmos os materiais que têm como foco a situação do futebol de mulheres no Brasil no contexto da pandemia, buscaremos entender de que forma a divulgação sobre acontecimentos envolvendo o futebol de mulheres foi realizada, com base em quais critérios, como esse retrato jornalístico de uma realidade foi construído, o que revelam sobre ela e que tipo de mensagem foi fornecida pelas reportagens.

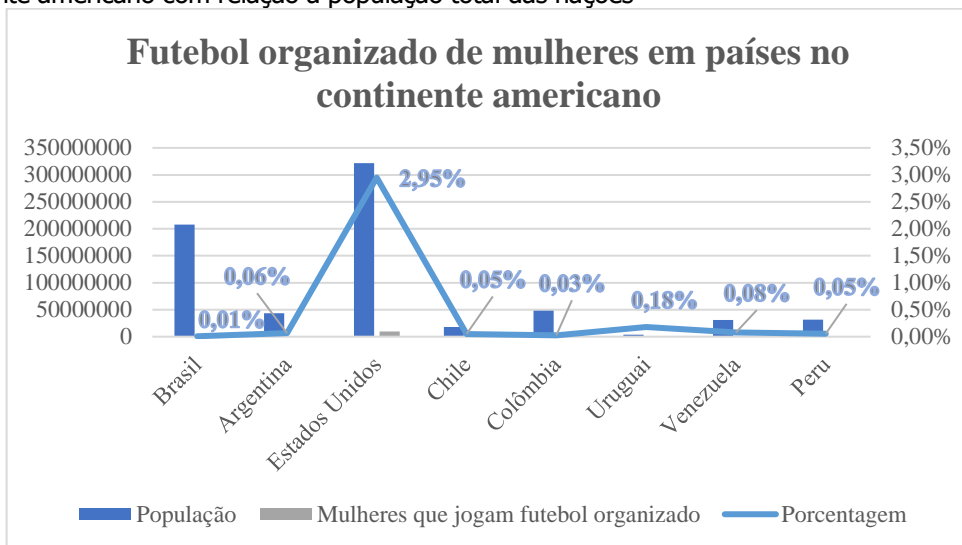
Futebol feminino brasileiro na contemporaneidade

Em 2019, a Fifa divulgou um relatório que ofereceu um panorama do futebol feminino em âmbito mundial. Uma informação destacada fornecida pelo Women's football – Member Associations Survey Report 2019 revela que 15 mil mulheres jogam um futebol organizado no Brasil. Para uma base de comparação, nos Estados Unidos, seleção tetracampeã do mundo e quatro vezes ouro olímpico, esse número chega a 9,5 milhões. Nesse sentido, há países da América Latina com números variados. Em termos percentuais, colocando o número de mulheres que jogam um futebol organizado com relação à população total estimada pelo relatório, temos, em ordem decrescente: Estados Unidos com 2,95%; Uruguai com 0,18%; Venezuela com 0,078%; Argentina com 0,064%; Peru com 0,054%; Chile com 0,050%; Colômbia com 0,026%; e Brasil com 0,0072%.

⁴ Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-feminino/noticia/das-ameacas-a-atletas-a-verba-da-cbf-retida-pandemia-escancara-amadorismo-do-futebol-feminino.ghtml>. Acesso em: 17 mai 2023.

⁵ Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/futebol-feminino/noticia/pandemia-afeta-elite-do-futebol-feminino-mas-maioria-dos-clubes-mantem-salarios-veja-panorama.ghtml>. Acesso em: 17 mai 2023.

Gráfico 1 – Número de mulheres que jogam futebol organizado em países pelo continente americano com relação à população total das nações



Fonte: Elaborado pela autora (2021), a partir dos dados do Women's football – Member Associations Survey Report (2019).

No Brasil, o número de jogadoras adultas registradas é de 2.974. Com menos de 18 anos, são apenas 475. Nos Estados Unidos, são 80 mil adultas e mais de um milhão e meio de jovens. Conforme os índices divulgados pela Fifa, há três seleções mantidas pela CBF: sub-17, sub-20 e sênior. Já representando as americanas, são nove categorias, começando pelo sub-14.

Mesmo com a organização de campeonatos pela confederação brasileira, a maioria dos times das duas divisões é basicamente amadora. Para que se configure o profissionalismo, as atletas necessitam de um registro pelos clubes na CBF, o que é viabilizado por meio de um contrato no sistema CBF/Fifa e acontece quando a atleta se encaixa no regime CLT, isto é, de leis trabalhistas.

O primeiro clube brasileiro a profissionalizar as relações de trabalho com as jogadoras foi o Santos em 2015. A partir de então, outras instituições acompanharam a decisão. No ano de 2020, dos 16 clubes da divisão de elite do Brasileirão, dez eram profissionais. Embora a primeira divisão apresente um

Érika **ARAÚJO**

número recorde, a segundona ainda exibe um panorama amador: dos 36 clubes que competem no torneio, são cinco profissionais. Os dados foram disponibilizados pelo site Dibradoras⁶.

Essas mudanças aconteceram em um contexto em que federações e confederações interviam junto aos clubes para colaborar com o desenvolvimento do futebol feminino. A Confederação Sul-Americana de Futebol (Conmebol) determinou em seu estatuto e regulamento de clubes a manutenção de uma equipe feminina em todos clubes que disputassem a Copa Libertadores da América e a Copa Sul-Americana – os principais torneios continentais no calendário dos times brasileiros. Com prazo de adequação de dois anos, a decisão passou a valer em 2019.

A determinação foi acompanhada pelo Licenciamento de Clubes da Confederação Brasileira de Futebol, em que a CBF definiu como obrigatória a existência de equipes femininas adultas e de base para todos os vinte clubes da série A do Campeonato Brasileiro em 2019. Ambas as medidas estão em conformidade com o Estatuto⁷ da Federação Internacional de Futebol (Fifa) de 2018, que, em seu vigésimo terceiro artigo, colocou como dever das confederações a inclusão de princípios de governança com disposições relativas, entre outros temas, à igualdade de gênero.

Almeida (2019) observa que a CBF deu sinais de mudanças com relação ao cumprimento das regras da Federação, mas, na hora de colocá-las em prática, demonstrou que a intenção era preencher as formalidades impostas pela instituição internacional.

Para Vieira e Rodrigues (2021), as discussões sobre a profissionalização do futebol feminino no Brasil são relevantes para entendermos que as autoras chamam de “condição crônica de abandono da modalidade”.

⁶ Brasileiro feminino de 2020 terá número recorde de times profissionais. Disponível em: <<https://bit.ly/2PYhqB7>>. Acesso em: 3 fev 2023.

⁷ Estatuto da Fifa. Disponível em: <<https://resources.fifa.com/image/upload/the-fifa-statutes-2018.pdf?cloudid=azwxwekfmX0nfdixwv1m>>. Acesso em: 3 fev 2023.

Cenário esportivo na pandemia

No ano de 2020, o mundo foi atingido pela pandemia de Covid-19. Por conta do isolamento social, eventos dos mais diversos setores foram cancelados ou remarcados. Logo, as competições esportivas também foram afetadas. No Brasil, tratando-se de futebol, a CBF paralisou todos os campeonatos nacionais por tempo indeterminado a partir do dia 16 de março de 2020⁸.

No período em que as competições estavam paralisadas, a confederação organizou ações de apoio financeiro aos clubes⁹. No futebol feminino, 3,7 milhões de reais foram destinados ao auxílio na primeira quinzena de abril, sendo 120 mil reais direcionados a cada um dos 16 clubes da primeira divisão e 50 mil a cada um dos 36 clubes da série B.

A Federação Internacional de Jogadores de Futebol (FIFPro) divulgou, em abril de 2020, um relatório intitulado Covid-19: Implications for professional women's football com o intuito de chamar a atenção para as implicações da crise global de saúde com relação ao futebol feminino profissional. O relatório destaca que a falta de contratos por escrito, vínculos de trabalho de curto prazo, a falta de seguro saúde e de assistência médica, além da ausência de medidas de proteção básica dos direitos trabalhistas coloca muitas mulheres em uma situação de alto risco por terem seus meios de sustento ameaçados. A pesquisa ouviu atletas e indicou que, embora muitas preocupações tenham sido relatadas, algumas delas foram mais frequentes: as questões que estão em aberto sobre economia, calendário de competições e segurança no emprego.

⁸ CBF suspende competições de âmbito nacional por tempo indeterminado. Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/a-cbf/informes/index/cbf-suspende-competicoes-de-ambito-nacional-por-tempo-indeterminado>>. Acesso em: 3 fev 2023.

⁹ CBF anuncia novas medidas de apoio aos clubes. Disponível em: <<https://bit.ly/3exf2uH>>. Acesso em: 3 fev. 2023.

Érika **ARAÚJO**

Por meio dos aspectos levantados, situamos o presente estudo. Aqui, compartilhamos o pressuposto adotado por Vieira e Rodrigues (2021) de que a pandemia funciona como um analisador social do futebol de mulheres. “Isso porque a realidade pandêmica pode ser capaz de produzir uma percepção diferenciada sobre tal contexto, rompendo com a neutralidade e naturalidade aparentes da situação das mulheres na instituição futebolística” (VIEIRA, RODRIGUES, p. 113).

