

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



VOLUME 10  
NÚMERO 2

REVISTA ÂNCORA 



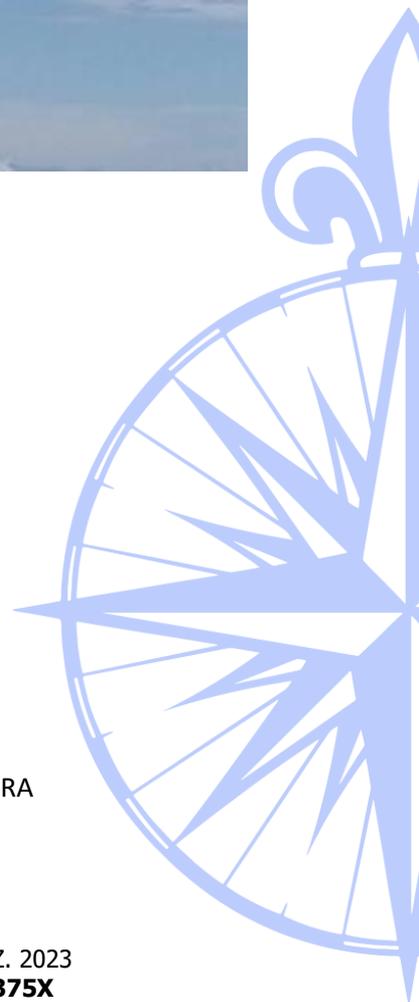
Editoras

**Norma MEIRELES** | Editora-chefe

**Gloria RABAY** | Editora-adjunta

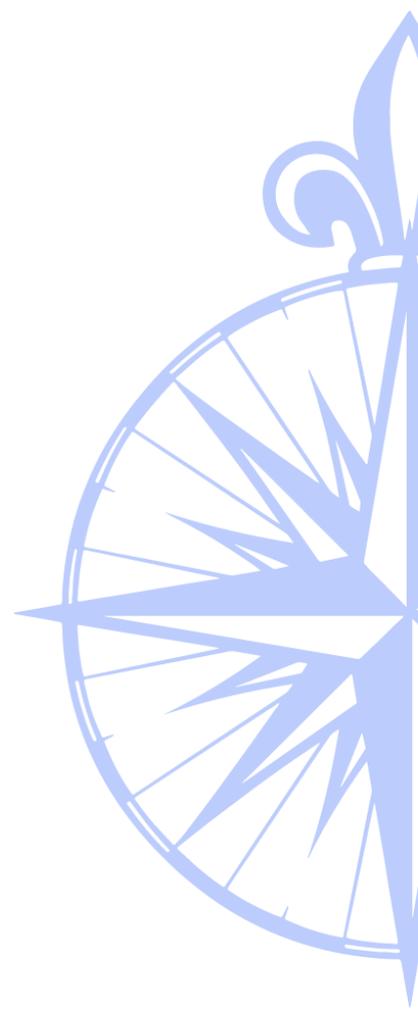
Revista Latino-americana de Jornalismo - ÂNCORA

Volume 10 • Número 2 • jul./dez. 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>

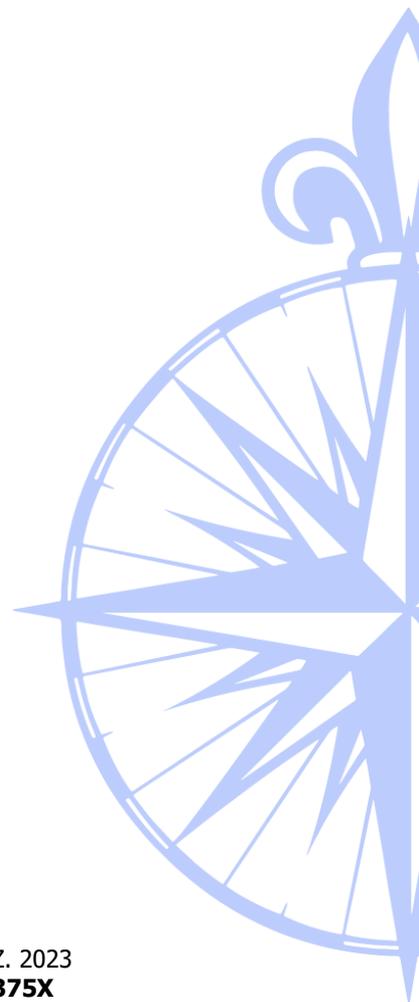


**CATALOGAÇÃO NA FONTE**

R454 Revista Latino-americana de Jornalismo - Âncora [recurso eletrônico] – Ano 10, v.10; n.2; (jul/dez. 2023) / João Pessoa: Editora do CCTA, 2023.  
215 p.  
Modo de acesso:  
<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora>  
Semestral.  
ISSN: 2359-375X  
1. Produção de notícia. 2. Jornalismo econômico. 3. Profissão. 4. Moderação de conteúdo. 5. Fotojornalismo. 6. Jornalismo digital. 7. Podcasting.

UFPB/BC

CDU: 070



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

**EDITORAS**

**EDITORA-CHEFE**

**Profª. Drª. Norma Meireles**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

**EDITORA-ADJUNTA**

**Profª. Drª. Gloria RABAY**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

**CONSELHO EDITORIAL**

**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**

**Juliana Ferreira Cavalcanti** | UFPB

**Luiz Felipe Bolis Rodrigues** | UFPB

• **Capa desta Edição** •

**Profª. Drª. Norma Meireles**

| [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 |||

[Sumários.org](#) | [Diadorim](#) | [SEER](#) | [IBICT](#) | [REVIScom](#)

**DIRETÓRIOS, INDEXADORES E PLATAFORMAS DE**

[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](mailto: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 Rebouças 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 do Chile | Chile
- Profª. Drª. Lúvia 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 António 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 Dídimo 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. Marcília 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 Moraes 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. Suelly 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 Pradellina 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

Norma MEIRELES ▪ Glória RABAY

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

14 OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

THE IMPACTS OF TECHNOLOGIES ON JOURNALISM IN THE VOICE OF JOURNALISTS FROM GOIÂNIA

Tatiana Carilly Oliveira ANDRADE ▪ Ana Carolina TEMER

39 FINANÇAS PESSOAIS E JORNALISMO ECONÔMICO: REFLEXÕES SOBRE A ESCASSEZ DA TEMÁTICA NAS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE S.PAULO

PERSONAL FINANCE AND ECONOMIC JOURNALISM: REFLECTIONS ON THE SCARCITY OF THE THEME IN THE PAGES OF FOLHA DE S.PAULO NEWSPAPER

Eduardo RITTER

63 PROFISSIONALIZAÇÃO DO JORNALISMO NO BRASIL: RAÍZES PORTUGUESAS

PROFESSIONALIZATION OF JOURNALISM IN BRAZIL: PORTUGUESE ORIGIN

Juliana BULHÕES ▪ David RENAULT

90 FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS

PHOTOJOURNALISM: AN ANALYSIS OF THREE AWARD-WINNING PHOTOGRAPHIC PIECES

Flora Constance Moura FERNANDES ▪ Bernardina Maria Juvenal Freire de OLIVEIRA

127 O JORNALISMO DE DADOS COMO ESTRATÉGIA PARA O RESGATE DA CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA

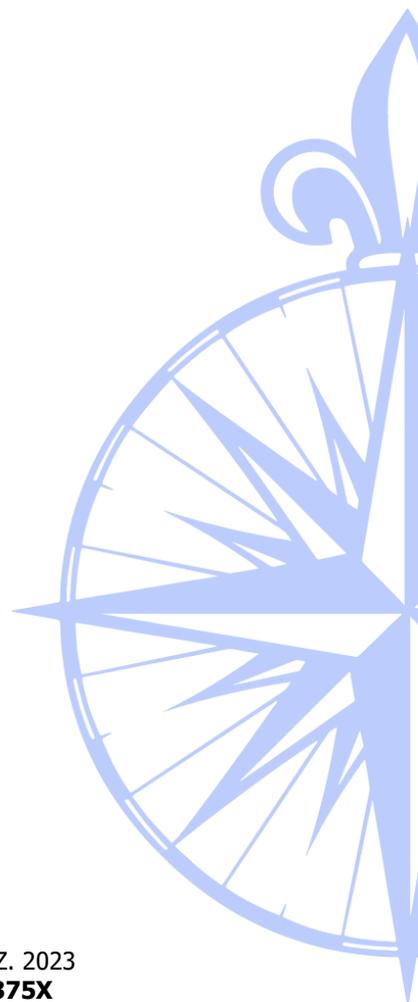
DATA JOURNALISM AS A STRATEGY TO RESCUE NEWS CREDIBILITY

Kátia Kelvis CASSIANO ▪ Ícaro Gonçalves dos SANTOS

SUMÁRIO



- 146 NOVAS SIGNIFICAÇÕES NO AMBIENTE  
JORNALÍSTICO: O TRABALHO DE FACT-CHECKING  
DE AGÊNCIAS BRASILEIRAS EM MEIO À PANDEMIA  
DE COVID-19  
NEW MEANINGS IN THE JOURNALISTIC ENVIRONMENT: THE  
FACT-CHECKING WORK OF BRAZILIAN AGENCIES AMID THE  
COVID-19 PANDEMIC  
Marcus Vinicius de Souza VIEIRA ▪ Thalita MASCARELLO ▪ Victor  
GENTILLI
- 179 WALTER RODRIGUES: AS CONTRIBUIÇÕES DO  
COLUNÃO PARA O JORNALISMO ALTERNATIVO E  
CRÍTICO NO MARANHÃO  
WALTER RODRIGUES AND “COLUNÃO’S” CONTRIBUTIONS TO  
ALTERNATIVE AND CRITICAL JOURNALISM IN MARANHÃO  
José FERREIRA JUNIOR ▪ Lucilinda Ribeiro TEIXEIRA ▪ Mary Aurea  
EVERTON
- 198 CULTURA ORAL E MULHERES NEGRAS NO PODCAST  
“NIA”  
BLACK WOMEN AND ORAL CULTURE IN THE “NIA” PODCAST  
Paulo Fernando de Carvalho LOPES ▪ Márcia Gomes da SILVA



Norma **MEIRELES** · Glória **RABAY**  
**EDITORIAL**

**Revista Latino-americana de Jornalismo – ÂNCORA**  
**A** traz, neste segundo semestre de 2023, um número de pauta livre. A partir desta edição, a vigésima segunda [vol. 10, nº 2], a Âncora conta com uma nova equipe editorial, formada por docentes permanentes do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ) da Universidade Federal da Paraíba(UFPB). É também um momento no qual a Revista Âncora e o PPJ completam 10 anos de existência e resistência frente aos desafios de fazer ciência, fazer pesquisa, fazer o conhecimento científico circular, sobretudo a pesquisa sobre jornalismo.

A Revista apresenta oito artigos, que debatem o jornalismo sob perspectivas diversas, de pesquisadoras e pesquisadores de diferentes universidades de todas as regiões do país: Universidade da Amazônia, Universidade Federal do Pará, Universidade Federal do Maranhão, Universidade Federal do Piauí, Universidade Federal da Paraíba, Universidade Federal de Goiás, Universidade Federal do Espírito Santo, Universidade de Brasília e Universidade Federal de Pelotas.

Abrimos a vigésima segunda edição da Âncora com o **artigo** “OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES”, escrito por Tatiana Carilly Oliveira Andrade (UFG) e Ana Carolina Temer (UFG). O texto apresenta pesquisa que analisa repercussões da tecnologia nos processos de produção da notícia pelas perspectivas dos profissionais, abordando desafios e expectativas frente aos avanços tecnológicos. Em suas reflexões, as autoras ponderam: “Pessimistas ou otimistas em relação ao futuro do jornalismo, torna-se oportuno lembrar que, além dos desafios tecnológicos enfrentados pela categoria, vive-se também na área uma desvalorização do profissional e precarização dos direitos trabalhistas, reforçada, ainda mais, pelo golpe político investido contra a categoria, quando dela foi tirada a exigência do diploma para o exercício da profissão.”

EDITORIAL

Norma **MEIRELES** - Glória **RABAY**  
**EDITORIAL**

Eduardo Ritter (UFPEL) destaca a importância do jornalismo econômico e o potencial que a especialidade tem diante do analfabetismo financeiro presente não apenas na sociedade brasileira, mas em vários países. No artigo "FINANÇAS PESSOAIS E JORNALISMO ECONÔMICO: REFLEXÕES SOBRE A ESCASSEZ DA TEMÁTICA NAS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE S. PAULO", **segundo artigo** desta edição, autor faz uma análise de conteúdo observando "qual é o espaço destinado na edição impressa de Folha de S.Paulo ao tema finanças pessoais e como ele é abordado".

O **terceiro texto**, intitulado "PROFISSIONALIZAÇÃO DO JORNALISMO NO BRASIL: RAÍZES PORTUGUESAS", tem autoria de Juliana Bulhões (UnB) e David Renault (UnB). O trabalho procura entender "como a prática jornalística passou de ofício utilizado para se alcançar postos nobres da sociedade até se tornar uma profissão regulamentada."

O **quarto artigo** é "FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS", que tem autoria de Flora Constance Moura Fernandes (UFPB) e Bernardina Maria Juvenal Freire de Oliveira (UFPB). O trabalho investiga as "relações simbólicas presentes em fotografias publicadas em jornais", examinando significados expressos e valores estéticos. As autoras frisam que "o trabalho dos fotojornalistas é de extrema importância, fornecendo uma visão particular e poderosa dos acontecimentos do mundo, promovendo o entendimento, a reflexão e a ação."

No **quinto artigo**, Kátia Kelvis Cassiano (UFG) e Ícaro Gonçalves dos Santos (UFG) destacam o "O JORNALISMO DE DADOS COMO ESTRATÉGIA PARA O RESGATE DA CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA". Kátia e Ícaro partem de uma revisão de literatura para pensarem o jornalismo de dados com uma forma de contribuir com a restauração da credibilidade das notícias. Para eles, "o desafio que se impõe aos agentes do campo jornalístico é o de restabelecer a percepção de que o conteúdo noticioso produzido pelas redações se baseia em verdades factuais."

Marcus Vinicius de Souza Vieira (UFES), Thalita Mascarello (UFES) e Victor Gentilli (UFES) assinam o **sexto artigo**, intitulado "NOVAS SIGNIFICAÇÕES NO

Norma **MEIRELES** - Glória **RABAY**  
**EDITORIAL**

AMBIENTE JORNALÍSTICO: O TRABALHO DE FACT-CHECKING DE AGÊNCIAS BRASILEIRAS EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19". O artigo dedica-se à análise de conteúdo das agências de checagem Aos Fatos, Lupa, AFP Checamos, Projeto Comprova e G1 Fato ou Fake. Vieira, Mascarello e Gentili, ressaltam que "as agências fazem um trabalho pelo qual há muita demanda no ambiente virtual, abrangendo diversos tipos de formatos narrativos, não se limitando aos escritos."

Já o **sétimo texto**, escrito por José Ferreira Júnior (UFMA), Lucilinda Ribeiro Teixeira (UNAMA) e Mary Aurea Everton (UFPA), "WALTER RODRIGUES: AS CONTRIBUIÇÕES DO COLUNÃO PARA O JORNALISMO ALTERNATIVO E CRÍTICO NO MARANHÃO", lança olhares sobre a trajetória e da obra do jornalista paraense radicado no Maranhão a partir do acervo do Colunão doado para a UFMA. Para os autores, "as interpretações e opiniões singulares do trabalho jornalístico de Walter Rodrigues, por meio do Colunão, perenizam o 'modelo ético-político' da imprensa alternativa latino-americana."