Objeto, objetivos e metodologia

Criado em 2005, o GloboEsporte.com é um portal do Grupo Globo cujos conteúdos englobam desde notícias e reportagens até transmissões em tempo real, colunas e podcasts sobre as mais diversas modalidades esportivas. Tratando-se de um projeto de expansão do jornalismo esportivo da Globo para o webjornalismo, um ano após seu lançamento, já havia alcançado a marca de mais de um milhão de visitantes únicos¹⁰ e, em 2018, chegou a manter uma média de 7 milhões de usuários únicos por dia¹¹. Em julho de 2020, após uma renovação da marca, passou a se chamar ge.globo.

Com um menu repleto de opções de acesso, uma das seções do ge é dedicada ao futebol feminino, e é justamente nesta que se encontram nossos objetos, duas reportagens publicada em maio de 2020: “Das ameaças a atletas à verba da CBF retida: pandemia escancara amadorismo do futebol feminino” e “Pandemia afeta elite do futebol feminino, mas maioria dos clubes mantém salários; veja panorama”. As matérias selecionadas para análise têm como proposta apresentar informações sobre os clubes com relação aos seus times

¹⁰ Uma década de globoesporte.com. Disponível em: <<http://app.globoesporte.globo.com/globoesporte10anos/uma-decada-de-globoesporte.com/index.html>>. Acesso em: 3 fev 2023.

¹¹ Grupo Globo bate recorde de acessos no digital e passa de 100 milhões de usuários únicos. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2018/11/26/grupo-globo-bate-recorde-de-acessos-no-digital-e-passa-de-100-milhoes-de-usuarios-unicos.ghtml>>. Acesso em 3 fev 2023.

femininos durante o período de paralisação dos campeonatos por conta da pandemia.

O estudo tem como propósito entender e discutir quais foram os aspectos trabalhados nas reportagens e o que eles revelam sobre o futebol de mulheres no Brasil, especialmente no cenário pandêmico. Para Barbosa Filho, a reportagem é “considerada uma narrativa que engloba, ao máximo, as diversas variáveis do acontecimento” e consegue “oportunizar aos ouvintes, leitores, telespectadores ou internautas uma noção mais aprofundada a respeito do fato”. Buscaremos verificar também se a construção narrativa das reportagens de fato ofereceu uma noção aprofundada acerca dos acontecimentos.

Para a realização da análise das reportagens, uma abordagem qualitativa focada na mensagem foi adotada, para a qual os procedimentos metodológicos da Análise de Conteúdo de Bardin (2011) foram tomados como base. Conforme explicita Moraes (1999), essa análise, conduzindo a descrições sistemáticas, e, neste caso, qualitativas, ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum. Sendo assim, categorias que possibilitarão a organização da análise foram desenvolvidas, as quais permitem inferências críticas e interpretações fundamentadas teoricamente.

Tabela 1 – Categorias para análise da reportagem

Categorias de análise	Objetivo
Enfoque	Entender qual a proposta da reportagem
Estrutura da reportagem	Conhecer a construção textual e as opções narrativas
Uso das fontes	Identificar os tipos de fonte utilizadas, o uso das informações oferecidas e as contribuições das entrevistas
Levantamento documental	Especificar os materiais utilizados e suas funções

Érika **ARAÚJO**

Abrangência	Determinar quais e quantos clubes foram incluídos
Hiperlinks	Revelar as conexões e atualizações do texto
Marcas de análise	Verificar a existência ou não de opiniões e análises

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Análise qualitativa das reportagens

Nesta etapa do artigo, as reportagens veiculadas pelo ge são descritas, analisadas, e interpretações críticas são apresentadas.

Reportagem 1: “Das ameaças a atletas à verba da CBF retida: pandemia escancara amadorismo do futebol feminino”

Enfoque

Publicada no dia 14 de maio de 2020, cerca de dois meses depois da interrupção do futebol brasileiro, a matéria traz revelações, dá pistas dos assuntos tratados e apresenta uma espécie de resumo de sua análise logo no título. Ao avaliar que a pandemia “escancara o amadorismo do futebol feminino”, sugere que esta leitura envolve a revelação de que jogadoras foram ameaçadas e que há uma questão envolvendo o não repasse de verbas da confederação. Na linha-fina, há o esclarecimento sobre os apontamentos do título: “CBF distribuiu R\$ 3,7 milhões aos 52 times do Brasileiro feminino, mas a maioria dos dirigentes não transfere o pagamento para as jogadoras – e quem reclama ainda é dispensada”. Com essa sentença, quantifica a questão da ajuda financeira, define a responsabilidade pelo não repasse como sendo dos “dirigentes”, completando com a informação sobre a dispensa das atletas.

E são essas informações que orientam a abertura do texto, em que se afirma que a pandemia “escancarou ainda mais o amadorismo” do futebol de mulheres no país. Além disso, podemos perceber que há o reconhecimento de que, antes da pandemia, já havia era sabida essa condição amadora, e que o momento de crise apenas aprofundou a questão. Segundo a matéria, o

dinheiro da CBF não foi suficiente “para amenizar os problemas das atletas, nem evitaram o desamparo durante a paralisação dos campeonatos”.

Em seguida, os valores de repasse para clubes da série A e da série B são especificados, além da informação de que, na distribuição da verba, a CBF não exigiu contrapartidas, e o resultado foi problemas no repasse de dinheiro às atletas.

A seguir, o ge afirma ter apurado a situação de clubes pelo Brasil para traçar um panorama, o que indica que a reportagem não se compromete em apenas repercutir um acontecimento que já ganhou notoriedade no organismo social, mas também trazer informações novas, resultantes de apurações, e situá-las em um cenário nacional.

Assim, é possível apontar que a reportagem tem como enfoque a utilização da verba oferecida pela CBF pelos clubes e a situação das jogadoras, muitas das quais não receberam o dinheiro e foram ameaçadas quando expuseram suas experiências.

Estrutura da reportagem

Depois da abertura, que revelou os aspectos principais da reportagem, temos a seguinte disposição de intertítulos: dispensas, calotes e problemas; ameaças e medo; dinheiro para outro rumo; CBF tenta contornar; oásis na modalidade; e futuro incerto.

No primeiro, o ge apresenta a situação de cinco clubes da série A2, trazendo à tona as denúncias das jogadoras, a dispensa e ameaças a algumas delas – além do descaso com relação ao grupo de mulheres –, documentos que comprovaram informações e a contrapartida de advogado e presidentes dos clubes envolvidos. Já o segundo intertítulo é inteiramente dedicado ao Atlético-GO, clube em que as atletas recebiam apenas vaga no alojamento e alimentação, sem salário ou ajuda de custo. Assim, diante da cobrança de uma das jogadoras ao tomar conhecimento sobre o valor cedido pela CBF, ela foi dispensada. A resposta da dirigente do clube confirmou que o vínculo com as

Érika **ARAÚJO**

jogadoras não é profissional, e que o projeto foi montado às pressas por conta da exigência da CBF, mas que todo o valor da confederação será destinado ao departamento feminino.

Em “dinheiro para outro rumo”, a reportagem contou os casos do Sport e do Botafogo. A questão que envolveu o time de Recife foi que, dos 50 mil reais recebidos, 10 mil foram para as atletas, e os outros 40 para “despesas de lavanderia, escritório e pagamento de outros funcionários”. No Botafogo, havia salários atrasados desde antes da paralisação do campeonato, e a diretoria admitiu a situação.

Em seguida, temos a reação da CBF diante dos fatos. A confederação ligou para os clubes para exigir que o dinheiro fosse usado para pagar as atletas, reforçando que recomendação oficial era essa desde o princípio. História que foi contestada por um dirigente do Audax, cuja versão é a de que não foi especificado pela CBF que o valor deveria ser destinado às mulheres, por isso foi usado para despesas do próprio clube. O supervisor da CBF afirmou, via assessoria de imprensa, que o dinheiro foi repassado para que os clubes cumprissem suas obrigações junto à modalidade, especialmente com relação às atletas, mas que a “entidade não tem ingerência na administração interna dos clubes”. Com isso, uma série de 11 perguntas e 11 respostas foi esquematizada para evidenciar os pontos apurados a respeito do assunto.

O intertítulo “oásis na modalidade” apresenta um contraponto a todo o cenário traçado até aquele momento. Um relato de uma das atletas do Ceará conta como o clube é uma exceção no Brasil por dar boas condições às jogadoras. No estado de São Paulo, o texto afirma que Corinthians e Ferroviária são dois bons exemplos, mesmo passando por dificuldades durante a pandemia.

A última parte da reportagem, “futuro incerto”, apresenta o viés de instabilidade dos clubes, citando que alguns cogitam pedir desligamento das

competições em 2020. Apesar de evidenciar que nenhum clube fez o pedido até aquele momento.

Diante dessas informações, podemos concluir que a estrutura da reportagem foi pensada incluir diversos clubes, agrupando em intertítulos os casos mais similares. Com isso, conseguiram trazer acusações de atletas e as represálias dos clubes, assim como a resposta da CBF, o contraponto com casos positivos e uma finalização de projeção de um futuro incerto.

Uso das fontes

É possível afirmar que as fontes tiveram um papel significativo na reportagem. Isso porque a história principal do texto foi construída, principalmente, por meio das declarações das jogadoras e as respostas dos responsáveis pelas instituições.

Lage (2008) corrobora com a ideia de que são poucos com textos jornalísticos que “originam-se integralmente da observação direta”, e a reportagem analisada aqui se junta à maioria das matérias que “contém informações fornecidas por instituições ou personagens que testemunham ou participam de eventos de interesse público”, isto é, os conteúdos são construídos com a contribuição das fontes. “É tarefa comum dos repórteres selecionar e questionar essas fontes, colher dados e depoimentos, situá-los em algum contexto e processá-los segundo técnicas jornalísticas” (LAGE, 2008, p. 49).

É importante pontuar que muitas das atletas entrevistadas não tiveram seus nomes citados, fato explicado no texto: “A maioria das atletas não quer se identificar porque teme ser dispensada e, além de não receber pagamento, ter de sair do alojamento do clube”. Dessa forma, notamos que o sigilo foi praticado na proteção das fontes, um fator essencial na ética jornalística.

Foram 23 fontes no total, de atletas não identificadas até jogadoras e presidentes dos clubes, dirigentes, auxiliar-técnico, advogado e assessoria de imprensa.

Érika **ARAÚJO**

Com isso, podemos observar que os tipos de fontes, segundo a classificação proposta por Lage (2008), estão divididos entre oficiosas e primárias. As oficiosas são aquelas, segundo o autor, reconhecidamente ligadas a uma entidade ou indivíduo. No caso da reportagem, temos os representantes dos clubes, como presidentes, dirigentes ou advogados, e da CBF. Já as primárias são aquelas, conforme Lage (2008), em que o jornalista se baseia para colher aspectos fundamentais de uma matéria, já que elas fornecem fatos, versões e números, como são os casos das atletas, identificadas ou não, que contaram suas experiências, evidenciaram valores oferecidos pelos clubes e divulgaram a forma como foram tratadas pelos clubes.

Levantamento documental

Além das fontes entrevistadas, documentos foram utilizados para verificar informações e comprovar fatos e versões, como a mensagem enviada pelo presidente Jorge Simplício às jogadoras em um grupo de WhatsApp, a mensagem do presidente do UDA para atletas, a ata da reunião do Santos Dumont (documento assinado pelo presidente Jogival Melo Passos) e o recibo do Audax com relação ao valor recebido da CBF. Uma captura da tela do site da CBF exibiu o registro de dispensa das jogadoras do Auto Esporte ouvidas pela reportagem e o texto oficial divulgado pela confederação no dia seis de abril com o anúncio da ajuda financeira também foi utilizado – além da reprodução de um trecho, o hiperlink foi adicionado para levar o leitor à página mencionada. Além disso, na parte em que há um esquema de perguntas e respostas, há um trecho de um texto informado pela CBF em seu canal de ética destinado a receber reclamações de atletas, clubes ou federações.

Os materiais foram principalmente utilizados para apuração jornalística, tanto no sentido de a reportagem examinar as declarações das fontes quanto

para elaborar questionamentos na busca por respostas de outras fontes, como os representantes dos clubes ou da CBF.

Abrangência

Haja vista o enfoque da reportagem, que era retratar o cenário do futebol feminino durante a pandemia com atenção especial às denúncias com relação à verba da CBF, os clubes protagonistas foram aqueles envolvidos na questão da falta de repasse às atletas, com exceção para os citados como bons exemplos de gestão no contexto de crise.

Foram 14 times citados pela reportagem, muitos dos quais tiveram dirigentes e atletas ouvidos. Os clubes são de diversos estados, representando quatro regiões do Brasil: Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste – apenas o Norte ficou de fora.

Hiperlinks

A reportagem tem, no total, quatro hiperlinks. O primeiro deles leva até a tabela do Brasileirão Feminino mantida pelo ge no termo "Campeonato Brasileiro". Os objetivos poderiam ser oferecer informações e aumentar o engajamento do site. No seguinte, o hiperlink foi colocado na construção "a relação com o time feminino é 'saudável'" e leva até uma matéria do próprio ge na página do Auto Esporte. Com isso, temos o aprofundamento da informação com a retomada de uma notícia previamente publicada.

Um caso similar aconteceu quando se falava sobre o Corinthians, em que há o hiperlink para uma matéria do ge publicada na página do time paulista. Ou seja, levava o leitor a se aprofundar no caso específico do clube.

Por fim, um hiperlink foi utilizado como verificação e comprovação. A página da CBF com o comunicado oficial sobre a ajuda financeira foi colocada na frase "como dizia o texto divulgado no site da entidade no dia 6 de abril".

Érika **ARAÚJO**

Sendo assim, os hiperlinks foram adicionados na reportagem com funções de acréscimo e aprofundamento das temáticas, além da confirmação de uma informação fornecida.

Marcas de análise

A maior parte do texto é construída por meio do que as fontes alegaram e o que as partes envolvidas responderam, sem construções que expressassem opiniões no decorrer da montagem do cenário. No entanto, a já citada abertura do texto cumpre esse papel de análise, uma vez que afirma que “A pandemia do novo coronavírus escancarou ainda mais o amadorismo do futebol feminino no Brasil” e que o dinheiro da CBF não foi suficiente “para amenizar os problemas das atletas, nem evitaram o desamparo durante a paralisação dos campeonatos”.

Ao expor esse cenário de denúncias a respeito de pagamentos, a falta de vínculos profissionais, as ameaças e os desligamentos de atletas, a reportagem avaliou que se tratavam de situações capazes de escancarar esse amadorismo e evidenciar a condição de desamparo das jogadoras.

O próprio recurso de indicar que existem profissionais registradas e clubes em que não há reclamações de atrasos, ressaltando que “nem tudo é problema”, pode significar que a reportagem considera que a conjuntura majoritária do futebol de mulheres no país é problemática. No próprio depoimento da jogadora do Ceará, que descreve as boas condições que tem no clube, há a ressalva de que o time “é uma das raras exceções do futebol feminino no Brasil”.

Reportagem 2: “Pandemia afeta elite do futebol feminino, mas maioria dos clubes mantém salários; veja panorama”

Enfoque

Publicada no dia 21 de maio de 2020, a reportagem foi ao ar sete dias após àquela cuja proposta era retratar o futebol feminino brasileiro e informa sobre a situação dos clubes da série A. Dessa forma, no título, há o reconhecimento dos efeitos da pandemia na primeira divisão do esporte de mulheres seguido de uma construção adversativa que afirma a manutenção de salários na maioria dos clubes. A linha-fina diz: “Levantamento do GloboEsporte.com sobre os 16 times da elite do futebol feminino no Brasil aponta que quatro clubes cortaram ou não pagaram salários das atletas”, o que reforça a noção de que o foco do conteúdo é a questão salarial e coloca uma situação problemática em quatro agremiações entre 16 – ponto que comprova o uso do termo “maioria”.

Na abertura do texto, há a indicação que, depois das denúncias envolvendo os clubes da Série A2 do Brasileirão, o portal se propõe a apurar o cenário mais específico Série A1. O ge ressalta que atletas de todos os clubes foram procuradas e, em seguida, adianta que metade dos times são filiados à Federação Paulista de Futebol, entidade que não recebeu denúncias sobre repasses de dinheiro. Com isso, anuncia o panorama realizado em todo o país e noticia a questão do repasse de 120 mil reais por parte da CBF às equipes.

Com isso, é possível observar que o enfoque da matéria é a investigação da situação financeira dos clubes da elite do futebol brasileiro, uma apuração mais específica instigada pela matéria anterior, que denunciou problemas com relação aos pagamentos das atletas no país.

Estrutura da reportagem

A abertura do texto expressa seu encaminhamento e, depois dela, temos os seguintes intertítulos: Região Sudeste; Centro e Sul do Brasil; Problemas à vista...; e CBF se manifesta. Assim, como a ideia seria falar sobre todos os 16 clubes da primeira divisão do Campeonato Brasileiro, os dois primeiros intertítulos os dividem por região do país.

Érika **ARAÚJO**

Começando pelo Estado de São Paulo no item sobre o Sudeste, o texto expõe a situação do Audax, que teve problemas com os repasses a princípio, mas pagou as jogadoras depois de pressionado pela CBF. Palmeiras, São Paulo, Ponte Preta e Ferroviária estão na mesma situação, a de pagamentos em dia, segundo “fontes ouvidas pela reportagem”. No Santos, o clube anunciou que o corte de salários seria de 70% para os que recebiam mais de seis mil reais, o que atingiria uma pequena parcela do time feminino. Já no Corinthians, a informação é de que houve redução de salários e que o direito de imagem não foi pago. Nos casos de São José, Cruzeiro, único time mineiro, e Flamengo, representante carioca, há explicações sobre como os clubes conseguiram manter os pagamentos.

O intertítulo referente às regiões do Centro e do Sul do país é sucinto: apenas indica que, de acordo com as fontes ouvidas, a situação era regular em Internacional, Grêmio, Avaí Kindermann e Minas Icesp.

Já no “Problemas à vista...”, há a retomada de informações da reportagem do dia 14 de maio indicando que o Vitória e o Iranduba tinham os problemas mais graves, tendo em vista que os relatos incluíam até mesmo questões relacionadas à alimentação das jogadoras. Neste ponto, também há o questionamento para o Iranduba sobre a falta de contratos profissionais de atletas, e a justificativa do clube envolveu questões financeiras baseadas na pandemia e em problemas com o patrocinador.

O último intertítulo apresenta a contrapartida da CBF, a entidade máxima do futebol brasileiro. Sendo assim, o texto utiliza a fala do secretário-geral Walter Feldman para apresentar a versão da confederação, cuja alegação foi que a falta de repasse dos valores para jogadoras seria investigada.