O **oitavo artigo**, "CULTURA ORAL E MULHERES NEGRAS NO PODCAST "NIA"", que fecha a vigésima segunda edição da Revista Âncora, tem autoria de Paulo Fernando de Carvalho Lopes (UFPI) e Márcia Gomes da Silva (UFPI). O estudo de caso, adota a metodologia de Análise Audioestrutural do Podcast para observar as conexões entre estruturas e narrativas. Entre as conclusões, Lopes e Silva evidenciam que "as narrativas pautadas no *podcast* Nia contribuem com temáticas referentes a cultura negra que priorizam trajetórias de mulheres negras, ele operacionaliza conceitos importantes que fazem parte do escopo teórico feminista negro."

Neste número é possível navegar por temáticas que envolvem tecnologias, rotinas, história da profissão e de profissionais, memória de veículo, especializações jornalísticas, combate à desinformação e ativismos. Do impresso à podosfera, o jornalismo é Âncora, mas a quilha da edição em tela é o elemento humanizador, presente em cada artigo. É o que nos move com a potência necessária para atravessar adversidades em alto mar.

**Norma MEIRELES · Glória RABAY**  
**EDITORIAL**

Boa leitura!

**Norma MEIRELES** | Editora | Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB

**Glória RABAY** | Editora | Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB



# OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

## THE IMPACTS OF TECHNOLOGIES ON JOURNALISM IN THE VOICE OF JOURNALISTS FROM GOIÂNIA

Tatiana Carilly Oliveira ANDRADE<sup>1</sup>

Ana Carolina TEMER<sup>2</sup>

Universidade Federal de Goiás | Brasil

### Resumo

Este artigo tem como objetivo analisar os impactos das tecnologias da informação e da comunicação na área jornalística. Para tanto, o percurso metodológico ocorreu por meio de pesquisa bibliográfica pautada em autores que se dedicam à discussão e reflexão do tema proposto, bem como pela aplicação de questionário com jornalistas goianienses. A análise dos questionários foi em busca da percepção sobre os impactos dos avanços tecnológicos no campo jornalístico, destacando a voz desses profissionais sobre os desafios enfrentados na produção noticiosa diante dos avanços tecnológicos e apresentando suas perspectivas/expectativas acerca do campo, levando em conta a transformação que se observa na prática jornalística advinda da evolução tecnológica. Como considerações finais, além dos desafios tecnológicos enfrentados pela categoria, vive-se também na área uma desvalorização do profissional e precarização dos direitos trabalhistas.

### Palavras-chave

Tecnologias; Jornalismo; Jornalistas; Produção de notícia; Era Digital.

### Abstract

This article aims to analyze the impacts of information and communication technologies in the journalistic field. To do so, the methodological approach involved a literature review based on authors dedicated to the discussion and reflection of the proposed topic, as well as the application of a questionnaire with journalists from Goiânia. The analysis of the questionnaires sought to understand the perception of the impacts of technological advancements in the journalistic field, highlighting the voices of these professionals regarding the challenges faced in news production in light of technological advancements and presenting their perspectives/expectations regarding the field, taking into account the transformation observed in journalistic practice resulting from technological evolution. In final considerations, in addition to the technological challenges faced by the category, there is also a devaluation of the professional and a precariousness of labor rights in the field.

### Keywords

Technologies; Journalism; Journalists; News production; Digital age.

RECEBIDO EM 15 DE NOVEMBRO DE 2023

ACEITO EM 23 DE NOVEMBRO DE 2023

<sup>1</sup> Pós-doutoranda na Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC-UFG), Coordenadora da Equipe Multidisciplinar de Produção de Conteúdo e do Núcleo de Inovação e Tecnologias Educacionais do Centro Universitário Araguaia (Uniaraguaia). *E-mail:* [tatianacarilly@gmail.com](mailto:tatianacarilly@gmail.com).

<sup>2</sup> Pós-doutora pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e Universidade Federal de Pernambuco. Professora Visitante na Universidade Federal de Goiás e Orientadora de Doutorado e Pós-Doutorado. *E-mail:* [anacarolina.temer@gmail.com](mailto:anacarolina.temer@gmail.com).

O campo jornalístico sofre o impacto do desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação (TICs). Os processos e as técnicas de impressão permitiram o surgimento dos jornais com a possibilidade da difusão de informação e da promoção do diálogo social para espaços geográficos distantes, além do armazenamento da informação e da história coletiva da sociedade.

Das páginas dos impressos, o jornalismo passou a utilizar, também, os avanços tecnológicos das áreas do áudio, vídeo e *web*, adaptando linguagem, processo de produção e modelo de negócio a cada advento e desenvolvimento de uma nova mídia – rádio, TV, Internet.

Este artigo buscou analisar os impactos das tecnologias no jornalismo, apresentando discussão sobre as mudanças no campo jornalístico e os desafios enfrentados pelos profissionais de jornalismo diante da evolução tecnológica, bem como as expectativas em relação à área. Para dialogar com o tema, foram apresentados alguns pesquisadores do jornalismo que estudam o assunto, entre eles: João Canavilhas, Carlos Castilho, Mark Briggs, Henry Jenkins, Ciro Marcondes, Sérgio Mattos, Isabel Travancas, entre outros.

Optou-se, também, por dar voz aos jornalistas goianienses, aplicando questionário estruturado a fim de saber a percepção deles sobre questões que intentam revelar como as tecnologias podem estar reconfigurando o exercício do jornalismo.

Nos anos de 1990, a jornalista Isabel Travancas (1993), em sua obra *O mundo dos jornalistas*, destaca essa disposição de profissionalização do jornalismo, orientado pela lógica empresarial. Ela ressalta, também, a criação de legislação referente a questões trabalhistas da categoria, alerta sobre as doenças oriundas do exercício da profissão.

A autora, ainda, apresenta as diversas funções jornalísticas numa empresa de comunicação, evidencia, além do mais, a chegada dos

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

computadores às redações e o fim dos ruídos das máquinas de escrever, e destaca o fato de o jornalista ser:

[...] o centro vivo do jornal, ou melhor, seu coração que bate e pulsa. Esta associação é pertinente na medida em que é o espaço que funciona 24 horas por dia e no qual se encontra a razão da existência do jornal: a produção da informação. Pois se a notícia se encontra na rua, sua elaboração é feita na redação (Travancas, 1993, p. 23).

As mudanças no campo jornalístico advindas da evolução tecnológica não parariam por aí. A internet trouxe novas possibilidades aos veículos jornalísticos, aos profissionais do jornalismo. Nesse início da década de 1990, por exemplo, a notícia passou a ser encontrada não apenas na rua, mas também na *web*, espaço que democratizou o acesso, processamento e compartilhamento de informações e que possibilitou a seu usuário a oportunidade de ação sobre as notícias, reconfigurando a relação de poder entre jornalista, veículos jornalísticos e o público.

A elaboração da notícia também deixou de ser exclusivamente feita na redação. Os dispositivos móveis cada vez menores e conectados à *web* propiciaram produzir e publicar notícias em plataformas multimidiáticas de qualquer lugar para todo o mundo. Há, também, hoje, um formato híbrido de trabalho, realizado tanto de forma presencial como virtual, intensificado durante a pandemia de Covid-19 (SARS-CoV-2) e adotado com mais força desde então por jornalistas e empresas jornalísticas.

Nesse contexto, os profissionais têm como desafio atuarem sob novas e avançadas tecnologias digitais fundamentais para a construção e divulgação da notícia, o que tem levantado reflexões sobre o jornalismo.

Nos anos 2000, Marcondes Filho já tecia a seguinte crítica:

Jornalismo tornou-se um disciplinamento técnico, antes que uma habilidade investigativa ou linguística. Bom jornalista passou a ser mais aquele que consegue, em tempo hábil, dar conta das exigências de produção de notícias do que aquele que mais sabe ou que melhor escreve. Ele deve ser uma peça que funciona bem, 'universal', seja, acoplável a qualquer altura

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

do sistema de produção de informações (Marcondes Filho, 2002, p. 36).

Sérgio Mattos (2013), em sua obra *A revolução digital e os desafios da comunicação*, instiga o debate e a reflexão sobre os novos desafios que os avanços tecnológicos trouxeram para as mídias tradicionais, dando destaque para o declínio do modelo tradicional de negócios das empresas jornalísticas, os impactos do crescimento e a influência das redes sociais no processo de produção de notícia.

Tudo isso num contexto em que novas formas de apresentação e compartilhamento de informações passaram a se configurar evidenciando a convergência da mídia com realce para “o novo protagonista da comunicação” – o *prosumer* – que convida o jornalista a se reinventar, como bem analisa Pâmela Bório (2014).

Ainda sobre esse novo comportamento do público, oportunizado pela *web*, redes sociais e dispositivos tecnológicos, especialmente os móveis, a pesquisadora Maíra Sousa (2013, p. 28) traz a seguinte consideração: “A produção e a distribuição de notícias passa a contar também com os usuários, alterando o ecossistema midiático”.

Observa-se, aqui, a superação do modelo tradicional, unidirecional de comunicação, que tinha como centro o jornalista, produtor exclusivo da notícia a ser consumida pelo público passivo; e as empresas jornalísticas como únicas distribuidoras de notícias.

Nesse novo ecossistema, o público também produz e distribui informações/notícias. Sobre isso, Mattos (2013) faz a seguinte crítica:

Ao mesmo tempo em que a cultura digital permite uma comunicação mais flexível do que a produzida pelas mídias tradicionais (impresso, rádio e TV), ela não privilegia o processo reflexivo, tendo em vista que muitas vezes a inovação é incorporada de maneira imediatista e de forma acrítica. Em síntese, o sistema digital rompeu com o modelo de produção e distribuição da informação de um-para-todos, pois no ciberespaço a relação acontece no contexto todos-todos, modificando comportamentos sedimentados pelas mídias tradicionais (Mattos, 2013, p. 8).

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

A figura do *gatekeeper* ganha um novo papel na economia de atenção gerada pelo excesso de informações disponíveis nos inúmeros espaços da *web* que misturam notícias, *fake news* e entretenimento, este último, muitas vezes, contaminando jornalistas e notícias em busca da audiência.

Surge o *gatewatcher*, que:

funciona como um analista de mercados financeiros que aconselha os seus seguidores/amigos a investirem a sua atenção neste ou naquele tema. [...] Este fluxo de atenção cresce à medida que a notícia é partilhada e comentada pelos leitores, gerando-se novas ligações entre leitores (Canavilhas, 2010, p. 5).

É importante ressaltar também que a cultura digital tem contribuído sobremaneira para que as notícias se tornem virais, difundindo-se rapidamente por meio de compartilhamentos e curtidas que geram cada vez mais visualizações e seguidores. Se o alcance da audiência, que se expandiu de uma escala regional, nacional para todo o mundo, de um lado, pode ser considerado um ponto positivo da distribuição de notícias pela internet; por outro, cabe o alerta para o fato de que o excesso de informação gera também desinformação e esse ambiente virtual tem se mostrado muito favorável à disseminação de *fake news*.

Ainda refletindo sobre os meios de comunicação no meio digital, Henry Jenkins (2009, p. 30) cunha o termo cultura de convergência, que é

o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.

Evidencia-se que essa cultura de convergência está ligada à cultura participativa e à inteligência coletiva.

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

Ao sinalizar para mudanças de comportamentos do público e, conseqüentemente, da produção noticiosa, esse autor faz a seguinte análise e prenúncio de que é urgente redesenhar o campo teórico e prático jornalístico: “As mídias tradicionais são passivas. As mídias atuais participativas e interativas. Elas coexistem. E estão em rota de colisão. Bem-vindo à revolução do conhecimento. Bem-vindo à cultura da convergência” (Jenkins, 2009, p. 28).

É nesse contexto que os veículos de comunicação passaram a investir em plataformas multimídias, possibilitando a inserção de textos, imagens e vídeos, além dos espaços de interatividade em tempo real, permitindo ao jornalista contar história de modo mais envolvente, buscando proporcionar uma experiência comunicacional dialógica e mais rica com participação ativa do público.

O modelo de negócios tradicionais da mídia também teve de recorrer às novas receitas com a publicidade *online* e às assinaturas digitais. O jornalista e professor Carlos Castilho explica que

A digitalização do jornalismo e da imprensa provocou o surgimento de uma nova estrutura de produção de notícias. As empresas jornalísticas entraram em crise por conta da necessidade de buscar outras formas de sustentação financeira porque houve uma migração da publicidade paga para a internet, ao mesmo tempo em que o público passou a preferir publicações *online*, gratuitas e onipresentes. A crise do modelo convencional de negócios na mídia obrigou as empresas e os profissionais a depender cada vez menos de anunciantes e buscar cada vez mais o apoio financeiro direto de leitores, ouvintes e telespectadores (Castilho, 2019).

Castilho (2019) aponta, ainda, para o fato de que a internet acabou com o monopólio da imprensa na mediação entre autoridades e o cidadão, já que “Agora os presidentes, parlamentares, empresários e até juízes se comunicam diretamente com a população através de redes sociais como o *Facebook*, *Twitter* ou canais eletrônicos como *WhatsApp*”.

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

Diante do exposto, é possível perceber a influência dessas inovações no jornalismo e o movimento de transformação, adequação e, por que não dizer, reinvenção das empresas e profissionais da área. Assim, buscando compreender o tema proposto, este artigo se debruçou em discutir e refletir sobre os impactos das tecnologias no jornalismo na percepção de jornalistas goianienses, de modo a dar voz a esses profissionais sobre os desafios e as possibilidades que os avanços das TICs trouxeram para a o campo jornalístico.

Para tanto, o percurso metodológico se ateuve à pesquisa bibliográfica<sup>3</sup> e à aplicação de questionário estruturado<sup>4</sup> intitulado *Impactos das tecnologias no jornalismo na visão de jornalistas goianienses*, que foi disponibilizado nos meses de abril e maio de 2023 de forma *online*<sup>5</sup>, utilizando o formulário *Google Forms*.

O questionário estruturado foi composto por questões objetivas e subjetivas, que focaram assuntos relacionados aos desafios e às expectativas dos jornalistas no exercício profissional diante dos avanços tecnológicos na área, como apresenta o formulário aplicado, que pode ser acessado para apreciação no seguinte *link*: [https://docs.google.com/forms/d/1phOnAs0\\_Zp5MGkhsiyz6qh20Jnm40Bom1m-x5dNLYz8/edit](https://docs.google.com/forms/d/1phOnAs0_Zp5MGkhsiyz6qh20Jnm40Bom1m-x5dNLYz8/edit).

O método de análise das respostas baseou-se na análise de conteúdo, numa abordagem qualitativa e na análise quantitativa por meio

---

<sup>3</sup> Segundo Jorge Duarte (2009, p. 51), “visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico”.

<sup>4</sup> Segundo Antônio Gil (2011, p. 128), o questionário é “a técnica de investigação composta por um número elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas, etc.”.

<sup>5</sup> O questionário foi aplicado com: os filiados do Sindicato dos Jornalistas de Goiás; os jornalistas dos principais jornais de Goiânia, citam-se o *Diário da Manhã*, *O Popular*, *Folha de Goyaz*; as emissoras locais de TV e rádio – Band, Serra Dourada, Grupo Jaime Câmara, Agência Brasil Central.

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

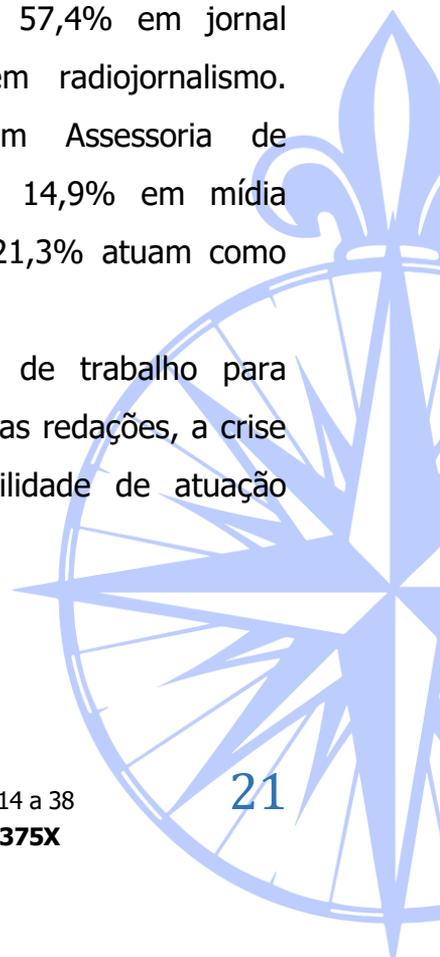
do questionário estruturado aplicado com os jornalistas goianienses. A análise de conteúdo permitiu examinar questões subjetivas para revelar padrões e percepções específicas sobre os desafios e as expectativas dos jornalistas diante do cenário altamente tecnológico em que estão inseridos na atualidade. Já a análise quantitativa possibilitou quantificar e comparar as opiniões dos participantes da pesquisa.

Ao todo foram 47 respondentes, que se dividiram conforme o início de atuação na área jornalística, a fim de que fosse possível fazer um paralelo com a evolução tecnológica. Assim, os períodos foram divididos em: antes de 1990, a partir dessa década até 2000, o período de 2001 a 2010 e a partir de 2011.

Acerca do perfil dos respondentes, 12,8% começaram a atuar na área jornalística antes de 1990, 17% entre 1990 e 2000; 22,7% no período entre 2001 e 2010 e 42,6% a partir de 2011.

As duas questões seguintes buscaram saber em que áreas tinham experiência e em quais estavam trabalhando. Grande parte dos respondentes, 89,4%, afirmaram já ter atuado em Assessoria de Comunicação/Imprensa; 72,3% em webjornalismo, 57,4% em jornal impresso, 55,3% em telejornalismo e 51,1% em radiojornalismo. Atualmente, 66% dos respondentes atuam em Assessoria de Comunicação/Imprensa; 53,2% em webjornalismo; 14,9% em mídia televisiva; 12,8% em rádio; 2,1% em impresso e 21,3% atuam como jornalista independente.

Essa última é uma tendência do mercado de trabalho para jornalistas diante do enxugamento dos profissionais das redações, a crise do jornalismo nas mídias tradicionais e a possibilidade de atuação jornalística independente dessas nos espaços da *web*.



Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

Esses dados também revelam que a maioria tem experiência em Assessoria de Imprensa e *webjornalismo*. O número de respondentes que já trabalhou em rádio e/ou TV também caiu em relação à atualidade.

Os avanços tecnológicos também possibilitaram a redução dos preços de equipamentos utilizados no exercício profissional, além de oportunizar que qualquer pessoa tenha seu próprio canal de comunicação, até mesmo *TVweb* e *rádioweb*, sem precisar de concessão do governo, seja criando *sites*, *blogs* e/ou usando plataformas digitais, como o *YouTube*, o *Spotify*.

São várias as mudanças, especialmente desde a chegada da internet, que podem ser observadas na prática jornalística. Essas vão desde a coleta e distribuição de informações, formas de contato com as fontes, relação com o público, adaptação da linguagem jornalística para diferentes plataformas, uso de dispositivos móveis e plataformas multimídias, entre outras.

É sabido que o jornalismo desde o seu surgimento sofre influência das tecnologias. Entretanto, com a internet inaugurou-se uma nova era para o jornalismo, o que muitos autores têm chamado de jornalismo digital. Canavilhas (2010) destaca o sucesso da *web* como um dos serviços da internet que se popularizou a partir dos anos 1990 e que teve grande impacto no campo jornalístico. Sobre isso ele escreve:

Criada no início da década de 90, no *CERN*, a *Web* parecia ser apenas mais um serviço da Internet, como o correio eletrônico e o *FTP*, mas a realidade mostrou algo diferente: apenas cinco anos após o seu aparecimento, o número de utilizadores da *Web* crescia a um ritmo superior a 100%. O aumento exponencial de conteúdos disponíveis, o desenvolvimento de *browsers* mais intuitivos e o aparecimento do *Blogger* (1999), do *Facebook* (2004), do *Youtube* (2005) e do *Twitter* (2006) transformaram a *Web* no grande motor da Internet que passou de 16 milhões de utilizadores, em Dezembro de 1995, para cerca de 1,8 mil milhões, em Dezembro de 2009 (Internet World Stats). As aplicações que alavancaram a sucesso da *Web* são também as mais utilizadas pelos jornalistas no seu dia a dia. Algumas delas, como as redes sociais e os *blogues*, alteraram profundamente as rotinas de produção noticiosa, estando hoje perfeitamente integradas na actividade profissional

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

jornalística, sobretudo em duas fases cruciais do processo de produção jornalístico: a recolha de informação e a distribuição de notícias (Canavilhas, 2010, p. 3).

É relevante acrescentar a essas redes sociais o *Instagram*, criado em 2010, e o *TikTok*, em 2014, que também são bastante utilizados por usuários em geral, bem como jornalistas e veículos de comunicação tradicionais e independentes. Importou-se, aqui, destacar o papel fundamental que os avanços tecnológicos tiveram na passagem do jornalismo panfletário – com matérias de cunho político-literário – ao jornalismo produzido em redações especializadas, empresas organizadas para vender notícias com rapidez e precisão, até o jornalismo observado na época atual.

Isso tanto nos meios de comunicação tradicionais, que inicialmente tentaram replicar o jornalismo produzido no ambiente online – sem sucesso –, até um modelo mais disruptivo, como analisa a pesquisadora Daniela Lacerda (2016), que investigou sobre o jornalismo independente no Brasil. Sobre tal, ela explica que:

Num primeiro momento, as organizações jornalísticas tradicionais reagiram de maneira conservadora e defensiva às mudanças trazidas pela democratização do acesso, processamento e compartilhamento de informações – que trouxe muito mais liberdade para o antes passivo consumidor de notícias e também para os anunciantes, reduzindo o poder antes concentrado na cúpula da grande imprensa. [...] as transformações inicialmente implementadas por essas corporações tinham um caráter sustentador (resumindo-se a mudanças em processos e produtos já existentes) e não disruptor (que resultam na criação de novas práticas, serviços, públicos e fontes de receita), em dessintonia com o *zeitgeist* midiático neste início de século. [...] Gradualmente, no entanto, as organizações jornalísticas vêm incorporando a cultura da convergência, caracterizada pela pluralização das formas de conceber, fazer e consumir notícias e do entrelaçamento de diversos mercados, plataformas, pessoas e tecnologias nesse processo. Dos valores à prática, passando por atores, técnicas, competências e ferramentas envolvidos na atividade jornalística, antigos cânones vão dando lugar a um caleidoscópio de experimentos e inovações disruptivas (Lacerda, 2016, p. 41).

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

A era digital tem exigido um repensar sobre a teoria e a prática jornalística, sem permitir muito tempo para isso, uma vez que as ferramentas digitais têm avançado a grandes saltos, possibilitando modelos midiáticos cada vez mais disruptivos. No final dos anos 2000, Henry Jenkins (2009, p. 43) já alertava para o seguinte fato: “a convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos”. Os anos que se seguiram confirmaram suas previsões.

Figaro e Silva (2020, p. 104) analisam as mudanças na profissão jornalística inserida na comunicação de plataforma. Segundo elas, a internet dos anos 1990 com aspectos de espaço de liberdade, autonomia, colaboração e interação social foi substituída pelo crescimento do controle e da privatização da rede pelo desenvolvimento tecnológico e de conhecimento privado e secreto de empresas, como *Google, Facebook, Apple, Microsoft* e outras.

As autoras ainda chamam a atenção para o trabalho jornalístico nas redações virtuais, marcado pelas contradições do trabalho e relações precárias similares às do século passado, alertando para o fato de que “quanto menos formas de sustentação, maior a dependência da tecnologia para fazer jornalismo” (Figaro; Silva, 2020, p. 111).

Ao profissional do jornalismo nessa era digital surgem inúmeros desafios, bem como expectativas sobre o futuro, como os discutidos no desenvolvimento deste texto. Observa-se, como avalia Castilho (2019), um conflito entre a contemporaneidade e os velhos valores do jornalismo. Segundo ele, a ciência já provou que imparcialidade completa, objetividade total e verdade absoluta não existem.

Esses valores foram desenvolvidos pela indústria jornalística no século XVIII em busca de se discernir da imprensa ‘marrom’. Já os

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

“valores da imprensa dos séculos XIX e XX não perderam validade, mas a estrutura de produção sobre a qual se apoia o jornalismo digital do século XXI tornou necessária e inadiável a adoção de novos conceitos e parâmetros ideológicos”, avalia Castilho (2019). Para ele “as mudanças no jornalismo não se limitam apenas a novas tecnologias. A profissão está condenada a rever também o conjunto de valores que justificam e motivam o exercício do jornalismo” (Castilho, 2019).

Além do mais, em resposta ao questionário, 100% dos respondentes consideram que as tecnologias têm transformado muito a prática jornalística. A maioria acredita que o uso das ferramentas tecnológicas favorece a produção noticiosa e 27,7% deles consideram que isso ocorre em partes.

Na checagem da veracidade das informações, os jornalistas já contam com agências especializadas em identificar e combater *fake news*, cita-se aqui a Agência brasileira Lupa. Há também ferramentas tecnológicas, como: *Google Fact Explorer*, *InVid*, *CrowdTangle*, entre outras.

Dos jornalistas goianienses que participaram dessa pesquisa, 42,6% afirmaram sempre usar as tecnologias para identificar *fake news*; 31,9% disseram fazer uso na maioria das vezes; 19,1% revelaram usar às vezes e 6,4% disseram que nunca fizeram uso.

Quanto à experiência na utilização de tecnologias na produção noticiosa, 55,3% dos jornalistas goianienses que responderam ao questionário avaliaram ter muita facilidade no uso de ferramentas digitais. Já 44,7% demonstraram ser menos confiantes em relação a esse domínio, indicando que se consideram em nível mediano. Questionados sobre a necessidade de atualização de conhecimentos e habilidades direcionadas à área jornalística, diante desses avanços, 87,2% afirmaram ter sentido a necessidade por conta das mudanças ocorridas em algum momento da carreira jornalística e 12,8% disseram que nunca precisaram.

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

A maioria deles também considera que o uso das ferramentas tecnológicas alterou o modo de produzir notícias – 87,2% – e 12,8% acreditam que isso ocorre em partes.

A coleta de informações, por exemplo, que no passado era feita em entrevistas presenciais ou por telefone – e ainda pela leitura de revistas, jornais, acompanhamento de noticiários televisivos e radiofônico –, passa a ocorrer também nos espaços virtuais. Redes sociais, como *Facebook*, *Instagram* e, sobretudo, o *Twitter*, já fazem parte do cotidiano dos jornalistas na busca de informações, como ferramenta de checagem de dados e como distribuição da notícia.

É essencial destacar que no jornalismo digital a distribuição de notícia pode ser favorecida pela prática de SEO, que visa aumentar a visibilidade das matérias publicadas nos resultados de mecanismos de busca, como o *Google*. Dos respondentes do questionário, 61,7% afirmam ter pouco domínio dessas estratégias de SEO para jornalistas; 23,4% afirmam dominar muito e 14,9% não dominam.

Em artigo publicado no Observatório da Imprensa, a jornalista e pesquisadora Mariane Nava explica que:

O SEO é um mecanismo pensado para facilitar que os conteúdos sejam encontrados pelos buscadores como o *Google*. Ele é composto de um conjunto de técnicas que visam tornar o texto 'achável', e nos últimos anos tem englobado outros aspectos como facilidade de leitura e aderência ao termo pesquisado. [...] O ponto é pensar o jornalismo dentro dessa nova realidade, em que os hábitos de consumo informativo mudaram. Ambiente em que a forma de ler não é mais tão linear, que existem inúmeras possibilidades de direcionamento, que se pode utilizar imagens, vídeos, onde é possível interagir com o leitor, mas, principalmente, um espaço em que o usuário perde facilmente o foco. E esse é um dos motivos que explicam os moldes dos textos com SEO ótimo (Nava, 2021).

Ainda acerca dos impactos das tecnologias na produção noticiosa, podem ser destacadas as novas possibilidades de contato e interação entre as fontes e os jornalistas. Por meio do acesso aos perfis de cada

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

usuário das redes sociais é possível, por exemplo, o envio de mensagens instantâneas, seja público ou privado, utilizando os espaços de comentários, *chats*, fóruns de discussão, correios eletrônicos em plataformas e dispositivos digitais.

Grande parte dos jornalistas goianienses que respondeu ao questionário não acha que o uso dessas tecnologias no processo de produção da notícia compromete a qualidade da informação – 42,6% –, já 38,3% consideram que, às vezes, isso pode ocorrer e 19,1% consideram que a qualidade da informação pode ficar comprometida.

A interação do público com a notícia também evoluiu de um modelo praticamente unidirecional para um dialógico, em que aquele deixa de ser passivo e passa a ser ativo na comunicação. Isso não apenas tendo a liberdade de escolher a rota de leitura nos *hiperlinks*, mas também expondo suas reações com comentários e curtidas, sugerindo e criticando pautas, compartilhando acontecimentos em tempo real, enviando denúncias em forma de texto, áudio e até vídeo às redações jornalísticas e/ou aos jornalistas.

No final da primeira década dos anos 2000, o autor de *Jornalismo 2.0*, Mark Briggs, evidenciava o esforço das empresas jornalísticas no sentido de possibilitar a interação com o público, que, segundo ele, não se comportava mais como um consumidor passivo.

Na época, ele chamava a atenção para as novas possibilidades que a tecnologia trazia para uma maior interação do público com os jornais. Sobre isso, ele escreveu:

Muitas empresas de notícias tradicionais incluem *links* de email em seus artigos para facilitar o contato dos leitores com o repórter e o envio de perguntas ou comentários sobre as matérias. Alguns foram ainda mais longe e permitem que os leitores comentem diretamente a matéria *online*, para que todos os demais usuários possam ver também (Briggs, 2007, p. 34).

A pesquisadora Giovana Mesquita (2012), na segunda década dos anos 2000, enfatizava o fato de a *web 2.0* possibilitar interação do público

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

com a notícia, até mesmo intervindo e influenciando na produção. Nesse contexto, a autora apontava para o surgimento do conceito de jornalismo cidadão. De acordo com ela,

[...] Quando homens e mulheres começam a deixar de ser 'receptores passivos' da televisão, do rádio e dos jornais para interferirem e participarem de uma forma mais efetiva do processo de produção de conteúdos para as mídias surgem inúmeras conceituações: jornalismo participativo (HOLANDA, 2007), webjornalismo participativo (PRIMO; TRÄSEL, 2006), jornalismo open source ou de código aberto (HOLANDA, 2007; BRAMBILLA, 2005), jornalismo cidadão (GILLMOR, 2004; TARGINO, 2009), jornalismo comunitário, jornalismo de serviço público, jornalismo público e jornalismo cívico (TRAQUINA; MESQUITA, 2003) (Mesquita, 2012, p.13-14).

A crescente participação do público, que deixa de ser apenas consumidor da notícia, tornando-se também produtor, levanta reflexões sobre um novo jornalismo e até o seu fim. O professor Ramón Salaverría Aliaga, em entrevista, afirma ser redundante esse termo e que não se pode dizer que a participação do público seria o exercício de um novo tipo de jornalismo e muito menos o fim do jornalismo. Ao contrário disso, ele faz a seguinte ponderação:

Quando passamos para o âmbito do suposto jornalismo cidadão, encontramos um conjunto de acontecimentos incidentais em que os cidadãos tropeçaram e não foram buscá-los. [...] Isto que alguns autores como Gillmor denominaram como jornalismo cidadão não é o final do jornalismo, mas, sim, o seu começo. Quer dizer, ali quando terminam os testemunhos dos cidadãos é onde começa o trabalho do jornalista. Explicar por que ocorreu, contextualizar os acontecimentos, incluir fontes adicionais, analisar as consequências dos fatos. Nenhum cidadão fez isto nas redes sociais, pois isto é um trabalho estritamente profissional e que os preparados para dar conta desses desdobramentos são os jornalistas (Salaverría; Costa, 2020, p. 199).