Uso das fontes

As fontes citadas pela reportagem foram importantes instrumentos para a compreensão do cenário retratado. Gustavo Teixeira, diretor do Audax;

Renata Ferreira, coordenadora do São José; Dilson Pereira, diretor jurídico do Vitória; João Amarildo Pinto Dutra, presidente do Iranduba; e Walter Feldman, secretário-geral da CBF foram os cinco entrevistados nominalmente citados. O texto também menciona a assessoria do Flamengo e o Cruzeiro (em “O Cruzeiro diz” e “o clube informou”). Além disso, há o apontamento sobre o “relato de uma jogadora que pediu para não ser identificada” e construções que não trazem especificidade, como “fontes ouvidas pela reportagem”, “de acordo com as atletas ouvidas pela reportagem” e “a reportagem consultou mais de cinco atletas do Flamengo”.

Sendo assim, mesmo com a utilização de formas genéricas de apresentar os entrevistados, observamos os mesmos tipos de fontes do texto anterior. Segundo a classificação de Lage (2008), oficiosas e primárias.

Levantamento documental

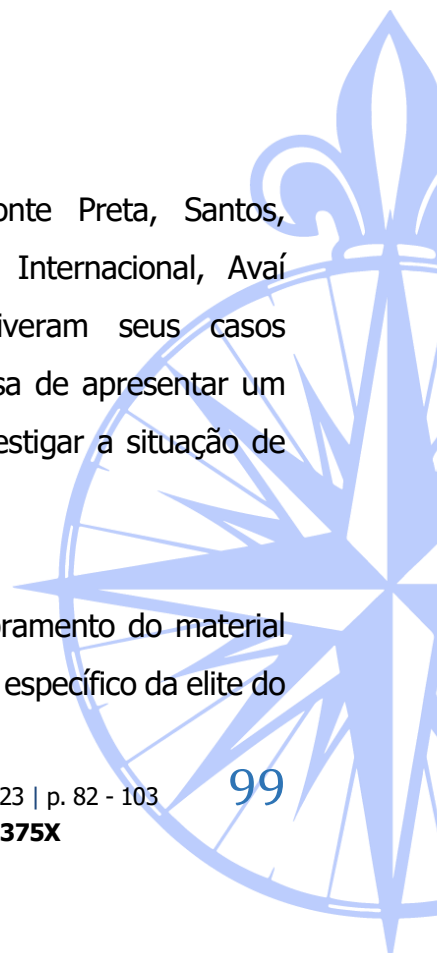
Ao contrário da reportagem anterior, nesta, não há o uso de fontes documentais – apenas a referência a outras publicações. A matéria foi inteiramente construída por meio de declarações das partes envolvidas: clubes, atletas e CBF.

Abrangência

Audax, Palmeiras, São Paulo, Ferroviária, Ponte Preta, Santos, Corinthians, São José, Cruzeiro, Flamengo, Grêmio, Internacional, Avaí, Kindermann, Minas Incesp, Vitória e Iranduba tiveram seus casos mencionados. Isto é, a reportagem cumpriu a promessa de apresentar um panorama da Série A do Campeonato Brasileiro ao investigar a situação de todos os 16 clubes que a disputam.

Hiperlinks

Tendo em vista que a reportagem é um desdobramento do material anteriormente publicado, como o foco voltado ao cenário específico da elite do



Érika **ARAÚJO**

futebol brasileiro, há uma série de hiperlinks: são 23 no total. A primeira frase do texto tem um hiperlink para a reportagem publicada no dia 14 de maio, em uma ligação que sugere uma contextualização ao leitor, o que aconteceu mais uma vez quando o texto é citado em outro momento. Há mais um hiperlink que aparece duas vezes: um direcionamento para o blog “Dona do Campinho”, do próprio ge, em que a jornalista Cíntia Barlem se aprofunda no caso do Vitória da Bahia. Além disso, todos os clubes citados que possuem uma página própria no GloboEsporte.com têm o hiperlink em seus nomes – o único que não possui é o Minas Icesp, de Brasília.

Nesse sentido, as ligações com outras publicações, nesta reportagem, são utilizadas para complementar as informações fornecidas, pois levam o usuário a uma leitura mais aprofundada dos casos apresentados ou fazem referência a endereços com mais opções de conteúdo.

Marcas de análise

No geral, não foram verificadas construções opinativas no texto, que é composto majoritariamente por informações diretas sobre a situação financeira dos clubes com base no que as instituições alegaram e no que as atletas disseram à reportagem. No entanto, há trechos em que é possível observar o estabelecimento de relações de causa e consequência e de uma abordagem crítica. Em “O Audax teve problemas iniciais no repasse do dinheiro, mas os pagamentos foram efetuados depois que a CBF pressionou a diretoria do clube”. Assim, a reportagem considera que havia uma circunstância problemática que foi resolvida com intervenção da confederação.

Em outro momento, o texto afirma: “o Vitória, da Bahia, e o Iranduba, do Amazonas, têm os problemas mais graves até o momento”. Sendo assim, há uma avaliação realizada acerca do grau de gravidade da conjuntura.

Considerações finais

Após a construção do cenário histórico do futebol de mulheres no Brasil e da contextualização do momento retratado pelas reportagens selecionadas para a análise, foi possível chegar a algumas conclusões sobre os materiais e a realidade exposta por eles.

Dentro do universo do futebol feminino durante a pandemia, o enfoque da primeira reportagem estava nas denúncias sobre a verba repassada pela CBF para os clubes. Já a segunda pretendia averiguar especificamente os pagamentos das jogadoras de times da série A.

Dessa forma, pode-se afirmar que a primeira matéria, que foi elaborada após o conhecimento das primeiras reclamações de jogadoras ao Conselho de Ética da CBF, propôs-se a apurar essas informações, expandir e aprofundar o conteúdo por meio de uma investigação que trouxe à tona a situação de outros clubes. Assim, ambas cumpriram com as funções essenciais de uma reportagem, dentre as quais se destaca o fornecimento de um relato aprofundado.

Nesse sentido, é importante ressaltar o papel das fontes nessa apuração: por um lado, as jogadoras relataram os problemas com os pagamentos e as ameaças, e os dirigentes, advogados ou dirigentes trouxeram as respostas dos clubes – além da voz da CBF como “mediadora” da situação. A segunda reportagem também foi construída com base nas alegações das partes envolvidas: jogadoras, clubes e CBF. No entanto, diferentemente da reportagem anterior, os entrevistados e suas versões foram, muitas vezes, apresentados de maneira genérica em resumos dos casos, como “a situação é regular”, e em construções generalistas, como em “de acordo com fontes ouvidas pela reportagem”.

Além de evidenciar as questões dos clubes com relação às finanças, a reportagem do dia 14 de maio trouxe à tona a relação interna dos presidentes, dirigentes e demais responsáveis pelas instituições com as jogadoras. Isso

Érika **ARAÚJO**

porque muitas das atletas que reivindicaram seus direitos, questionaram valores baixos ou o não pagamento de seus salários/ajuda custo foram dispensadas de suas funções. E essas represálias aumentaram a sensação de insegurança de jogadoras até mesmo de outros clubes, como foi possível perceber pela quantidade de fontes não identificadas na matéria por medo.

No entanto, um ponto crucial da reportagem é a condição amadora das atletas no futebol feminino brasileiro – condição esta que possibilita, por exemplo, que o trato dos clubes com relação a suas jogadoras seja negligenciado –, uma realidade presente antes da pandemia que foi agravada pela situação excepcional.

Os conteúdos do ge.globo comprovam a ideia de Vieira e Rodrigues (2021, p. 115) de que “as jogadoras, que já não possuem contrato, renda fixa, trabalho garantido para além dos campeonatos, assistência médica ou previdenciária, não são uma prioridade dos cartolas num momento de crise socioeconômica e sanitária”. Isso porque, em ambas as reportagens que evidenciam questões envolvendo atletas e clubes, há o reconhecimento de relações amadoras – até mesmo na elite do futebol nacional.

As autoras analisam o papel da própria CBF, pois, embora a ação emergencial tenha sido uma “tentativa de socorro a algumas equipes femininas do país”, não escondeu o “descaso histórico da entidade com a modalidade” (VIEIRA, RODRIGUES, 2021, p. 115). E, por fim, destacamos a potencialidade do jornalismo esportivo em um cenário de investigação e denúncias no que se refere ao cenário de mulheres historicamente marginalizadas.

Referências

ALMEIDA, C. S. O Estatuto da FIFA de igualdade de gênero no futebol: histórias e contextos do Futebol Feminino no Brasil. **FuLiA**, Belo Horizonte, v. 4, n. 1, edição especial – Dossiê Futebol e Mulheres, p. 72-87, 2019.
BARBOSA FILHO, A. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo. Paulinas, 2003.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

LAGE, N. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. 7ª ed, Rio de Janeiro: Record, 2008.

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

MOURA, E. J. L. **As relações entre lazer, futebol e gênero**. Dissertação (Mestrado em Educação Física) - Unicamp, Campinas, 2003.

VIEIRA, T. M.; RODRIGUES, J. C. Fora de jogo? **Revista Espaço Acadêmico**, v. 20, p. 112-122, 1 fev. 2021.

FEDERATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION (FIFA).