No que se refere à utilização das redes sociais na produção noticiosa, 76,6% afirmaram que fazem uso frequente das redes sociais na produção noticiosa; 14,9% eventualmente usam as redes sociais com essa função e o restante; 6,4%, raramente, e 2,1%, nunca. Além disso, 59,6% acreditam que as redes sociais atrapalham a produção noticiosa, 21,3%

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

não acham que atrapalha, 10,6% acham que atrapalha um pouco e 8,5% que atrapalha muito.

Sobre a influência das redes sociais no jornalismo, Sousa (2013, p. 71) explica que com a emergência das redes sociais, o poder do jornalista “se dispersa e é dividido com seus usuários”, diferentemente da época de ouro do jornalismo impresso.

O maior desafio no ofício do jornalista, no presente, para a maioria dos respondentes ao questionário desta pesquisa, é lidar com a produção noticiosa em meio a *fake news* – 55,3% –; para 25,5%, a instantaneidade da notícia, que torna o tempo de produção cada vez mais escasso; para 14,9%, o excesso de informação; e para 4,3%, os *prosumers*. Além disso, 95,7% afirmam que o fato de os veículos de comunicação terem várias plataformas gerou acúmulo de função e/ou sobrecarga ao jornalista, o restante não acha isso.

Sobre o impacto da inteligência artificial (IA) na área jornalística, 51,8% dos respondentes acreditam que seu desenvolvimento pode ser uma ameaça ao campo, já 48,9% não se intimidam com isso. Além do mais, a IA é vista por 61,7% dos respondentes, também, como oportunidade ao campo jornalístico. Sobre esse assunto o professor e pesquisador João Canavilhas avalia que:

[...] a IA é apresentada como um auxiliar, algo que nesta fase é verdade, mas o seu potencial de aprendizagem é tão grande que diariamente surgem avisos sobre o perigo que pode representar. [...] Face a este alarmismo com alguma dimensão pública, é normal o aparecimento de visões mais pessimistas que falam de jornalismo sem jornalistas. Claro que isso pode acontecer, mas é bom recordar que sempre houve bom e mau jornalismo. O jornalismo exclusivamente algorítmico seria apenas mais um caso de mau jornalismo ou, no mínimo, de jornalismo sem grande impacto na sociedade, o que vai dar ao mesmo. A essência do jornalismo está na recolha de informação desconhecida ou pouco conhecida, na sua interpretação de acordo com padrões éticos e deontológicos, e na sua transformação num conteúdo informativo original e criativo. Acresce o facto de muita desta informação ser fornecida por fontes humanas que se relacionam com os profissionais devido à confiança e empatia mútuas, algo que não acontece entre um humano e uma máquina. Por tudo isto, e porque ‘o seguro morreu de velho’, as visões mais catastrofistas devem ser bem anotadas, mas o jornalismo

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

deve concentrar-se em fazer bem o que sempre fez (Canavilhas, 2023, p. 188).

Nesse contexto digital, a grande discussão do ano de 2023 girou em torno dos impactos da inteligência artificial no campo jornalístico. Um dos respondentes do questionário alerta para o fato de os profissionais de jornalismo estarem realizando um mal jornalismo, que pode ser substituído facilmente pela inteligência artificial. Ele relata que:

A maioria dos profissionais copiam e colam matérias de determinados canais e não checam as informações. A apuração de notícia deixou de ser feita, entrevistas idem. Até aspas de alguém que não se entrevista os profissionais colocam. A ética é cada vez mais uma utopia. Todas as técnicas jornalísticas que aprendi, o SEO faz o contrário. Minha adaptação está difícil. E todos se acham jornalistas com as redes sociais. Todos podem escrever com os ChatGPT. Estamos deixando de contar histórias, fazer notícias para simplesmente replicar (Informação verbal)<sup>6</sup>.

Em sentido oposto a esse mal jornalismo, Canavilhas (2023) evidencia o poder da criatividade como diferencial entre o jornalismo produzido por humano e pelo algoritmo. Ele explica que a máquina trabalha com uma base de dados preexistentes, que impede a produção de algo inédito e original, além de limitar-se a responder a *prompts* criados por humanos. Ao levar isso em conta, a criatividade é “o escudo de defesa do jornalista em relação à IA, frente a uma eventual ameaça ao seu emprego, mas isso não significa que a ignore” (Canavilhas, 2023, p. 191).

Ainda em defesa dos jornalistas, ante a evolução da IA, entre os otimistas, um respondente acredita que, apesar do avanço da tecnologia, a inteligência artificial (IA) não substituirá os jornalistas em suas análises críticas e tomada de decisões. Ademais, o trabalho jornalístico envolve compreensão profunda do contexto social, cultural e político em que as

---

<sup>6</sup> Resposta discursiva de respondente ao questionário aplicado pelas autoras desta pesquisa.

## OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NO JORNALISMO NA VOZ DE JORNALISTAS GOIANIENSES

notícias são produzidas, além do aspecto ético, o que não pode ser feito por algoritmos. Sobre isso acrescenta:

Os jornalistas são responsáveis por avaliar as informações, verificar a veracidade dos fatos e tomar decisões éticas sobre o que deve ser publicado. Embora a IA possa ajudar a aumentar a eficiência da produção de notícias, ela não pode substituir a capacidade humana de avaliar e tomar decisões éticas. Em resumo, embora a IA possa ser uma ferramenta valiosa para ajudar na produção de notícias, ela não pode substituir completamente o trabalho jornalístico (Informação verbal)<sup>7</sup>.

Nesse cenário, com previsões pessimistas e otimistas, os jornalistas goianienses respondentes do questionário dividem suas opiniões em relação ao futuro do jornalismo: 34% se consideram otimistas; 31,9% são pessimistas e 34% não sabem responder. Um dos respondentes ao questionário reflete sobre o papel do jornalista nesse contexto:

[...] O jornalista precisa reconhecer que o modelo de um profissional que fica esperando o fato acontecer é um desperdício humano-financeiro. A democracia e a cidadania demandam por profissionais que expliquem e contextualizem a informação e não apenas a relate (Informação verbal)<sup>8</sup>.

Questionados sobre quais seriam, na opinião deles, os desafios atuais na produção noticiosa, levando em conta os avanços das TICs, os respondentes destacaram: a agilidade exigida para a produção da notícia; o excesso de informação; as *fake news*; o acompanhamento do desenvolvimento tecnológico e a aquisição de conhecimentos e habilidades para o exercício profissional.

Eles também mencionaram a audiência marcada pelo número de curtidas e seguidores, fruto da interatividade e o engajamento do jornalista ou produto jornalístico com o público; a lógica das plataformas digitais, que seguem estratégias de SEO; a convergência das mídias, que exige do profissional conhecimentos e habilidades sobre informática, *softwares* de áudio, vídeo, aplicativos de mensagens instantâneas, redes sociais; falta de zelo na checagem das informações; o acúmulo de funções; a desvalorização da carreira.

<sup>7</sup> Resposta discursiva de respondente ao questionário aplicado pelas autoras desta pesquisa.

<sup>8</sup> Resposta discursiva de respondente ao questionário aplicado pelas autoras desta pesquisa.

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

Das 36 respostas obtidas nessa questão, destacam-se as seguintes:

Os desafios atuais na produção da notícia muito têm a ver com o excesso de informações, *fake news* e também a necessidade que os veículos de comunicação têm de estarem presentes nas plataformas de mídias sociais digitais[...] compreender como funciona a lógica dessas plataformas e as atualizações tecnológicas pelas quais estamos passando enquanto sociedade (Informação verbal)<sup>9</sup>.

[...] é essencial que as organizações de notícias se adaptem às novas tecnologias e invistam em treinamentos para seus profissionais a fim de garantir a precisão e a qualidade das informações divulgadas. É necessário que haja um comprometimento com a ética jornalística, com a verificação rigorosa de fatos e fontes, e com a transparência em relação aos métodos de produção de notícias. Além disso, é importante que as organizações de notícias continuem a se reinventar e inovar para se manterem relevantes e sustentáveis no mercado (Informação verbal)<sup>10</sup>.

Outra questão subjetiva também, sem a obrigatoriedade de resposta, foi a seguinte: na opinião dos respondentes, quais os pontos positivos do uso das tecnologias na produção noticiosa? Ao todo foram obtidas 36 respostas. Eles destacaram a possibilidade de entrevistar e noticiar em tempo real e com interatividade; a otimização e agilidade do processo de produção noticiosa.

Esses respondentes também declararam sobre a facilidade de contactar fontes e validar informações; a transposição da barreira tempo/espço na coleta e distribuição das informações, a possibilidade de automação de alguns processos com o uso da inteligência artificial. Entre as respostas obtidas nessa questão, destaca-se:

Com o uso de recursos visuais e sonoros, as organizações de notícias podem engajar melhor seu público e transmitir informações de maneira mais eficaz. [...] Com a possibilidade de tradução automática e o acesso às notícias de diversos países, as pessoas podem ter acesso a informações e opiniões de diferentes partes do mundo, ampliando sua visão de mundo (Informação verbal)<sup>11</sup>.

<sup>9</sup> Resposta discursiva de respondente ao questionário aplicado pelas autoras desta pesquisa.

<sup>10</sup> Resposta discursiva de respondente ao questionário aplicado pelas autoras desta pesquisa.

<sup>11</sup> Resposta discursiva de respondente ao questionário aplicado pelas autoras desta pesquisa.

## Considerações Finais

Foi possível observar com base na revisão da literatura, cujo recorte ocorreu a partir da década de 1990, e por meio do questionário respondido por jornalistas goianienses, que as tecnologias impactaram sobremaneira a área jornalística, as redações ganharam espaços outros e deixaram de estar limitadas em tempo e espaço na difusão de notícias.

A produção jornalística foi beneficiada com o auxílio de novas ferramentas para texto, fotos, edição, captação, tornando-se mais eficiente e ágil. A distribuição da notícia alcançou nova lógica baseada em algoritmos, cuja estratégia de SEO<sup>12</sup> para jornalistas não é compreendida muito bem pela maioria dos respondentes da pesquisa.

De forma unânime, todos eles consideram que as tecnologias têm transformado a prática jornalística. Nesse contexto, foram apontados como principais desafios no ofício do jornalista no presente: a sobrecarga de trabalho gerada pelo acúmulo de funções por esses profissionais, que passam a ter que publicar em várias plataformas de um veículo de comunicação e lidar com a produção noticiosa em meio a *fake news*. Diante delas, no combate à desinformação da população, a maioria dos respondentes afirmou usar ferramentas para identificar essas *fake news*.

É também nesse contexto de mídia digital que se observa a insustentabilidade pela mídia tradicional com drástica redução no número de postos de emprego para jornalistas. Na tentativa de sobrevivência, em meio à precarização das relações de trabalho, o jornalismo independente se apresenta como uma alternativa.

---

<sup>12</sup> Técnicas essenciais na atualidade para aumentar a visibilidade das notícias nos mecanismos de buscas da *web*.



Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

No entanto, o cenário continua sombrio, mesmo com a esperança de liberdade de amarras editoriais, os dados gerados pelas publicações noticiosas já passam a ser controlados por grandes empresas das tecnologias, colocando em risco, até mesmo, o futuro da profissão, com o avanço da inteligência artificial.

Percebe-se uma ingloria corrida contra o tempo na busca de atualização ou formação continuada para conseguir dar conta do ritmo acelerado em que surgem novas ferramentas, novas plataformas, além das tendências dos usuários (público, produtor de notícia ou *prosumer*) para cada uma dessas novidades, indicando o que irá vingar ou não.

Ao refletir sobre esse cenário, os respondentes da pesquisa demonstraram a necessidade de domínio da tecnologia para o exercício da profissão e revelaram a preocupação com a qualidade da informação, diante dessa reconfiguração da comunicação social que vem tornando o exercício do jornalismo cada vez mais necessário; e na contramão disso cada vez menos valorizado.

Mesmo considerando imprescindível o domínio do uso da tecnologia pelo profissional do jornalismo, quase a metade dos respondentes declarou ter um nível intermediário de facilidade com esse uso, sendo um desafio acompanhar o desenvolvimento tecnológico. Ademais, a maioria dos respondentes percebeu a necessidade de atualizar-se em algum momento da carreira em razão de mudanças tecnológicas. Eles também consideram que tais ferramentas favorecem a produção noticiosa e que o uso delas alterou o modo de produzir notícias.

Outro aspecto relevante da pesquisa diz respeito ao jornalismo e às redes sociais. Mesmo se tratando de um espaço mais voltado para a interação social e entretenimento, o jornalismo tem aproveitado esse espaço tanto para produzir quanto para publicar notícias. A maioria dos jornalistas goianienses indicou fazer uso das redes sociais para produção

da notícia, mas considera que elas atrapalham a produção noticiosa, em especial pelo fato de disseminação de *fake news* ou falta de habilidades jornalísticas e comprometimento ético com o público na publicação de informações por *prosumers* e até *influencers*.

É relevante salientar que o grande volume de informações também impactou a área de forma a abrir mais um campo de atuação. Se de um lado as notícias produzidas por jornalistas éticos e comprometidos com o diálogo social, que promove a busca para o exercício da cidadania e democracia, concorre com as *fake news* e com as informações publicadas por *prosumers*; de outro, surge uma nova área de atuação advinda desse problema: o jornalismo de dados, que permite ao profissional analisar dados complexos, apontando padrões, histórias ocultas.

Ainda refletindo sobre o excesso de informação, que podem estar gerando desinformação e sendo um dos grandes desafios para o profissional, observa-se que os jornalistas goianienses estão divididos entre os que acreditam que a inteligência artificial pode ser uma ameaça para o campo e os que veem nela uma oportunidade.

Em relação ao futuro do jornalismo, nesse cenário, uma das respondentes traz a seguinte consideração: "Eu acredito que as novas TICs conduzirão o jornalista para um papel de curadoria e de certificação dos conteúdos que circulam por plataformas digitais e analógicas" (Informação verbal)<sup>13</sup>.

Pessimistas ou otimistas em relação ao futuro do jornalismo, torna-se oportuno lembrar que, além dos desafios tecnológicos enfrentados pela categoria, vive-se também na área uma desvalorização do profissional e precarização dos direitos trabalhistas, reforçada, ainda mais, pelo golpe político investido contra a categoria, quando dela foi tirada a exigência do diploma para o exercício da profissão.

---

<sup>13</sup> Resposta discursiva de respondente ao questionário aplicado pelas autoras desta pesquisa.

Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

Ainda se for levar em conta a história, o jornalismo comprometido com a cidadania e a democracia corre sim grande risco de estar fadado ao insucesso, restando às máquinas e aos grupos políticos e econômicos – a quem interessa o monopólio da comunicação – difundirem o mal jornalismo e suas ideologias, como as melhores para o bem comum.

## Referências

BÓRIO, Pâmela Monique Cardoso. **Prosumer**. o novo protagonista da comunicação. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/tede/4490/1/arquivototal.pdf>. Acesso em: 23 out. 2023.

BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0**: como sobreviver e prosperar. College Park: J-lab; Knight Citizen News Network, 2007. Disponível em: <https://journalismcourses.org/wp-content/uploads/2020/08/Journalism-2.0-How-to-Survive-and-Thrive-por.pdf>. Acesso em: 26 out. 2023.

CANAVILHAS, João. Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático. In: Congresso Internacional Comunicação 3.0, 3., 2010, Universidade de Salamanca. **Anais [...]**. Salamanca: Universidade de Salamanca, 2020. Disponível em: <https://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>. Acesso em: 18 out. 2023.

CANAVILHAS, João. A criatividade é o escudo de defesa do jornalista em relação à IA. Entrevista concedida a Branco Di Fátima. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 20, n. 1, p. 187-193, mar./jul. 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/issue/view/3566>. Acesso em: 22 out. 2023.