Women's football: member associations survey report 2019. [S. l.]: Fifa, [2019?] b. Disponível em:

<https://img.fifa.com/image/upload/nq3ensohyxpuxovcovj0.pdf>. Acesso em: 29 out. 2020



ESPECIFICIDADES DA SOCIALIZAÇÃO DE CONHECIMENTOS POR MEIO DO JORNALISMO: uma análise comparativa com as práticas pedagógicas do ensino formal

SPECIFICITIES OF KNOWLEDGE SOCIALIZATION THROUGH JOURNALISM: a comparative analysis with the pedagogical practices of formal education

Janaína KRONBAUER¹

Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil

Resumo

Compreender as especificidades da socialização de conhecimentos operada pelo jornalismo é o objetivo deste trabalho. Parte-se do pressuposto de que o jornalismo é uma forma social de produção de conhecimentos a qual é inerente uma dimensão pedagógica, fator que possibilita seu comparativo com as práticas escolares. Com seis categorias de análise predefinidas e entrevistas com especialistas, foram montados quadros comparativos de semelhanças e diferenças entre as práticas de socialização de conhecimentos realizadas pelas agências do jornalismo e do ensino formal. Os resultados evidenciam que ambas as práticas se distinguem quanto a seus auditórios e se aproximam quanto ao contrato comunicativo, os sistemas peritos, a autoridade atribuída e dispositivos e formatos. Eventuais semelhanças acerca de suas finalidades precisam ser relativizadas, pois o jornalismo não se volta a fins específicos de aprendizagem.

Palavras-chave

Jornalismo; Ensino formal; Socialização de conhecimentos; Práticas pedagógicas; Estudo comparativo de perfil qualitativo.

Abstract

Understanding the specificities of the knowledge socialization operated by journalism is the objective of this article. It is assumed that journalism is a form of social production of knowledge in which is inherent a pedagogical dimension, a factor that allows its comparison with school practices. With six predefined categories of analysis and interviews with specialists, comparative tables of similarities and differences were set up between the practices of socialization of knowledge carried out by the agencies of journalism and formal education. The results show that both practices are distinguished in terms of their auditoriums and are close to the communicative contract, expert systems, assigned authority and devices and formats. Any similarities about its purposes need to be relativized, because journalism does not turn to specific learning intention.

Keywords

Journalism; Formal education; Knowledge socialization; Pedagogical practices; Comparative study of qualitative profile

RECEBIDO EM 28 DE DEZEMBRO DE 2022

ACEITO EM 12 DE ABRIL DE 2023

¹ Doutora em Jornalismo (UFSC) e Mestra em Comunicação e Informação (UFRGS). Professora substituta no Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Contato: ksjanaine@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6024-4128>. Este estudo deriva da pesquisa de doutorado da autora, tendo recebido financiamento de bolsa CAPES-DS entre 2018/1 a 2021/2.

Introdução

Ao tomar como base as proposições de Park (2008a; 2008b), Genro Filho (2012) e Meditsch (1992; 2010), entendo o jornalismo como uma forma social de produção de conhecimentos acerca da realidade. Partindo de outro prisma, a pedagogia, reflexão teórica e prática de e sobre atividades educativas, possibilita que o conhecimento, em seus vários matizes, circule e seja apropriado pelos indivíduos – processo que ocorre através das modalidades educativas: formal, informal e não formal (LIBÂNEO, 2010). Assim, de modo concomitante, mesmo que participando de esferas educativas distintas, tanto o jornalismo quanto o ensino formal se apresentam como agências socializadoras de conhecimentos com perfis pedagógicos próprios.

Prática que se integra à modalidade educativa não formal, o jornalismo contém intencionalidades não necessariamente explícitas. No sistema formal de ensino tal atributo é aparente e sua manifestação é essencial ao processo de ensino-aprendizagem. Há, contudo, similitudes quanto a alguns dos predicados acionados por essas duas agências para que a socialização de conhecimentos se efetive.

No sistema educativo formal, suas “características [...] estão condicionadas pela natureza das informações socialmente necessárias, notadamente as de caráter científico, as generalizações e as leis que regem os processos reais”. De outra parte, “da mesma forma que o ensino, o jornalismo é uma estrutura determinada de transmissão de informações, com características próprias e sujeito a leis” (GENRO FILHO, 2004, p. 161). A partir dessa leitura, é pertinente considerar que

Janaíne **KRONBAUER**

A socialização protagonizada pelo Ensino Formal assume a tarefa maior da reprodução da cultura erudita, das ciências, das técnicas e das instituições, em crescente especialização. Pelo Jornalismo, se socializa a atualização imparável destes saberes pelo movimento da realidade, e se estabelece a comunicação possível entre as especificidades dos mesmos nos limites do senso comum (MEDITSCH; KRONBAUER, 2021, p. 51-52).

A natureza do conhecimento vinculada ao jornalismo é intersubjetiva (MEDITSCH, 2007) e em seu fazer identifica-se uma relativa processualidade: diferentes aspectos de fenômenos tidos como relevantes são reunidos para compor narrativas noticiosas com sentido e, principalmente, que correspondam de modo o mais fidedigno possível à realidade dos fatos reportados. Essa constatação motiva a busca por compreender o modo como esses conhecimentos são colocados em circulação, assimilados e apropriados pelos diferentes auditórios que consomem jornalismo, ou seja, a forma como ocorre a sua socialização.

A pesquisa realizada para a produção deste artigo, aqui sintetizada, revisa o conceito de socialização de conhecimentos (BERGER; LUCKMANN, 2014) e os processos de aprendizagens (BRAGA; CALAZANS, 2001; BRAGA, 2001) a ele conexos. Também coloca em perspectiva e sistematiza evidências reunidas a partir de entrevistas em profundidade com especialistas nas áreas de comunicação, jornalismo e educação sobre seis categorias de análise vinculadas a essas agências socializadoras de conhecimentos: contrato comunicativo, sistemas peritos, autoridade atribuída, dispositivos e formatos, conhecimento sobre os auditórios e finalidades da socialização de conhecimentos. Cabe indicar que este estudo se movimenta em torno de uma concepção que toma o jornalismo a partir de um ponto de vista modelar, calcado nos preceitos iluministas vinculados à profissão (FONSECA; SEIBT, 2015), cuja perspectiva, em termos de consecução, ocorre de modo não

homogêneo, mas em maior e menor medida, no cotidiano da atividade profissional.

Socialização de conhecimentos e aprendizagens

Para além da família, a responsabilidade pela formação educativa, cultural, moral e ética dos indivíduos é habitualmente imputada ao ensino formal, perspectiva que se volta tanto à alfabetização e letramento quanto ao seu convívio social e à construção de relações interpessoais. De acordo com a Berger e Luckmann (2014, p. 169) é no ambiente da escola que ocorre uma das principais etapas do processo de socialização dos indivíduos. Para os sociólogos, a socialização pode ser desmembrada em duas fases: a primeira e a segunda socialização. A primeira ocorre na infância, “em virtude da qual [o indivíduo] torna-se membro da sociedade”. Nesse momento ele participa [idealmente] de um ambiente familiar, aprendendo e internalizando os hábitos e convenções daquele agrupamento.

Essa primeira fase se dá no âmbito familiar e avança, em seguida, para uma esfera maior, habitualmente materializada na escola (onde a socialização primária ainda é fortemente presente) e seus principais agentes socializadores, os adultos. Para Meditsch (2010, p. 27), essa socialização “ocorre principalmente através dos sistemas pedagógicos especializados. É ‘secundária’ porque agrega um submundo à realidade dominante internalizada pela ‘socialização primária’, mas não a substitui totalmente”.

Quando inserido no ambiente social mais amplo, é a socialização secundária que continua ocorrendo: ela “introduz o indivíduo já socializado em novos setores do mundo objetivo de sua sociedade” (BERGER; LUCKMANN, 2014, p. 169). É nesse espaço que se localiza o jornalismo, com a possibilidade de obtenção e consumo de informações noticiosas por parte dos sujeitos.

As interações de indivíduos, nas relações interpessoais e nas trocas linguageiras, são fundamentos para a assimilação e apreensão de todo e

qualquer conhecimento. Nesse caminho, socializações e aprendizagens valem-se de intercâmbios para se estabelecerem, bem como do desenvolvimento cognitivo e de apropriações culturais assimiladas. O acesso às diversas informações e conhecimentos (formais e não formais) ocorre assim, por meio das interações e trocas entre indivíduos por meio das socializações, às quais se agregam, igualmente aprendizagens. Setton (2010, p. 107) enfatiza: “partindo de um conceito amplo de educação, considero a hipótese de que a matriz de cultura midiática tem força e responsabilidades no processo de socialização atual, todavia não tem o monopólio na formação de nossa consciência”.

A responsabilidade atribuída às atividades educativas formais é robusta e, apesar de serem consideradas basilares, não ocorrem apenas no ambiente escolar; são também compartilhadas com outras agências sociais (SETTON, 2005; 2010), as quais descrevem trajetórias de modo paralelo e concomitante à escola (FREIRE; GUIMARÃES, 2003). Assim, a socialização e as aprendizagens se dão em contextos múltiplos, desde que neles exista alguma espécie de intenção ou direção de sentido, algo próprio das práticas pedagógicas (CERQUEIRA, 2018). Vinculado à modalidade educativa não formal, o jornalismo também contém, em suas produções, intencionalidades – ainda que de modo não sistematizado (caso do sistema escolar).

Compartilhando espaço, mas partindo de lugares distintos, as aprendizagens escolar e mediática, como definido por Braga e Calazans (2001, p. 63), têm perfis próprios. Enquanto a aprendizagem escolar volta-se a um público específico, estratificado por etapas de ensino, a aprendizagem mediática “tem muito de disposição geral (na medida do acesso, por muitos, a um mesmo material simbólico) e muito de experiência singular, vivida (na especificidade das interações e das interpretações ativadas pelos usuários)”.