CASTILHO, Carlos. O jornalismo vive o conflito entre novas tecnologias e velhos valores. **Medium**, 27 out. 2019. Disponível em: <https://ccastilho.medium.com/o-jornalismo-vive-o-conflito-entre-novas-tecnologias-e-velhos-valores-6576299aca1d>. Acesso em: 5 out. 2023.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

FIGARO, Roseli; SILVA, Ana Flávia Marques da. A comunicação como trabalho no capitalismo de plataforma: o caso das mudanças no jornalismo. **Contracampo**, Niterói, v. 39, n. 1, p. 101-115, abr./jul. 2020. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/download/38566/pdf/140891>. Acesso em: 14 fev. 2024.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnica de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. São Paulo: Aleph, 2009.

LACERDA, Daniela Maria de. **O jornalismo digital independente no Brasil e a busca da credibilidade perdida**. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/21304>. Acesso em: 5 out. 2023.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**. A saga dos cães perdidos. 2. ed. São Paulo: Hacker, 2002.

MATTOS, Sérgio. **A revolução digital e os desafios da comunicação**. Cruz das Almas: EDUFRB, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufrb.edu.br/handle/123456789/766>. Acesso em: 24 out. 2023.

MESQUITA, Giovana. Reflexões sobre jornalismo, sociedade em rede e coparticipação da audiência. In: PRYSTHON, Angela; SALCEDO, Diego A.; DINIZ, Talita Rampazzo (orgs.). **Comunicação e sociedade** [recurso eletrônico]: transformações midiáticas no contemporâneo. Recife: Ed. da UFPE, 2012.

NAVA, Mariane. Tecnologia e jornalismo: como conciliar o tradicional com o novo? **Observatório da Imprensa**, 23 mar. 2021. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/objetos/tecnologia-e-jornalismo-como-conciliar-o-tradicional-com-o-novo/>. Acesso em: 24 out. 2023.

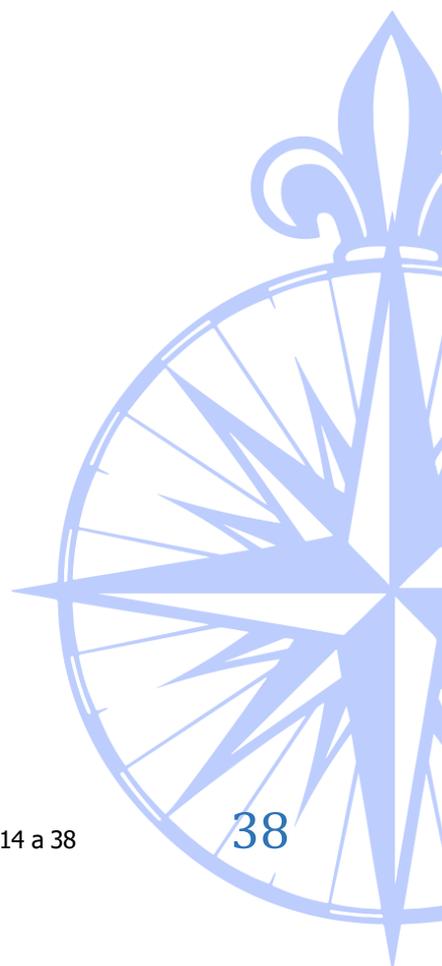
Tatiana Carilly Oliveira **ANDRADE**

Ana Carolina **TEMER**

SALAVERRÍA, Ramon; COSTA, Carlos O jornalismo é tautológico! Pois é um fazer que contém em si todos os significados. Entrevista – Diálogos Midiológicos 4. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação** (Intercom), São Paulo, v. 43, n. 1, p.193-200. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/WjHxB3pBwCPJyh9FXPnW4WN/?lang=pt>. Acesso em: 7 out. 2023.

SOUSA, Máira de Cássia Evangelista de. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na internet**. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/122790/323516.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 29 out. 2023.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **O mundo dos jornalistas**. Rio de Janeiro: Summus Editorial, 1993.



# FINANÇAS PESSOAIS E JORNALISMO ECONÔMICO: REFLEXÕES SOBRE A ESCASSEZ DA TEMÁTICA NAS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE S.PAULO<sup>1</sup>

## PERSONAL FINANCE AND ECONOMIC JOURNALISM: REFLECTIONS ON THE SCARCITY OF THE THEME IN THE PAGES OF FOLHA DE S.PAULO NEWSPAPER

Eduardo RITTER<sup>2</sup>

Universidade Federal de Pelotas | Brasil

### Resumo

Dados do *Programme for International Student Assessment* (PISA), (Pisa) apontam o Brasil como um dos países com maior índice de analfabetismo financeiro. Isso ajuda com que a cultura da dominação apontada por Weber (2009), perpetue-se. Nesse cenário, o jornalismo econômico poderia ser uma importante ferramenta para reverter esse quadro. Porém, a pesquisa apresenta dados no sentido antagônico: a edição impressa da *Folha de S.Paulo* dedica pouca atenção ao tema finanças pessoais nas suas editorias de economia, a saber: Mercado e FolhaInvest. Valendo-se da Análise de Conteúdo, foram identificados apenas 12 textos tratando de pautas relacionadas ao tema, nos 35 espaços disponíveis no mês de novembro de 2021, sendo que 5 deles são da mesma colunista Marcia Dessen, especialista no assunto. Os outros 7 são caracterizados como reportagens ou notícias em um universo de 30 edições analisadas. Como conclusões, ressalta-se que o jornalista, diferentemente do consultor financeiro ou investidor, deve atuar livre de interesses em conquistar novos clientes, permitindo-lhe trazer uma variedade de especialistas para popularizar as finanças pessoais nos veículos jornalísticos.

### Palavras-chave

Finanças pessoais; Jornalismo econômico; *Folha de S.Paulo*; Pisa; Investimento.

### Abstract

Data from the Programme for International Student Assessment (PISA) point out Brazil as one of the countries with the highest rate of financial illiteracy. This contributes to the perpetuation of the dominance culture highlighted by Weber (2009). In this scenario, economic journalism could be an important tool to reverse this situation. However, the research presents data in the opposite direction: the print edition of *Folha de S.Paulo* dedicates little attention to personal finance topics in its economy sections, namely: Mercado and FolhaInvest. Using Content Analysis, only 12 texts addressing issues related to the topic were identified in the 35 available spaces in November 2021, with 5 of them authored by the same columnist Marcia Dessen, a specialist in the subject. The other 7 are characterized as reports or news out of a total of 30 editions analyzed. As conclusions, it is emphasized that the journalist, unlike the financial consultant or investor, should act free from interests in acquiring new clients, allowing them to bring a variety of experts to popularize personal finance in journalistic media.

### Keywords

Personal finance; Economic journalism; *Folha de S.Paulo*; PISA; Investment.

<sup>1</sup> Artigo apresentado no XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado em Palmas (TO), de 02 a 04/06/2022. Na ocasião foi publicado um resumo expandido.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) com estágio doutoral (PDSE/Capes) na New York University. Graduado em Jornalismo, atualmente é professor adjunto do Centro de Letras e Comunicação (CLC) da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL).

**RECEBIDO EM 25 DE JULHO DE 2023**  
**ACEITO EM 23 DE NOVEMBRO DE 2023**

## Introdução

Como aponta artigo de opinião publicado pelo economista Ricardo Amorim, “em um país com tantos analfabetos funcionais, o analfabetismo financeiro não surpreende” (2018). Conforme o mesmo autor, em exame do *Programme for International Student Assessment (PISA)*, (Pisa), o Brasil ficou em último lugar em avaliação feita em 15 países, em 2018. No entanto, essa não é uma exclusividade brasileira. O empresário, consultor e autor do *best seller* global *Pai rico, pai pobre*, Robert Kiyosaki, relata a mesma realidade vivida nos Estados Unidos. Ele relata como ficou surpreendido ao se deparar com a falta de conhecimento sobre economia apresentado pelos clientes que o procuravam: “O que me perturbou foi o pouco que essas pessoas sabiam sobre contabilidade e investimento, assuntos importantes para suas vidas. Fiquei imaginando como elas administravam as questões financeiras na vida real” (Kiyosaki; Lechter, 2000, p.15).

O fato é que o analfabetismo financeiro é um problema social, especialmente em países menos desenvolvidos, como o Brasil. A falta de conhecimento sobre as próprias finanças ajuda ao mantimento da estrutura de dominação econômica nas sociedades, apontada já há mais de um século por Max Weber (2019). Para o autor, a dominação é uma situação em que uma vontade manifesta do dominador quer influenciar as ações de outras pessoas, nomeadamente dominados, “e de fato as influencias de tal modo que estas ações, num grau socialmente relevante,

## FINANÇAS PESSOAIS E JORNALISMO ECONÔMICO: REFLEXÕES SOBRE A ESCASSEZ DA TEMÁTICA NAS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE S.PAULO

se realizam como se os dominados tivessem feito do próprio conteúdo do mandado a máxima de suas opções (obediência)” (Weber, 2009, p.191).

Partindo do princípio do jornalismo como um produtor de conhecimento, que inclusive ajudou em todos os países na alfabetização de suas populações, considera-se esse tipo de produção textual um ponto importante para a mudança gradual desse cenário. Assim, o presente artigo visa analisar como o jornal *Folha de S.Paulo*, que conforme o Instituto Verificador de Comunicação (IVC) tem alternado em 2021 a liderança de jornal em maior circulação do país com o *Estado de São Paulo*, trata a temática “finanças pessoais” nas suas páginas da edição diária impressa. Assim, tem-se o seguinte problema de pesquisa: qual é o espaço destinado na edição impressa de *Folha de S.Paulo* ao tema finanças pessoais e como ele é abordado?

Para responder a essa pergunta, primeiro é preciso posicionar o tema “finanças pessoais” dentro do contexto da microeconomia. Posteriormente, são feitas algumas reflexões sobre o jornalismo econômico, especialmente de serviço, partindo do princípio de Meditsch (1997) de um jornalismo como produtor do conhecimento. Posteriormente são feitas algumas considerações metodológicas com a definição das categorias analisadas para, por fim, ser feita a análise crítica do conteúdo.

Em síntese, valendo-se da Análise de Conteúdo, de Bardin (2011), foi feita uma análise quantitativa e qualitativa das editorias de economia do primeiro caderno do jornal, intituladas: Mercado e FolhaInvest. Foram estudadas todas as edições do mês de novembro de 2021, que culminou com a realização da *Black Friday*, no dia 26 do referido mês. Para tanto, foram identificados os textos desse período que abordavam ou traziam pautas relacionadas diretamente com finanças pessoais. Feita essa identificação e feita a pré-análise, esses textos foram divididos em três tipos, a saber: notícia, reportagem e coluna de opinião.

Eduardo **RITTER**

## **Do macro ao micro: posicionando as finanças pessoais no campo econômico**

Para identificar as pautas que abordam o tema “finanças pessoais”, inicialmente é preciso diferenciar dois ramos da economia: o macro e o microeconômico. Isso porque as pautas abordadas nas editorias de Economia do jornal *Folha de S.Paulo* são voltadas para esses dois segmentos.

A microeconomia, conforme explicam Pindyck e Rubinfeld (1999), é o ramo da Economia que estuda como consumidores, trabalhadores, investidores, proprietários de terras e indivíduos em geral tomam as suas decisões econômicas. Conforme os mesmos autores, essa seção também tem como objetivo o esclarecimento de questões mais pontuais no campo econômico.

Ela esclarece como os consumidores tomam decisões de compra e de que forma suas escolhas são influenciadas pelas variações de preços e rendas; explica também de que maneira as empresas determinam o número de trabalhadores que contratarão e como os trabalhadores decidem onde e como trabalhar (Pindyck; Rubinfeld, 1999, p.3).

Os autores complementam que a microeconomia também é chamada de teoria dos preços, visando estudar o comportamento de produtores e consumidores em mercados específicos. O foco, portanto, são os agentes econômicos individuais, com produtores e consumidores formando os preços praticados no mercado. Assim, uma primeira premissa da microeconomia clássica parte do princípio de que os produtores desejam maximizar o lucro, enquanto os consumidores buscam a maximização de sua satisfação mediante recursos limitados.

Por outro lado, a macroeconomia estuda os fenômenos de forma conjunta, como por exemplo, a inflação, o desemprego, o crescimento

econômico e a renda nacional. Por serem temáticas que interessam à sociedade, as pautas macroeconômicas geralmente ganham mais espaço nos grandes jornais brasileiros. Além disso, as políticas macroeconômicas estão diretamente vinculadas ao setor público, relacionando o comportamento da economia como um todo, incluindo recessões e expansões, as reduções ou crescimentos do Produto Interno Bruto (PIB), taxas de câmbio e contas públicas, tanto no curto quanto no longo prazo.

Feita essa diferenciação, localizamos a temática “finanças pessoais” dentro do campo microeconômico, afinal, como explica Gitman (2010), as finanças pessoais se referem à tomada de decisões do sujeito, podendo ser ele produtor ou consumidor. Ademais, a pesquisa sobre o tema se preocupa com o impacto que as decisões financeiras desses atores econômicos têm na vida pessoal ou familiar. O autor complementa que para elaborar as suas finanças pessoais, o sujeito deve levantar as suas necessidades e, então, fazer o planejamento financeiro e o orçamento familiar, tendo como objetivo melhorar o controle de gastos e a qualidade da aquisição de bens ou serviços que possam satisfazer a necessidade do indivíduo ou de uma pequena coletividade gerida por ele.

Independentemente de quanto você tem para investir, o conhecimento de finanças pode ajudá-lo a decidir em que tipo de investimento financeiro investir seu dinheiro, quanto deve ser investido e como os recursos investidos devem ser distribuídos entre diferentes investimentos (Gitman, 2010, p.2).

Ou seja, para saber a melhor forma de aplicar os seus recursos, é preciso que o sujeito tenha alguns conhecimentos básicos sobre finanças. Chega-se, então, à importância do jornalismo como produtor de conhecimento. Conforme explica Meditsch (1997), o jornalismo tem duas possibilidades para esse tipo de produção. “O Jornalismo não apenas reproduz o conhecimento que ele próprio produz, reproduz também o conhecimento produzido por outras instituições sociais ” (Meditsch, 1997, p.3). Ou seja, ao mesmo tempo em que o enunciado jornalístico pode

Eduardo **RITTER**

transmitir o conhecimento de terceiros, ele também pode ser o ator principal nesse processo. E, a partir desse reconhecimento, aumenta-se também a exigência dos conteúdos disponibilizados pelos veículos jornalísticos à sociedade.

Ao se deixar de considerar o jornalismo apenas como um meio de comunicação para considerá-lo como um meio de conhecimento, estará se dando um passo no sentido de aumentar a exigência sobre os seus conteúdos. Conhecimento implica em aperfeiçoamento pela crítica e requer rigor (Meditsch, 1997, p.11).

Em um país onde o analfabetismo financeiro é um problema social que não pode ser ignorado, produções como os textos jornalísticos ganham importância, até porque, em Economia, “aparentemente, tudo é feito para não entendermos” (Cerbasi, 2019, p.35). Exemplos disso vão desde os termos utilizados pelos especialistas para explicar um aumento de inflação, até as nomenclaturas das instituições financeiras. Afinal, como alguém pode pensar em investir na Bolsa de Valores sem saber o que significa B3? Conforme recupera Pinheiro (2019), B3 é a fusão da BM&FBovespa com a Central de Custódia e de Liquidação Financeira de Títulos (Cetip), que ocorreu em 2017 e significa Brasil, Bolsa e Balcão. Esse foi um processo gradual, que começou em 1890, com a criação da Fundação da Bolsa Livre, de São Paulo, até a fusão de uma única bolsa, a B3, rompendo com o “modelo anterior, que se sustentava na utilização de nove bolsas de valores dispersas pelas diversas regiões do Brasil e ainda representa uma tentativa de minimizar o problema de baixa liquidez” (Pinheiro, 2019, p.331). No entanto, vale ressaltar que a primeira bolsa de valores em solo brasileiro surge no Rio de Janeiro, em 1820, ainda no período colonial. Destarte, para elucidar questões que parecem complexas para a maioria das pessoas e simples para profissionais do mercado financeiro, considera-se o jornalismo econômico como elemento

fundamental para auxiliar no processo de alfabetização financeira e econômica da sociedade.

## **Jornalismo econômico: decodificando as mensagens do economês**

Desde os períodos da economia de escambo, baseada na troca direta de serviços e produtos, ainda no período Neolítico (7.000 a.C – 2.500 a.C), a informação sempre foi crucial para a determinação de referências de trocas. Claro que, no período, a informação que circulava se baseava na cultura oral. Milhares de anos depois, após o surgimento da moeda até a chegada da intermediação financeira através de instituições e o surgimento do mercado financeiro, a forma de trabalhar com a informação econômica evoluiu muito, afinal, “o jornalismo econômico tem a mesma idade da imprensa” (Caldas, 2008, p.11). Ou seja, o ser humano sempre precisou trabalhar com a relação informação-economia, e o jornalismo surge justamente para fazer essa intermediação entre as pessoas e povos. De certa forma, o jornalismo já nasce econômico, pois as informações sobre finanças e transações estavam presentes desde as suas primeiras edições em solo europeu.

Dito isto, volta-se à ideia do jornalismo como produtor do conhecimento. E como fazer isso? Ora, com a qualificação dos jornalistas para trabalhar com a informação no sentido não apenas de informar ao seu público, mas também de auxiliar na formação financeira da população. Caldas (2011) orienta o jornalista econômico a utilizar um texto na qual o autor decodifique para o leitor as mensagens utilizadas no jargão econômico, também chamado entre os jornalistas de “economês”. Para tanto, é preciso o jornalista estar preparado para interpretar o que ouviu e saber selecionar as informações, além de explicar para o leitor, em linguagem clara e compreensível, o que elas significam.

Eduardo **RITTER**

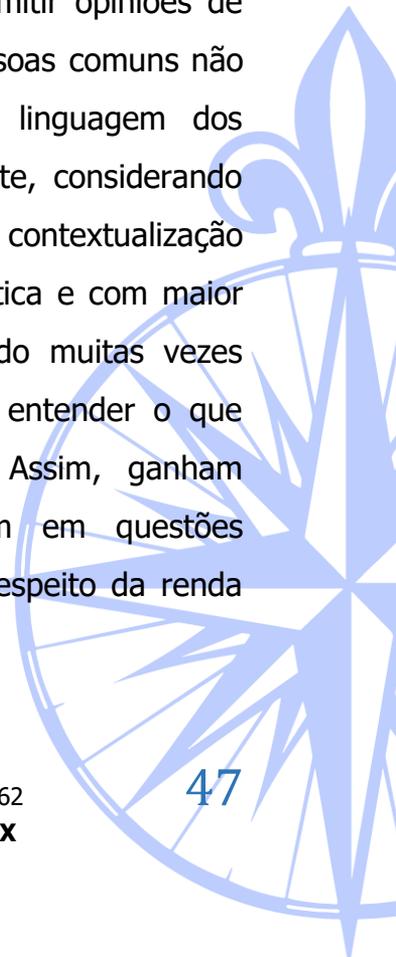
Basile (2002), por sua vez, referindo-se ao jornalismo econômico destaca que “não há notícias chatas. Há matérias chatas, feitas por repórteres e editores chatos, para publicações chatas” (Basile, 2002, p.7). E como não cair na armadilha de apenas repetir o que é dito pelas fontes e escrever um texto chato? O autor sugere que para isso é preciso um olhar criativo e curioso sobre a realidade. “É preciso, às vezes, lembrar-se de quando você era criança e tinha a leveza de fazer as perguntas que ninguém fazia, de ir atrás das respostas onde ninguém tinha procurado” (Basile, 2002, p.9). Essa perspectiva corrobora com a de autores de consultores financeiros consagrados, como o americano Robert Kiyosaki ou o brasileiro Gustavo Cerbasi. O segundo acrescenta que a cultura ocidental em que estamos inseridos faz forte incentivo ao consumo, sem contrabalancear com educação financeira da população, gerando uma grande massa que gasta mais do que ganha e se endividando para ostentar bens materiais. “Somos pressionados a construir um patrimônio incompatível com nossa renda” (Cerbasi, 2016, p.31). Surge, então, a seguinte questão: como unir a demanda de criatividade e de curiosidade do repórter com a necessidade de alfabetizar financeiramente uma população? Ora, com um bom balanceamento entre matérias que abordem as questões macro e as questões microeconômicas da sociedade, incluindo na segunda categoria o que Caldas (2008) vai chamar de jornalismo econômico de serviços. A autora conta que com o aumento da inflação brasileira nos anos 1980, o jornalista Celso Ming idealizou a primeira coluna de serviços do jornalismo econômico brasileiro, publicada no jornal *O Estado de S.Paulo*. A coluna foi publicada pela primeira vez em 20 de julho de 1981 e passou a ter periodicidade semanal, ocupando uma página inteira na edição de segunda-feira, com o título: *Confira seu dinheiro*.

Ali o leitor encontrava as informações que precisava para organizar o seu orçamento doméstico. Ou seja, como a inflação afetava seu salário, o

## FINANÇAS PESSOAIS E JORNALISMO ECONÔMICO: REFLEXÕES SOBRE A ESCASSEZ DA TEMÁTICA NAS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE S.PAULO

aluguel, a prestação da casa própria, a luz, o gás, o telefone, a aposentadoria, a saúde, a alimentação, a escola das crianças, o vestuário, os juros, o emprego, o dólar, o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), o crédito, a gasolina, a caderneta de poupança, a bolsa de valores, o outro, etc. (Caldas, 2011, p.55)

A partir de então, surgiram colunas semelhantes em outros importantes jornais do Brasil. No entanto, conforme abordado no próximo tópico, a coluna de opinião é apenas uma das possibilidades para o jornalismo econômico trabalhar com a gestão financeira pessoal. A reportagem e a notícia são outras alternativas e que exigem uma linguagem ao mesmo tempo mais criativa e mais específica para abordar temáticas econômicas. “Quanto mais orgânica for a relação entre forma e conteúdo, mais consciente o jornalista estará de sua intencionalidade. E mais criativa estará sendo sua narrativa” (Kucinski, 1996, p.167). Ou seja, o jornalista precisa saber fazer as ligações entre as falas das suas fontes com números, estatísticas, cálculos, contextos históricos, políticos e sociais. E mais: precisa trabalhar isso sem utilizar uma linguagem e uma narrativa reducionista e tampouco incompreensível para o público. “O desafio do jornalista está em reportar e analisar, transmitir opiniões de economistas e governo, sem usar linguagem que as pessoas comuns não entendem, e sem violar os conceitos criados pela linguagem dos economistas” (Kucinski, 1996, p.168). A tarefa é gigante, considerando que muitas vezes pautas complexas, que exigem uma contextualização maior, e o uso de uma linguagem por vezes mais didática e com maior clareza surgem na agenda do jornalismo factual, sendo muitas vezes lançadas ao público sem que ele tenha condições de entender o que aquele acontecimento representa para a sua vida. Assim, ganham importância, mais uma vez, as pautas que focam em questões microeconômicas e, mais especificamente, no que diz respeito da renda pessoal dos integrantes da sociedade.



## **Preceitos metodológicos e definição das categorias: notícia, reportagem e coluna de opinião**

Para responder ao problema de pesquisa proposto, que é a verificação do espaço destinado na edição impressa do jornal *Folha de S.Paulo* dedicado ao tema finanças pessoais e como ele é abordado, optou-se pela utilização das categorias propostas pela Análise de Conteúdo. Esse procedimento metodológico é “um conjunto de instrumentos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a ‘discursos’ (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (Bardin, 2011, p.15).

Destarte, foram realizadas as três etapas propostas por Bardin (2011), que são: a pré-análise, a exploração do material, e o levantamento e a interpretação dos resultados obtidos. Para a autora, o interesse dos resultados está, sim, “no que estes nos poderão ensinar após serem tratados (por classificação, por exemplo) relativamente a ‘outras coisas’” (Bardin, 2011, p.44). A inferência, fundamental para a pesquisa, consiste no processamento de derivação feita a partir dos dados e tidos como verdadeiros.

Inicialmente, foram estudadas as editorias de Mercado e FolhaInvest das 30 edições impressas do mês de novembro de 2021. Vale ressaltar que a editoria Mercado é diária, enquanto a FolhaInvest é semanal, sendo publicada sempre às segundas-feiras. Essas são as duas editorias do primeiro caderno da edição impressa que abordam o tema Economia. Feita essa pré-análise, o material foi explorado, sendo separadas as pautas de microeconomia e, destas, as que apresentavam como temática assuntos relacionados diretamente a finanças pessoais, considerando as características desses ramos da economia, apresentadas

## FINANÇAS PESSOAIS E JORNALISMO ECONÔMICO: REFLEXÕES SOBRE A ESCASSEZ DA TEMÁTICA NAS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE S.PAULO

anteriormente. Para classificar os textos, foram elaboradas três categorias, baseadas nas possibilidades de produções dentro dos gêneros jornalísticos propostos por Melo (2012): a notícia e a reportagem, no gênero informativo, e a coluna de opinião no opinativo. Importante salientar que a categorização tem como objetivo inicial, segundo Bardin (2011), fornecer uma representação simplificada dos resultados brutos, pois é a partir dessa representação que é feita a interpretação e análise dos dados.

Para fazer essa classificação, é importante explicar brevemente algumas características desses três tipos de textos. Entende-se por notícia o texto informativo curto, baseado no factual, onde a novidade é o principal elemento. Vale ressaltar que a palavra notícia deriva da palavra inglesa *news*, que em português quer dizer novo e novidade. “Além de serem novidade, notícias são uma combinação de: (1) importância e (2) interesse” (Pinto, 2009, p.60). Esses dois itens mais gerais podem ser divididos em subitens, também chamados de valores notícias, que para a autora são: ineditismo, improbabilidade, utilidade, apelo, empatia, conflito, proeminência e oportunidade. Ou seja, considerou-se notícias sobre finanças pessoais aqueles textos informativos, com foco no factual, que apresentam novidades que possam interferir diretamente no planejamento financeiro de uma pessoa ou de um pequeno grupo em um determinado espaço geográfico.

Já a reportagem é um texto mais longo, com um maior número de dados e de fontes entrevistadas, podendo ter um estilo autoral marcante, muitas vezes relacionado ao jornalismo literário. “É comum o jornalista trabalhar em uma pauta dessas por alguns dias ou até semanas” (Floresta; Braslauskas, 2009, p.19). No caso da presente análise, considerou-se reportagem aqueles textos maiores que abrem a página e que apresentam um aprofundamento na temática, seja com a utilização de gráficos, números ou uma quantidade maior de entrevistas e interpretações feitas pelo repórter.

Eduardo **RITTER**

Por fim, o último tipo de texto identificado e categorizado nas pautas que abordam finanças pessoais é a coluna de opinião. Ela se diferencia do artigo de opinião, que é uma colaboração esporádica de alguém externo ao veículo, por ter periodicidade. “Para que sejam reconhecidos como colunistas, esses profissionais devem escrever com periodicidade constante e ocupar sempre determinado espaço na editoria a que seus textos pertencem” (Caversan, 2009, p.77). A coluna pode ser escrita tanto por um jornalista, quanto por um especialista ou autoridade em determinada área do conhecimento. O colunista pode ser tanto um jornalista contratado pelo veículo, quanto um colaborador externo, que pode ou não ser remunerado. “Procura trazer fatos, ideias e julgamentos em primeira mão, antecipando-se à sua apropriação pelas outras seções dos jornais, quando não funciona como fonte de informação (Melo, 1994, p.136).

## **As finanças pessoais nas páginas da *Folha de S.Paulo***

As editorias do primeiro caderno da edição impressa do jornal *Folha de S.Paulo* que abordam o tema economia são Mercado e FolhaInvest. Após analisar todas as edições de novembro de 2021, mês que culmina com a realização da versão nacional da *Black Friday*, foram encontrados 12 textos que abordaram temas relacionados à gestão financeira pessoal. Esses textos foram sintetizados na tabela a seguir em ordem cronológica, sendo classificados por data, título, autor, editoria e tipo de texto.

**FINANÇAS PESSOAIS E JORNALISMO ECONÔMICO: REFLEXÕES SOBRE A  
ESCASSEZ DA TEMÁTICA NAS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE S.PAULO**

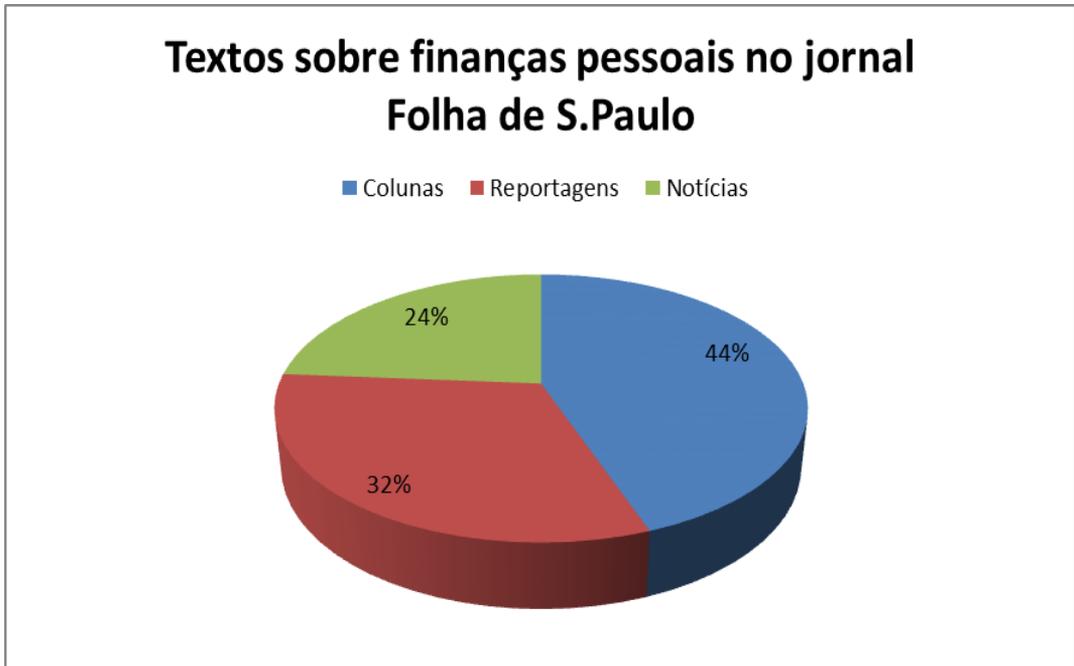
Data	Título	Autor	Editoria	Tipo de texto
01/11/21	Papo sério antes do casamento	Marcia Dessen	FolhaInvest	Coluna
05/11/21	Açougues de Fortaleza vendem ossos de boi "de primeira" e "de segunda" por até R\$25	Ideídes Guedes	Mercado	Reportagem
05/11/21	Carrefour congela preços de itens de marca própria até janeiro	Leonardo Vieceli	Mercado	Notícia
08/11/21	Consumidor quer usar <i>Black Friday</i> para se livrar dos efeitos da inflação	Daniele Madureira	FolhaInvest	Reportagem
08/11/21	Cuidados ao investir no exterior	Marcia Dessen	FolhaInvest	Coluna
15/11/21	O risco da renda fixa	Marcia Dessen	FolhaInvest	Coluna
22/11/21	Oscilação de preços na renda fixa	Marcia Dessen	FolhaInvest	Coluna
24/11/21	Investimento é legal, mas foge de boas práticas, dizem advogados	Eduardo Cucolo	Mercado	Notícia
26/11/21	Carne é aposta da <i>Black Friday</i> no ano da inflação da comida	Daniele Madureira e Suzana Petropouleas	Mercado	Reportagem
29/11/21	Conheça 5 fundos para investir fora do Brasil	Lucas Bombana	FolhaInvest	Reportagem
29/11/21	CDB a 300% do CDI	Marcia Dessen	FolhaInvest	Coluna
30/11/21	Consumidor já pode sacar e pagar troco via Pix	Suzana Petropouleas	Mercado	Notícia

**Quadro 1:** Textos mapeados no mês de novembro de 2021 que abordam finanças pessoais nas editorias Mercado e FolhaInvest. Fonte: Produção do autor.