Se da perspectiva do processo de aprendizagem escolar sua aspiração é avançar na direção do desenvolvimento dos educandos, em se tratando das

aprendizagens mediáticas, às quais se vincula o jornalismo, “devemos evitar assumir uma pretensão de positividade automática do conceito de aprender” (BRAGA; CALAZANS, 2001, p. 63). Braga e Calazans (2001, p. 91) apontam também que as aprendizagens mediáticas “induzem modificações no sistema educacional estabelecido, solicitam, divergem, confundem, contribuem, desafiam”, algo diferente do que se observa nas aprendizagens educacionais, cujo corpo de conhecimentos é mais estável.

Há aproximações importantes, mas também contrastes notórios entre as práticas das chamadas aprendizagens educacional e mediática. Com o intuito de elucidar quais são algumas das semelhanças e diferenças entre ambas as agências no que tange à socialização de conhecimentos que oportunizam, a seguir avança-se na apresentação dos passos metodológicos que conduziram este estudo.

Caminho metodológico

A realização desta pesquisa acionou os ferramentais do método comparativo. De acordo com Lakatos e Marconi (2009, p. 274), eles permitem “uma melhor compreensão do comportamento humano” em seus diferentes contextos de inserção e, ainda, “verificar similitudes e explicar divergências”. Para Strauss e Corbin (2008, p. 85), a adoção de análises comparativas decorre do fato de “não reinventarmos o mundo à nossa volta a cada dia”, sendo possível, com isso, tomar como base o “que sabemos para nos ajudar a entender aquilo que não sabemos” ainda.

Com execução aprovada junto ao Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Santa Catarina (CEPSH-UFSC), a pesquisa aqui sintetizada contou com a realização de entrevistas individuais semiestruturadas. A opção por este tipo de interlocução deveu-se ao fato de que esse tipo de entrevista “conjuga a flexibilidade da questão não estruturada com um roteiro de controle” (DUARTE, 2008, p. 66).

Janaíne **KRONBAUER**

Assim, entre o segundo semestre de 2020 e o primeiro de 2021, foram ouvidos 20 especialistas das áreas de comunicação/jornalismo e educação. O convite para que participassem do estudo considerou a referencialidade dos participantes em suas áreas de atuação, sendo que os mesmos dispunham de trajetórias consolidadas e reconhecimento profissional frente a seus pares, figurando como especialistas ou pessoas com notório saber em suas áreas de formação. Em termos de representatividade, o perfil dos entrevistados foi composto por onze mulheres e nove homens, sujeitos advindos de quatro regiões (Sul, Sudeste, Nordeste e Centro-Oeste) do Brasil e também do exterior (caso de uma entrevistada), caracterizados, de acordo com a definição do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), como brancos (85%), pretos (5%) e amarelos (10%).

Três etapas compuseram o caminho metodológico, com a descrição das categorias elegidas para exame, a análise e cotejamento das percepções dos entrevistados e, por fim, a interpretação das informações reunidas. A partir das manifestações dos entrevistados (transcritas e categorizadas) foi possível reunir, associar, intensificar proposições convergentes e/ou evidenciar pontos de maior tensão quanto às falas, extraíndo-se delas fragmentos ilustrativos das declarações.

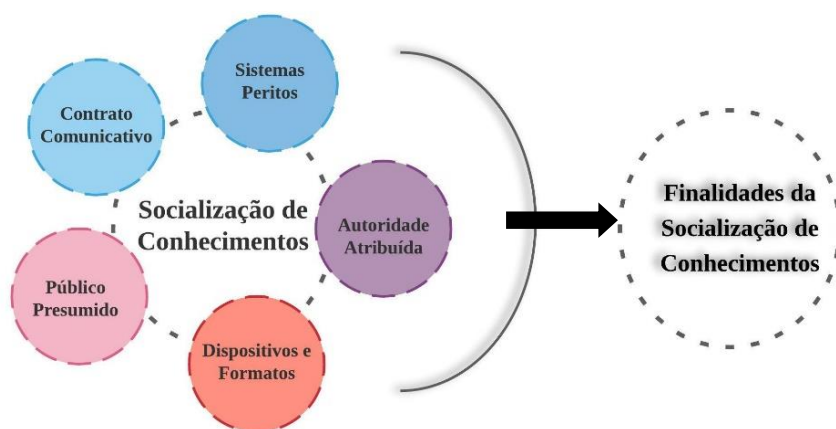
São apresentadas, a seguir, as definições conceituais de cada uma das seis categorias de análise eleitas para a investigação: contrato comunicativo, sistemas peritos, autoridade atribuída, dispositivos e formatos, conhecimento sobre os auditórios e finalidades da socialização de conhecimentos. Na sequência são dispostos os quadros comparativos de semelhanças e diferenças entre as práticas de socialização de conhecimentos das agências aqui consideradas e também as sínteses das percepções dos especialistas entrevistados².

² Por motivos de delimitação espacial e para atender aos fins de síntese almejados para o momento, neste artigo não se avança na indicação de exemplos ilustrativos das proposições dos entrevistados – o que é

Categorias de análise: definições, comparações e variáveis

A partir de um primeiro exercício exploratório, identificou-se uma relativa similitude quanto aos predicados mobilizados pelo jornalismo e pelo ensino formal para socializar conhecimentos junto a seus respectivos auditórios. Recorrendo às definições conceituais das seis categorias de análise mapeadas naquele momento e conjugando-as ao processo de socialização, o seguinte diagrama foi conformado:

Figura 1 – Processo de socialização de conhecimentos



Fonte: Kronbauer (2021)

Cada um dos elementos contidos na figura participa da socialização de conhecimentos por meio das agências do jornalismo e do ensino formal. É acerca de suas definições conceituais básicas que se avança em seguida.

feito à exaustão na pesquisa da tese. Cabe indicar, no entanto, que foi a análise dessas manifestações que possibilitou a composição dos quadros comparativos aqui apresentados.

– **Contrato comunicativo:** O ato de comunicar sempre envolve dois ou mais atores, estruturando-se por meio de trocas, interações e intencionalidades. Nessa ambiência também se situam a “instância de produção, submetida a certas condições”, a “de recepção, submetida a condições de interpretação”, e, ainda, o “texto como produto [...] submetido a certas condições de construção” (CHARAUDEAU, 2013, p. 23-24). Integrados, tais elementos conformam o chamado *contrato comunicativo*. Esse contrato trata das intencionalidades, restrições e convenções inerentes às trocas comunicativas e está presente nos contextos tanto do jornalismo quanto do ensino formal. Charaudeau (2013, p. 68, **negrito meu, itálico do autor**) contextualiza:

O necessário reconhecimento recíproco das restrições da situação pelos parceiros da troca linguageira nos leva a dizer que estes estão **ligados por uma espécie de acordo prévio sobre os dados desse quadro de referência**. Eles se encontram na situação de dever subscrever, antes de qualquer intenção e estratégia particular, a um **contrato de reconhecimento das condições de realização da troca linguageira em que estão envolvidos: um contrato de comunicação**.

Por meio do contrato comunicativo são descritas as ações dos sujeitos dessas trocas e é confirmada (ou não) sua efetividade. Estruturado em *dados internos* e *dados externos* – não tematizados aqui pela delimitação de espaço – esse contrato se refere também à relação de confiança entre os pares da troca comunicativa. É a partir dessa relação, atrelada às esferas da confiança, da legitimidade e da credibilidade, que ocorrem intercâmbios informativos em que é possível confiar dada a acurácia e pertinência quanto ao que é exposto por cada agente.

O quadro abaixo ilustra as peculiaridades do contrato comunicativo quando aplicado aos contextos das agências aqui examinadas:

Tabela 1 – Contrato comunicativo

VARIÁVEIS OBSERVADAS	JORNALISMO	ENSINO FORMAL
Expectativas	Implícitas	Implícitas e explícitas
Interação	Indireta e raramente interpessoal	Direta e interpessoal
Perfil do conhecimento	Ampla, difusa e orientado por projetos editoriais e editoriais pré-definidas	Orientado por componentes curriculares
Visada de captação	Lógica comercial latente	Lógica educativa

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Com a integração entre definições conceituais e as proposições dos especialistas ouvidos identificou-se que o contrato comunicativo participa tanto do ambiente do jornalismo quanto do ensino formal, mas com configurações específicas. Se no jornalismo as expectativas quanto às suas produções são implícitas à primeira vista, no ensino formal, elas são tanto implícitas quanto explícitas, sendo objeto de diferentes negociações entre educadores e educandos. No jornalismo as interações assumem um caráter virtual ou indireto, sendo raros ou ocasionais os contatos interpessoais, de outra parte, na educação formal há interação constante. Quanto ao perfil do conhecimento, no jornalismo ele é amplo, difuso e orientado por projetos editoriais e editoriais pré-definidas. No ensino formal, ele segue disposições de componentes curriculares, submetidas a uma estrutura formativa ainda maior. Sobre a variável da visada de captação, observa-se que uma lógica comercial latente

Janaíne **KRONBAUER**

se faz presente no jornalismo. No ensino formal há predomínio da lógica educativa, apesar de o comercial também poder ser identificado ali.

– **Sistemas peritos:** “[...] sistemas de excelência técnica ou competência profissional”, os *sistemas peritos* de que trata Giddens (1991, p. 87) “organizam grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos”. Por meio deles um conjunto de habilidades e competências afiançáveis exercidas por outrem são reunidas e, ainda que o acesso às competências peritas não seja algo de ordem secreta, investimentos intelectual, financeiro e cognitivo são demandados de quem aspira alcançá-las.

Ao aplicar o conceito ao jornalismo, Miguel (1999, p. 199) sugere que “não é difícil perceber de que maneira o jornalismo [...] pode ser visto como um sistema perito que inclui uma prática específica e um produto final”. Neste caso, a formação perita se dá por meio de uma graduação em nível de bacharelado, a qual, além de capacitar quanto ao uso de ferramentas e técnicas especializadas, habilita os profissionais a lidarem com elementos intersubjetivos presentes no cotidiano jornalístico.

Relativa homologia entre a perícia exercida por jornalistas é também incorporada por professores, pois a atividade docente igualmente aciona especificidades em seu fazer. O professor é especialista em suas atividades pela formação que o habilita à docência, com a licenciatura em determinada área do conhecimento, cursos, vivências práticas, estágios. Nesse sentido, a pesquisa argumentou pela simetria na compreensão das perícias exercidas por ambas as atividades, conforme ilustra o quadro a seguir:

Tabela 2 – Sistemas peritos

VARIÁVEIS OBSERVADAS	JORNALISMO	ENSINO FORMAL
Especificidades da perícia	Competências de reconhecimento, procedimento e narração + Mediação	Competências de formação, didática e exposição + Mediação
<i>Ethos</i> profissional e formação superior	Em construção e em busca de fortalecimento	Já consolidado, mas sob ameaça

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Duas variáveis foram observadas quando do cotejo e análise da categoria *sistemas peritos*. Na primeira, observou-se que as duas agências atuam com mediações (elemento mais aproximado entre as práticas jornalísticas e docentes) e têm competências semelhantes, cada uma a seu modo. No jornalismo elas se referem aos modos de reconhecimento, de procedimento e de narração (ERICSON, BARANEK, CHAN, 1987) pelos quais se pesquisa, reporta, edita, constrói e distribui a informação noticiosa. Em se tratando do ensino formal, associam-se à mediação as competências de formação bem como as de didática e de exposição de conteúdos programáticos. Cada perícia é exercida de modo particular, mas há similaridades entre ambas. Quanto à segunda variável, o *ethos* profissional e a formação superior são traços de identidade compartilhada. Se no ensino formal tal atributo já está consolidado, mas sob ameaça, no jornalismo seu *ethos* ainda está em construção e em busca de fortalecimento. Nesse aspecto, as identidades entre as realidades das duas agências ocorrem também quanto às ameaças a que estão sujeitas.

– **Autoridade atribuída:** O termo *autoridade* vincula-se diretamente a sentidos de “poder”, “legitimidade” e “referencialidade”. Esta última acepção alude quase à modelagem com que dada atividade é exercida. O conceito também se associa à definição de “poder simbólico”, de Bourdieu (1989, p. 14), caracterizado como o “poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a acção sobre o mundo”. Para Bourdieu, esse poder “quase mágico” disporia de um “efeito específico de mobilização”, mas somente se aquilo ou quem o exerce for reconhecido como legítimo.

Deriva dessa conjunção de fatores o vínculo entre a autoridade investida e assumida por profissionais do jornalismo e da educação, pois ambos exercem atividades particulares, com competências próprias e socialmente reconhecidas. Cabe indicar que hoje, mais do que no passado recente, a atribuição de autoridade a essas profissões vem sendo cada vez mais colocada sob suspeita.

Tabela 3 – Autoridade atribuída

VARIÁVEIS OBSERVADAS	JORNALISMO	ENSINO FORMAL
Mitologia acerca da profissão	Herói ou <i>paparazzi</i>	Docência como vocação/sacerdócio e/ou segunda maternagem
Assimetria de posições entre os agentes	Questionada e colocada sob suspeita	Questionada e colocada sob suspeita
Formação profissional específica	Pouco codificada, com desvalorização social e financeira	Pouco codificada, com desvalorização social e financeira

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Historicamente as atividades jornalísticas e docentes têm sido vinculadas a estereótipos. No jornalismo, por bastante tempo, destacou-se a figura do herói ou dos *paparazzi*. Quanto ao ensino, uma imagem de sacerdócio/vocação e até de uma segunda maternagem é projetada. Tais mitologias prejudicam ambas as profissões, distorcendo suas origens e funções. Depreendeu-se das considerações dos entrevistados que ambas as profissões vêm sendo colocadas sob suspeita na contemporaneidade, aspecto diretamente ligado à fragilização e apagamento de profissões que envolvem atividades intelectuais. Quanto às suas formações profissionais específicas, tanto o jornalismo quanto o ensino formal são objeto de desvalorização social e financeira, caracterizando-se por sua reduzida ou quase nula codificação, pois via de regra, além do diploma, há poucas barreiras que impeçam o acesso a seus modos de fazer.

– **Dispositivos e formatos:** Por meio das trocas entre sujeitos ocorre a socialização de conhecimentos. Essas interlocuções, tanto no jornalismo quanto no ensino formal, são condicionadas pelos dispositivos e formatos através dos quais informações e conhecimentos circulam; esses recursos operam lógicas discursivas de produção de sentido junto aos seus respectivos auditórios.

Os dispositivos do jornalismo são os suportes pelos quais suas produções são veiculadas (rádio, TV, imprensa, internet) e os formatos são as configurações a delinear o perfil dos materiais noticiosos. No ensino formal, os dispositivos são os instrumentos próprios ao ambiente escolar (salas de aula, bibliotecas, laboratórios, materiais didáticos) e os modos como eles serão utilizados nas aulas caracterizam seus formatos. É nesses espaços e com esses meios que acontecem as trocas comunicativas e as rotinas de socialização de conhecimentos entre jornalistas e públicos e entre professores e estudantes.

Tabela 4 – Dispositivos e formatos

VARIÁVEIS OBSERVADAS	JORNALISMO	ENSINO FORMAL
Função didática	Vínculo eventual e contextual	Vínculo orgânico
Interação	Mediata (remota)	Direta (interpessoal)
Atualização digital	Presente, com tendência a maior adesão	Presente, mas com lacunas e disparidades

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Relacionados às diferentes linguagens utilizadas pelas agências do jornalismo e do ensino formal, os *dispositivos e formatos* apresentam, neste estudo, três variáveis. Na primeira, relativa à função didática, observa-se que no jornalismo tal dimensão tem um vínculo eventual e de contexto, auxiliando na construção das narrativas noticiosas. No ensino formal, tal função é orgânica, pois o uso de dispositivos (tecnológicos ou não) e formatos, é inerente ao contexto escolar. Quanto à interação, ela incorpora perfil remoto ou mediato quando do jornalismo e direto e/ou interpessoal quando se trata do ensino escolar. Em relação à atualização digital, evidenciou-se que nos dois ambientes ela se faz presente, porém há diferenças substanciais quanto à sua adesão: no jornalismo ela tende a ser maior e no ensino formal ela tem lacunas e está submetida a condições de disparidade. Assim, uma simetria completa entre as agências não é possível, porém, ambas manejam instrumentais afins, com modos peculiares e objetivos distintos.

– **Conhecimento sobre os auditórios:** Definir os públicos que acessam os conteúdos do jornalismo e do ensino formal é uma busca relativa à categorização de seus auditórios. Para Meditsch (2007, p. 233), “em cada

**ESPECIFICIDADES DA SOCIALIZAÇÃO DE CONHECIMENTOS POR MEIO DO JORNALISMO:
uma análise comparativa com as práticas pedagógicas do ensino formal**

auditório podem coexistir diversos campos de validação de argumentos, cujos critérios eventualmente se contradigam” – tal constatação se verifica especialmente hoje, com a horizontalização e acesso às diferentes mídias (analógicas e digitais).

Aos auditórios do ensino formal pertencem de crianças e adolescentes a jovens e adultos, os quais são facilmente definidos. Há, inclusive, determinações legais quanto ao seu perfil – caso do ensino básico. A esse auditório se soma, de modo facultativo, a educação infantil e os ensinos técnico e superior. Quanto ao jornalismo, os auditórios são maleáveis e difusos, pois inexistem obrigações para que ele seja acessado. Assim, a heterogeneidade de seus públicos impede uma definição categórica quanto ao seu perfil. Cabe indicar que como pertencer a um auditório não é impeditivo para que se participe de outro, pode haver até mesmo uma sobreposição de perfis entre os públicos do ensino formal e do jornalismo.

Tabela 5 – Conhecimento sobre os auditórios

VARIÁVEIS OBSERVADAS	JORNALISMO	ENSINO FORMAL
Assiduidade	Voluntária	Regrada
Tipo de apropriação	Liberdade interpretativa	Controlada e sob avaliação
Ênfase do conhecimento	Integração entre interesse público e interesse do público	Domínio de conteúdos curriculares
Identidade e pertencimento	Difuso, variável, fugaz	Estável, constante, circunspecto
Autoverificação	Autoprojeção de jornalistas	Autoprojeção de professores

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Janaíne **KRONBAUER**

Das seis categorias de análise estudadas, a do *conhecimento sobre os auditórios* é a que mais tem contrastes quanto aos ambientes do jornalismo e do ensino formal. Nas quatro primeiras variáveis verificadas, suas condições são totalmente opostas. No jornalismo a assiduidade dos públicos é voluntária, no ensino formal ela é regrada. Se há liberdade interpretativa quanto ao tipo de apropriação feita das notícias e oportunizada pelo jornalismo, na educação formal a apreensão de conteúdos tende a ser controlada e estar sob avaliação. Quanto à ênfase do conhecimento ofertado, no jornalismo se costuma integrar o interesse público com o interesse do público, o que não ocorre na escola (ou ocorre em medida reduzida), pois nela predominam conteúdos curriculares. Quanto à variável identidade e pertencimento, no jornalismo o auditório é difuso, variável e fugaz; no ensino formal este costuma ser estável, constante e circunspecto. A variável da autoverificação é a única com aproximação entre os dois ambientes, sendo objeto da autoprojeção de jornalistas e professores, pois estes, em algum momento, já ocuparam (ou ainda ocupam) essa posição. Tal predicado os habilitaria a reconhecer as características dos dois auditórios³.