Eduardo **RITTER**

Inicialmente, chama a atenção o baixo número de textos encontrados sobre a temática, tendo em vista que a editoria Mercado é diária e a FolhaInvest é semanal, porém, ambas priorizam as pautas relacionadas à macroeconomia. Essa predominância, no entanto, acompanha a história do jornalismo econômico brasileiro. “Hoje, é verdade, a imprensa dá pouco espaço para a economia popular. Só *O Globo* e o *Estadão* mantêm páginas específicas, na editoria de economia, com o título de ‘defesa do consumidor’, onde o leitor encontra informações e serviços de interesse popular” (Caldas, 2008, p.20), destaca a autora, citando duas subeditorias que vigoravam na época e que, mesmo assim, não eram dicas de investimento ou de gestão financeira pessoal.

O que agrava ainda mais a situação, e evidencia a falta de interesse de alguns dos principais jornais do país – aqui nomeadamente o jornal *Folha de S.Paulo* – é que dos textos encontrados durante os 30 dias analisados, cinco foram da única colunista do jornal que aborda a temática, conforme tratado em seguida. Antes, no entanto, é apresentado o gráfico 1 demonstrando a divisão de cada tipo de texto do universo dos 12 mapeados.



**Gráfico 1:** dados referentes às editorias Mercado e FolhaInvest de novembro de 2021. Fonte: Produção do autor.

Observando o gráfico acima chama a atenção o relativamente pequeno número de notícias encontradas. A primeira delas é “Carrefour congela preços de itens de marca própria até janeiro” publicada no dia 5 de novembro de 2021. Ela cumpre com o papel da notícia, que é informar algo novo, prestando um serviço para o leitor. O conteúdo da notícia é voltado para o congelamento de preços da rede Carrefour diante de um cenário de aumento da inflação. “A promessa é manter inalterado os valores de mercadorias diversas, incluindo alimentos (arroz, feijão, pães, entre outros)” (Vieceli, 2021, p.A18). No entanto, a notícia foi publicada como um apêndice de uma reportagem sobre o tema que anunciava a venda de ossos de boi em Fortaleza (CE). Igualmente para acompanhar a reportagem principal da editoria, que era sobre o uso de *offshore* para escapar da tributação nos Estados Unidos por parte do ministro da economia brasileiro, Paulo Guedes, o jornal publicou uma notícia sobre esse tipo de investimento. No texto “Investimento é legal, mas foge de

Eduardo **RITTER**

boas práticas, dizem advogados”, publicado no dia 24 de novembro, o jornalista Eduardo Cuolo explica esse tipo de investimento. Mesmo sem ser o foco principal da notícia, ela acabou servindo para o leitor entender como esse tipo de procedimento financeiro funciona e, de certa forma, orienta como fazer esse investimento.

Das três notícias encontradas em um mês de publicações, a única que foi feita diretamente para servir ao leitor é a publicada no dia 30 de novembro: “Consumidor já pode sacar e pagar troco via Pix”. No conteúdo, são dadas orientações sobre como fazer saques e pagamentos de troco, apresentando um serviço para a gestão financeira do leitor, que passa a contar com esse serviço. “Na arena microeconômica o jornalista é também um personagem porque, afinal, atribui a si mesmo a capacidade de apurar o que é relevante e discriminá-lo em relação ao que não é” (Basile, 2002, p.85). Ou seja, em 30 edições impressas que foram analisadas pelo autor, apenas em uma o texto noticioso da Folha de S.Paulo priorizou um jornalismo econômico de serviço.

Tem-se um cenário parecido quando o assunto é reportagem. Apesar de ter uma a mais do que a categoria notícias, três delas se relacionam ou com outras pautas ou com assuntos da macroeconomia. A primeira é “Açougues de Fortaleza vendem ossos de boi ‘de primeira’ e ‘de segunda’ por até R\$25”, publicada no dia 5 de novembro. O conteúdo dá um duplo sentido para essa reportagem, pois ao mesmo tempo em que ela serve para denunciar uma situação socialmente absurda, ela também acaba dando as diretrizes para quem quer incluir esse tipo de compra no seu orçamento familiar em um momento de crise financeira. Além disso, ela mostra o lado do produtor: “Caso não consiga vender as carnes, Francisca pretende doar uma parte a alguma família do entorno do bairro para não estragar” (Guedes, 2021, p.A18).

As duas reportagens identificadas na sequência estão diretamente relacionadas a *Black Friday*, um evento comercial anual que se destaca por oferecer descontos substanciais em uma vasta gama de produtos e serviços, tradicionalmente agendado para o último fim de semana de novembro. A primeira foi publicada 18 dias antes do evento e traz como título: “Consumidor quer usar *Black Friday* para se livrar dos efeitos da inflação”. Ela também se relaciona com assuntos da macroeconomia, porém, o conteúdo acaba priorizando a orientação para que o leitor aproveite os descontos da *Black Friday*, tendo em vista que datas festivas se aproximam. Esse é o mesmo tom da reportagem que foi publicada no dia da promoção, 26 de novembro: “Carne é aposta da *Black Friday* no ano da inflação da comida”. Novamente é repassado um contexto macroeconômico no que diz respeito à inflação, porém, apresenta um conteúdo que também é de serviço ao dar ênfase ao aumento de preços na carne previstos para o mês seguinte com a chegada do Natal e do Ano Novo.

Das quatro reportagens identificadas, apenas uma foi escrita para, de fato, ser um texto jornalístico e informativo para auxiliar o leitor na tomada de decisões. “Conheça 5 fundos para investir fora do Brasil”, de Lucas Bombana, publicada em 29 de novembro, claramente dá dicas para quem pretende investir em outros países. No texto, Bombana (2021) apresenta como funcionam cinco fundos de investimento utilizando gráficos e entrevistando especialistas no assunto, como gestores de estratégias de ações, superintendentes de empresas de investimento, gestores financeiros e investidores. Trata-se de uma grande reportagem que aprofunda o tema. Ela também apresenta uma pauta diferenciada do jornalismo econômico de serviço dos tempos de inflação, com foco em investimentos. “Os jornais ainda mantêm notícias organizadas de interesse

Eduardo **RITTER**

do consumidor, mas os temas mudaram, adaptando-se aos novos tempos de estabilidade econômica” (Caldas, 2008, p.56).

Por fim, o último tipo de texto que aparece é a coluna de opinião. Ele representa a maioria dos textos que abordam gestão financeira pessoal e é escrita por uma especialista no assunto. Marcia Dessen, a autora dos cinco textos publicados no período da análise, é planejadora financeira, colunista fixa da *Folha de S.Paulo* e autora de um livro que trata diretamente do assunto: *Finanças Pessoais - o que fazer com meu dinheiro*. Os cinco textos são voltados diretamente para dicas e orientações sobre gestão financeira pessoal. Em “Papo sério antes do casamento”, coluna publicada em 1º de novembro, Dessen (2021) aborda a importância de se ter um planejamento financeiro antes de começar uma vida a dois. Já em “Cuidados ao investir no exterior”, do dia 8 de novembro, ela apresenta as principais armadilhas que devem ser evitadas por quem pretende colocar os seus recursos em investimentos em outros países. Em “O risco da renda fixa”, por sua vez, Dessen apresenta algumas variáveis e possibilidades do investimento de renda fixa. “Os tempos mudaram, a concorrência aumentou muito com a chegada de novas instituições financeiras e as plataformas de distribuição de produtos permitiram o acesso a investidores a aplicações que antes não estavam disponíveis” (Dessen, 2021, p.A15). A renda fixa, aliás, é o tema das duas últimas colunas da autora no mês: “Oscilação de preços na renda fixa” e “CDB a 300% do CDI”, sendo que no último ela chama a atenção para o fato da promoção, inicialmente aparente, ter validade apenas nas primeiras aplicações e com valores limitados, desconstruindo as propagandas, por vezes mais agressivas, das instituições financeiras.

Pode-se inferir que a coluna de Marcia Dessen é o único espaço que realmente se propõe a prestar um serviço referente à gestão financeira das pessoas nas editorias de Mercado e FolhaInvest do jornal impresso

*Folha de S.Paulo*. No entanto, é necessário ressaltar tanto a limitação do espaço, com menor aprofundamento na relação com a reportagem, por exemplo, possibilitaria, bem como a menor audiência no que diz respeito ao conteúdo jornalístico das editoriais. “O índice de leitura de artigos é bem menor do que o de notícias, o que é natural. Mas trata-se de um leitor qualitativo, mais exigente, politizado e intelectualizado” (Caldas, 2008, p.27).

## **Considerações Finais**

Com a rápida ascensão das redes sociais e o fácil acesso a todos os tipos de conteúdos é gigante o desafio que o jornalismo econômico tem pela frente. Canais pessoais no *Youtube*, como o do já citado Gustavo Cerbasi, e das próprias empresas que prestam serviços de investimento, cresceram rapidamente. Alguns se tornaram populares, como o *Me Poupe*, da especialista em finanças Nathalia Arcuri, e o *Primo Rico*, do investidor e empresário Thiago Nigro. Em contrapartida ao *Primo Rico*, surgiu o canal *Primo Pobre*, do administrador Eduardo Feldberg. Com linguagem simples e informal, rapidamente ele conquistou milhares de inscritos. Nesse cenário surge uma nova questão: e o que o jornalismo econômico pode fazer para sobreviver? Ora, atualizar-se e prestar o melhor serviço possível.

O jornalismo impresso, mesmo em um contexto amplamente digitalizado, ainda é lido por milhões de pessoas no Brasil e jornais de grande circulação, como a *Folha de S.Paulo*, tem o dever de prestar um bom serviço, não só informando, mas produzindo conhecimento. O jornalista ainda é um profissional que reivindica o monopólio de conhecimento da sua área e é quem tem mais capacidade para mediar os especialistas. Enquanto nos canais, o empresário, o economista ou o gestor financeiro vai tratar de diferentes temas relacionados com a sua

Eduardo **RITTER**

especialidade, o jornalista pode utilizar diversos dos recursos inerentes à profissão para trazer os principais especialistas para cada área. Nesse sentido, os veículos jornalísticos ainda são o lugar onde diversos jornalistas qualificados estão reunidos para prestar esse serviço. E dentro do jornalismo impresso, o jornal *Folha de S.Paulo* é um dos mais tradicionais e populares do Brasil, justamente pela imagem de credibilidade construída ao longo dos anos. A ética e a preocupação com o leitor, inclusive, são dois dos pilares que podem sustentar o jornalismo econômico no futuro. “Podemos dizer que o jornalismo econômico não é apenas uma especialização, é uma modalidade de jornalismo, referenciada por uma ética própria” (Kucinski, 1996, p.176). Ou seja, enquanto por um lado o consultor financeiro, o investidor ou funcionário de uma financeira que tem um canal no *Youtube* ou um *blog* tem abertamente o interesse em conquistar novos clientes para os seus negócios privados, o jornalista deve atuar livre dessas amarras. Assim que ele se diferencia dos demais.

No entanto, vale retomar a pergunta que norteou essa pesquisa: qual é o espaço destinado na edição impressa de *Folha de S.Paulo* ao tema finanças pessoais e como ele é abordado? Ora, como foi visto, o espaço nas editorias de Mercado e FolhaInvest da edição impressa do jornal *Folha de S.Paulo* é relativamente baixo. Em um mês inteiro foram analisadas 30 edições e, nelas, foram identificados apenas 12 textos que se relacionam com a temática. Mesmo assim, considerando que duas notícias e três reportagens complementavam pautas de outras reportagens ou apresentavam ao mesmo tempo preocupação com questões macroeconômicas, sobram apenas uma notícia e uma reportagem, além das cinco colunas de opinião escritas por uma especialista em finanças pessoais. Em outras palavras, excetuando-se as produções da colunista-especialista, apenas uma notícia e uma reportagem foram publicadas em um mês inteiro colocando em primeiro

## FINANÇAS PESSOAIS E JORNALISMO ECONÔMICO: REFLEXÕES SOBRE A ESCASSEZ DA TEMÁTICA NAS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE S.PAULO

plano o tema finanças pessoais, o que pode ser considerado um baixo número diante das possibilidades que se apresentam para o jornal.

Assim, chega-se a essa etapa da pesquisa com a certeza de que o jornal *Folha de S.Paulo*, na sua edição diária e impressa, cumpre parcialmente com a função jornalística de formar conhecimento na área de economia para o cidadão que não está alfabetizado com finanças e economia. Desta forma, o diário ainda contribui pouco, pelo recorte analisado, com o importante papel que a imprensa ocupa na tentativa de se reduzir o analfabetismo financeiro do Brasil. Como a edição impressa (que também é disponibilizada digitalizada para os assinantes no *online*) é lida por milhares de brasileiros – muitos deles com problemas financeiros justamente por não estarem familiarizados com o assunto – vale apontar que o jornal ainda está longe de cumprir plenamente a sua função. Além disso, ele mesmo se coloca em risco, pois o público que deseja esse tipo de informação acaba recorrendo às produções de especialistas do setor privado que disponibilizam seus conteúdos à procura de clientes na rede. Por fim, salienta-se que essa etapa é apenas uma parte de uma pesquisa maior, esperando que os dados aqui apresentados possam contribuir para futuros estudos de mais pesquisadores sobre o tema.

## Referências

AMORIM, Ricardo. Um país de analfabetos financeiros. **ISTOÉ**, 18 de maio de 2018. Disponível em: <https://istoe.com.br/um-pais-de-analfabetos-financeiros/>. Acesso em: 05 dez. 2021.

BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BASILE, Sidnei. **Elementos do jornalismo econômico** – A sociedade bem informada é uma sociedade melhor. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BOMBANA, Lucas. Conheça 5 fundos para investir fora do Brasil. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 29 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A17.

CALDAS, Suely. **Jornalismo econômico**. São Paulo: Contexto, 2008.

CAVERSAN, Luiz. **Introdução ao jornalismo diário** – como fazer jornal todos os dias. São Paulo: Saraiva, 2009.

CERBASI, Gustavo. **Dinheiro**: os segredos de quem tem. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.

CERBASI, Gustavo. **Investimentos inteligentes**. Rio de Janeiro: Sextante, 2019.

CUCOLO, Eduardo. Investimento é legal, mas foge de boas práticas, dizem advogados. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 24 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A18.

DESSEN, Marcia. CDB a 300% do CDI. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 29 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A16.

DESSEN, Marcia. Cuidados ao investir no exterior. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 8 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A17.

DESSEN, Marcia. O risco da renda fixa. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 15 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A15.

DESSEN, Marcia. Oscilação de preços na renda fixa. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 22 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A22.

DESSEN, Marcia. Papo sério antes do casamento. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 1 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A17.

FLORESTA, Cleide; BRASLAUSKAS, Ligia. **Técnicas de reportagem e entrevista em jornalismo** – Roteiro para uma boa apuração. São Paulo: Saraiva: 2009.

GITMAN, Lawrence. **Princípios da administração financeira**. São Paulo: Person Prentice Hall, 2010.

GUEDES, Ideídes. Açougues de Fortaleza vendem ossos de boi “de primeira” e “de segunda” por até R\$25. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 5 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A18.