– **Finalidades da socialização de conhecimentos:** de acordo com Michaelis (2015), o termo “finalidade” se refere: 1) à “intenção de realizar algo; objetivo”, e 2) à “elucidação de natureza intelectual de algo, pelos fatos apresentados e seu propósito”. A finalidade trata, assim, dos objetivos de dada ação, neste caso, a própria socialização. Para Charaudeau (2013, p. 69), “a *finalidade* é a condição que requer que todo ato de linguagem seja ordenado em função de um objetivo” e “se define através da expectativa de sentido em que se baseia a troca [comunicativa], expectativa de sentido que deve permitir responder à pergunta: ‘Estamos aqui para o dizer o quê?’”.

³ Esse atributo é anterior à socialização de conhecimentos propriamente dita, o que pode condicionar o modo como ela ocorre.

**ESPECIFICIDADES DA SOCIALIZAÇÃO DE CONHECIMENTOS POR MEIO DO JORNALISMO:
uma análise comparativa com as práticas pedagógicas do ensino formal**

Reginato (2019, p. 222) evidenciou a existência de 12 finalidades vinculadas ao jornalismo; estas não se manifestam de forma simultânea, mas estão presentes no horizonte deste modo de fazer-saber no cotidiano. Segundo a pesquisadora, “todos os dias jornalistas escrevem notícias e disponibilizam textos que são tomados como conhecimento por alguém, acarretando questões para a vida prática das pessoas e para a compreensão de mundo que elas têm”. Esse apontamento se vincula às finalidades da atividade jornalística, as quais, a exemplo das instituições formais de ensino, também socializam conhecimentos (diversos), mas em um outro contexto e com outras estratégias. As finalidades da socialização de conhecimentos estão vinculadas assim, aos objetivos, propósitos e funções a partir dos quais as atividades jornalística e docente são realizadas.

Tabela 6 – Finalidades da socialização de conhecimentos

VARIÁVEIS OBSERVADAS	JORNALISMO	ENSINO FORMAL
Mediação	De acontecimentos noticiosos + contextualização	De herança cultural + contextualização
Alargamento da visão de mundo	Diversidade de pontos de vista	Diversidade de perspectivas teóricas
Transformação/ Emancipação	Fomento à criticidade e reflexão	Fomento à criticidade e reflexão
Poder e Democracia	Informação para o exercício da cidadania	Formação para o exercício da cidadania

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Quatro variáveis foram identificadas nesta categoria. Na primeira, de mediação, o jornalismo a realiza com a contextualização dos fenômenos noticiosos; de modo similar, a escola também opera com a contextualização,

Janaíne **KRONBAUER**

porém toma como objeto a herança cultural da humanidade. A segunda variável, alargamento da visão de mundo, se refere à disposição da diversidade de pontos de vista por parte do jornalismo; na agência escolar, o que se oferece é a diversidade de perspectivas teóricas. Quanto à terceira variável (transformação/emancipação) sugeriu-se que nesses dois ambientes há potencialidade de fomento à criticidade e a reflexão junto aos auditórios. A quarta variável, poder e democracia, relaciona-se em ambos os contextos, ao exercício da cidadania: no jornalismo, seu recurso é a informação, no ensino, é a formação por ele propiciada.

Ainda que esses tenham sido os propósitos da socialização de conhecimentos indicados pelos especialistas entrevistados, é preciso reconhecer que, além de disporem de tempos diferentes para se estabelecerem, o jornalismo se apresenta como uma prática profissional que não se volta, “como a própria escola, para finalidades específicas e prioritárias de aprendizagem” (BRAGA; CALAZANS, 2001, p. 101). Assim, a homologia entre as finalidades de ambas as agências precisa ser relativizada.

Considerações finais

Diferentes trajetórias podem ser seguidas na busca por compreender a socialização de conhecimentos. Algumas delas advém dos movimentos operados pelo jornalismo e pelo ensino formal. Neste estudo, com base em seis categorias predefinidas (contrato comunicativo, sistemas peritos, autoridade atribuída, dispositivos e formatos, conhecimento sobre os auditórios e, finalidades da socialização de conhecimentos), procurou-se identificar algumas das especificidades da socialização de conhecimentos nesses dois ambientes, especialmente no jornalístico.

Em síntese, o que se constatou foi uma considerável proximidade entre as práticas dos dois ambientes, porém não uma homologia completa –

sobretudo quanto ao “conhecimento dos auditórios”. Há, no entanto, afinidades em seus modos de fazer, notadamente a circulação e mediação de informações e conhecimentos. O comparativo realizado permite reafirmar que as atividades jornalísticas, ainda que não se atente para isso, incorporam em diversas situações uma latente dimensão pedagógica, algo já apontado por Cerqueira (2018). Este estudo, ratifica essa constatação e avança na explicitação de algumas das diferenças e semelhanças entre as práticas das duas agências, o que contribui para delinear com mais precisão o perfil do fazer-saber incorporado pelo jornalismo.

Com os resultados da pesquisa sublinha-se a responsabilidade assumida e incorporada pelo jornalismo em suas práticas cotidianas. Contemporaneamente, mais do que antes, compreender os modos como a socialização de conhecimentos ocorre para além do âmbito do ensino formal, é estratégico para avançar rumo a uma participação efetiva do jornalismo no trato de questões caras a uma sociedade ética, democrática e comprometida, de modo agudo, com valores humanos universais como igualdade, equidade e diversidade.

Referências

BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 2014.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

CERQUEIRA, L. **A função pedagógica no telejornalismo**: e os saberes de Paulo Freire na prática jornalística. Florianópolis: Insular, 2018.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

ERICSON, R.; BARANEK, P.; CHAN, J. **Visualising deviance**: a study of organization news. Toronto: University of Toronto Press, 1987.

FREIRE, P.; GUIMARÃES, S. **Sobre Educação** – diálogos. Vol. 2. 3 ed. ver. e ampl. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

GENRO FILHO, A. Sobre a necessidade de uma teoria do jornalismo. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 1, n. 1, p. 160-162, 2004.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

KRONBAUER, J. Adaptações metodológicas na pesquisa diante da pandemia de SARS-CoV-2. *In*: JORNADA DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO DA UFSC. 10., 2021, Florianópolis. **Caderno de Resumos**. Florianópolis: PPGJOR-UFSC, 2021, p. 75-76.

KRONBAUER, J. **A socialização de conhecimentos pelo jornalismo**: afinidades e diferenças com as práticas pedagógicas do ensino formal. 2021. 285 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/231043/PJOR0169-T.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>. Acesso em: 27 dez. 2022.

LAKATOS, E.; MARCONI, M. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2009.

LIBÂNEO, J. C. **Pedagogia e pedagogos, para quê?** São Paulo: Cortez, 2010.

MEDITSCH, E. Jornalismo e construção social do conhecimento. *In*: BENETTI, M.; FONSECA, V. (Orgs.). **Jornalismo e acontecimento**: mapeamentos críticos. Florianópolis: Insular, 2010.

FONSECA, V. P. S.; SEIBT, T. A contribuição de Max Weber para os estudos do jornalismo: um ensaio teórico-metodológico. **Intexto**, Porto Alegre, n. 34, p. 640-657, set./dez. 2015.

MEDITSCH, E. **O conhecimento do jornalismo**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1992.

MEDITSCH, E. **O rádio na era da informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Insular, Ed. da UFSC, 2007.

MEDITSCH, E.; KRONBAUER, J. Contratos comunicativos no ensino formal e no jornalismo: uma análise comparativa entre agências socializadoras de conhecimentos. **Comunicação & Educação**, [S. /], v. 26, n. 1, p. 42-53, 15 jul. 2021. Semestral.

**ESPECIFICIDADES DA SOCIALIZAÇÃO DE CONHECIMENTOS POR MEIO DO JORNALISMO:
uma análise comparativa com as práticas pedagógicas do ensino formal**

Universidade de São Paulo, Agência USP de Gestão da Informação Acadêmica (AGUIA). DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v26i1p42-53>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/172595/173989>. Acesso em: 27 dez. 2022.

MIGUEL, L. O jornalismo como sistema perito. **Tempo Social**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 197-208, maio 1999.

PARK, R. A história natural do jornal. *In*: MAROCCO, B.; BERGER, C. (orgs.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2008a. v. 2. p. 33-50.

PARK, R. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento. *In*: MAROCCO, B.; BERGER, C. (orgs.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2008b. v. 2. p. 51-70.

REGINATO, G. **As finalidades do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2019.

SETTON, M. J. A particularidade do processo de socialização contemporâneo. **Tempo Soc.**, São Paulo, v. 17, n. 2, p. 335-350, nov. 2005.

SETTON, M. J. **Mídia e educação**. São Paulo: Contexto, 2010.

SOCIALIZAÇÃO. *In*: MICHAELIS: dicionário brasileiro da língua portuguesa. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2015. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/busca?id=QwXBy>. Acesso em: 27 dez. 2022.

STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