KIYOSAKI, Robert; LECHTER, Sharon. **Pai rico, pai pobre**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo econômico**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 1996.

MADUREIRA, Daniele. Consumidor quer usar Black Friday para se livrar dos efeitos da inflação. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 8 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A16.

MADUREIRA, Daniele; PETROPOULEAS, Suzana. Carne é aposta da Black Friday no ano da inflação da comida. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 26 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A17.

MEDITSCH, Eduardo. **Jornalismo é uma forma de conhecimento?** Media & Jornalismo, Florianópolis, V.1, n.1, p.9-22, 1997. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf). Acesso em: 01 dez. de 2021.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1994.

MELO, José Marques de. **Gêneros jornalísticos** – teoria e práxis. Blumenau: EdiFurb, 2012.

PETROPOULEAS, Suzana. Consumidor já pode sacar e pagar troco via Pix. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 30 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A26.

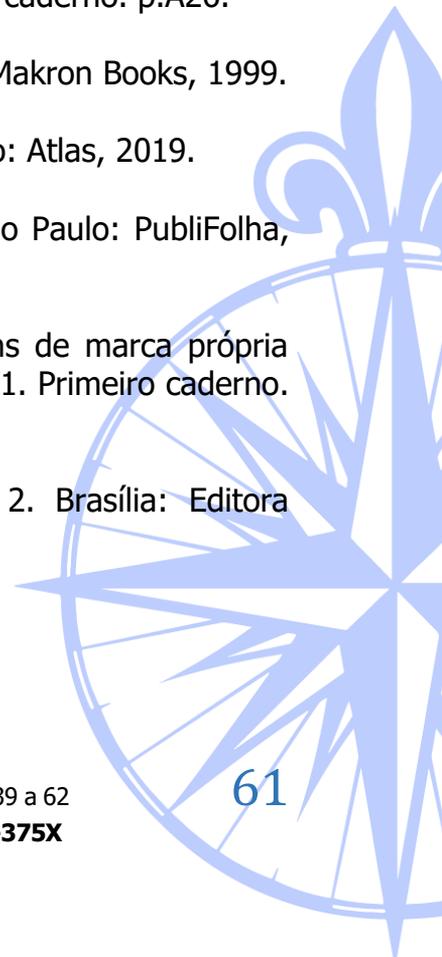
PINDYCK; RUBINFELD. **Microeconomia**. São Paulo: Makron Books, 1999.

PINHEIRO, Juliano. **Mercados de capitais**. São Paulo: Atlas, 2019.

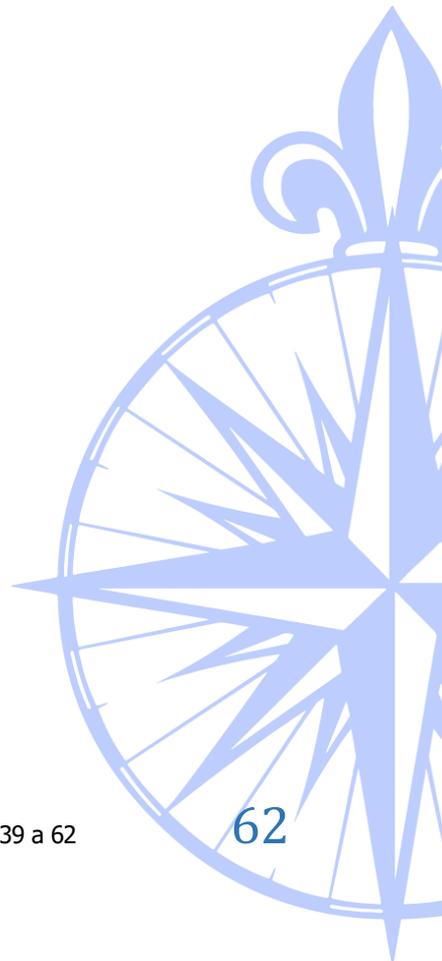
PINTO, Ana Estela de Sousa. **Jornalismo diário**. São Paulo: PubliFolha, 2009.

VIECELI, Leonardo. Carrefour congela preços de itens de marca própria até janeiro. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 5 nov. 2021. Primeiro caderno. p.A18.

WEBER, Max. **Economia e sociedade** – Volume 2. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2009.



Eduardo **RITTER**



# PROFISSIONALIZAÇÃO DO JORNALISMO NO BRASIL: RAÍZES PORTUGUESAS

## PROFESSIONALIZATION OF JOURNALISM IN BRAZIL: PORTUGUESE ORIGIN

Juliana BULHÕES <sup>1</sup>

David RENAULT <sup>2</sup>

Universidade de Brasília | Brasil

### Resumo

Traçamos um resgate histórico para entender o contexto único da profissionalização do jornalismo no Brasil, observando a intersecção com a história portuguesa. Isso foi possível por meio da leitura, marcos históricos da organização de classe, do estabelecimento de códigos deontológicos e do ensino universitário específico. Também entendemos como a prática jornalística passou de ofício utilizado para se alcançar postos nobres da sociedade até se tornar uma profissão regulamentada. Percebemos que em ambos os países há marcas severas de precarização da profissão e más condições de trabalho até os dias de hoje.

### Palavras-chave

Jornalismo; Jornalismo profissional; Profissionalização do jornalismo; Precarização do trabalho; Precarização do jornalismo.

### Abstract

We outlined a historical review with which we were able to understand the unique context of the professionalization of journalism in Brazil, observing the intersection with Portuguese history. This was possible through reading, historical landmarks of class organization, the establishment of deontological codes and specific university education. We also understand how journalistic practice went from being a job used to climb noble positions in society to becoming a regulated profession. We noticed that in both countries there are severe signs of precariousness in the profession and poor working conditions to this day.

### Keywords

Journalism; Professional journalism; Professionalization of journalism; Precariousness of work; Precariousness of journalism.

RECEBIDO EM 20 DE SETEMBRO DE 2023  
ACEITO EM 17 DE NOVEMBRO DE 2023

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília (FAC-UnB). E-mail: julianabulhoes.ad@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutor em História Cultural pela Universidade de Brasília, docente no curso de Jornalismo da Universidade de Brasília, líder do grupo de pesquisa Jornalismo e Memória na Comunicação. E-mail: davidr@unb.br.



Juliana **BULHÕES**  
David **Renault**

## Introdução

**T**razemos neste estudo, oriundo de uma pesquisa doutoral, uma linha cronológica do desenvolvimento do ofício de jornalista no Brasil e sua intersecção com a história do Jornalismo em Portugal. Listamos os principais acontecimentos que envolveram a profissionalização nos dois países e seus respectivos contextos sociais.

Buscamos compreender como a prática jornalística passou de ofício utilizado para se alcançar postos nobres da sociedade até se tornar uma profissão regulamentada. Discorreremos sobre as principais legislações relacionadas à profissão e por meio delas pudemos observar a evolução das funções jornalísticas.

Um marco que destacamos dessa história foi a decisão do Supremo Tribunal Federal (STF), que em 2009 pôs fim à obrigatoriedade do diploma para o exercício profissional no Brasil. Mais de uma década após esse acontecimento, ainda não sabemos todas as reverberações, mas consideramos o ato como um passo atrás em termos de profissionalização da carreira jornalística, uma desregulamentação ou até mesmo como uma desprofissionalização.

Discorreremos sobre o mercado jornalístico brasileiro e português; com isso, observamos os reflexos da profissionalização. Percebemos também que em ambos os países há marcas severas de precarização da profissão e más condições de trabalho.

Segundo Romancini (2010), os campos de pesquisa da História e do Jornalismo estão intimamente relacionados, e quando vamos para a questão metodológica temos que refletir sobre como proceder com investigações sobre a história da imprensa. Assim, foi pretensão fazer um trabalho de reconstrução histórica a partir de autores que se debruçaram a estudar sobre as temáticas envolvidas nesta seara (Petrarca, 2005,

2010; Garcia; Marmeleira; Matos, 2014; Crespo *et al.*, 2017; Figueira, 2016).

O autor português Fidalgo (2007) aponta que o caminho histórico para a profissionalização do jornalismo no mundo se deu basicamente em cinco períodos. No primeiro período, que ele chama de primórdios (séculos XVII e XVIII), há destaque para a invenção da máquina de Gutenberg e para as primeiras publicações periódicas. A segunda etapa corresponde à industrialização da imprensa após a expansão do telégrafo, quando é desenvolvida a escrita técnica: pirâmide invertida, *lead*, objetividade e gêneros textuais.

No terceiro período, o da institucionalização da profissão (virada do século XIX ao XX), o autor destaca a criação da carteira profissional na França e suas consequências. Na quarta etapa (pós Segunda Guerra Mundial) o rádio e a TV se desenvolvem como meios de comunicação de massa e enfatiza-se a ideia de responsabilidade social do jornalismo. No quinto e último período, chamado pelo autor de era digital (a partir da década de 1990), o jornalismo perde exclusividade com relação à transmissão de informações.

Segundo o autor, a afirmação profissional dos jornalistas se deu essencialmente na segunda metade do século XIX e nas primeiras décadas do século XX em âmbito mundial, "por força de um conjunto de circunstâncias globais (políticas, econômicas, culturais, tecnológicas) e por causa da industrialização da imprensa – ou seja, da sua transformação de uma atividade artesanal, amadora e irregular, numa atividade regular, permanente, com grande força no mercado e forte influência na sociedade" (Fidalgo, 2007, p. 42).

Para Traquina (2004), três searas demonstram a profissionalização do jornalismo: a organização de classe, o estabelecimento de códigos deontológicos e o ensino universitário específico. Considerando esse contexto, destacamos a seguir alguns acontecimentos históricos que

Juliana **BULHÕES**

David **Renault**

fizeram parte do processo de profissionalização do jornalismo em Portugal e no Brasil.

## **Resgate histórico: linha cronológica**

Temos como marco inicial do jornalismo em Portugal a primeira metade do século XVI, quando surge a publicação periódica das *Gazetas da Restauração* (1641-1647), que tinha conteúdo político e frequência mensal (Tengarrinha, 2006). No princípio, não se fazia distinção em quem exercia o jornalismo (Fidalgo, 2007).

De acordo com Lopes (2008), a imprensa no Brasil surge em 1706, no estado de Pernambuco, com posteriores iniciativas em 1747 no Rio de Janeiro e em 1807 na Vila Rica, Minas Gerais, todas suprimidas por ordem do governo português.

No ano de 1808, quando houve a transferência da corte portuguesa para o Brasil, foi regulamentada a tipografia no país e criada a Impressão Régia, responsável por autorizar publicações (Meirelles, 2007, p. 02).

Há muita discussão sobre o atraso na implantação da tipografia e da imprensa no Brasil, somente três séculos depois do descobrimento, enquanto em colônias espanholas nos séculos XVI e XVII já existiam impressões locais. No caso brasileiro, há “mais perguntas do que respostas, talvez porque são poucos os fatos conhecidos”, como diz Matias Molina (2015, p. 15).

Os portugueses não queriam a imprensa, assim como proibiram a instalação de indústrias, de um correio interno e também de universidades. Há a alegação de que o país, composto basicamente por analfabetos, não precisaria de tipografias. Mas não há explicação para o fato dos jesuítas, nos séculos XVI e XVII, instalarem os equipamentos em

colônias portuguesas na Ásia e na África para imprimir obras de catequese e não no Brasil para catequizar os índios (Molina, 2015).

Com frequência é citado também o interesse de Portugal em evitar que informações preciosas sobre sua rica colônia chegassem ao velho mundo, despertando mais cobiça. E que no Brasil circulassem informações, por exemplo, sobre os anseios de libertação em tempos de revolução francesa e independência dos Estados Unidos, fomentando o processo de resistência interna contra a corte portuguesa.

Ainda em 1808, ano da chegada da família real, foram publicadas as primeiras edições da *Gazeta do Rio de Janeiro* - jornal institucional produzido pela Impressão Régia (Meirelles, 2007) - e do *Correio Braziliense* - jornal editado em Londres pelo brasileiro Hipólito José da Costa, livre de censura e controle da Impressão Régia. Segundo Hohlfeldt (2008), esses foram os primeiros jornais a circular no país, mantendo públicos restritos tendo em vista o analfabetismo quase absoluto dos habitantes do Brasil colônia.

Para compreendermos a gênese do Jornalismo, precisamos entender como era visto o ofício nos primórdios de seu desenvolvimento no país, antes da profissionalização. Nessa fase inicial, a imprensa no Brasil era composta basicamente por panfletagem relacionada a lutas políticas e questões sociais, em contextos como o da independência do Brasil (1822) e da proclamação da república (1889).

Inicialmente, ser jornalista era uma ocupação secundária, provisória, realizada para aumentar a renda, divulgar projetos e ideias político-ideológicas, atacar adversários e defender aliados, além de ser um meio para alcançar posições em outras esferas. Segundo Petrarca (2005, p. 02), "nesse período os jornais eram fundados principalmente por escritores, padres, ex-militares, personagens políticos e revolucionários vinculados aos movimentos sociais e políticos do momento".

Juliana **BULHÕES**

David **Renault**

Eram basicamente jornais que defendiam posições políticas, contra ou a favor da monarquia, da república ou da escravidão, embora alguns tivessem notícias de interesse de alguns segmentos, como o *Diário do Rio de Janeiro*, de 1821, que publicava preços de produtos e mercadorias, anúncios de casas para vender e alugar, escravos à venda e informações sobre movimentação de embarcações no porto. Em 1827, surgiu o *Jornal do Commercio*, que tinha como objetivo principal trazer informações de interesse dos comerciantes da cidade.

Na segunda metade do século XIX, a imprensa se descaracteriza como basicamente política e passa a ser também literária, tendo escritores como Machado de Assis, José de Alencar, Euclides da Cunha, entre outros, publicando seus trabalhos nos jornais e chegando a ter cargos como redatores e chefes de redação. Nesta época, ser jornalista era compatível com o status de ser escritor.

A figura do repórter no Brasil surgiu em meio à cobertura da guerra de Canudos, em 1897, acontecimento que consolida essa função jornalística e a reportagem em si (Petrarca, 2005).

Por volta da passagem do século XIX para o XX, os jornais começaram a se tornar empresas jornalísticas de fato, com equipamento gráfico, aumento de tiragem, ampliação dos espaços para anúncios e valorização das entrevistas, reportagens e notícias, além do surgimento dos postos de editor, caricaturista e ilustrador. Assim, o ofício de jornalista foi deixando de ser secundário.

Alguns fatos marcam o início do século XX. Em 1908, o jornalista Gustavo de Lacerda criou a Associação Brasileira de Imprensa (ABI), com objetivo de "assegurar à classe jornalística os direitos assistenciais e tornar-se um centro poderoso de ação" (ABI, 2017, p. 01). Nesta ocasião foi proposta a criação de um curso superior de Jornalismo no país, cujo

projeto foi elaborado pela diretoria no ano de 1915 e aprovado em 1918 no 1º Congresso Brasileiro dos Jornalistas, organizado pela entidade (Moura, 2002).

Moura (2002) afirma que em São Paulo existiu em 1934 um curso de Jornalismo vinculado à Escola de Sociologia e Política, e uma cátedra de Jornalismo na Universidade do Distrito Federal, no Rio de Janeiro, no ano de 1935, o que caracterizaria um curso superior na área.

Em Portugal, no ano de 1934 foi criado o Sindicato Nacional dos Jornalistas. Em 1938, é criada a primeira carteira de identidade do jornalista, que se torna Carteira Profissional de Jornalista em 1941. Já em 1943, o governo publica a primeira legislação relacionada aos jornalistas, um despacho que fixa um piso salarial (Andringa, 2008; Sindicato dos Jornalistas, 2002a, 2002b).

No contexto brasileiro, nesse mesmo ano de 1934 foi fundado, na cidade de Juiz de Fora, Minas Gerais, o Sindicato dos Intelectuais Proletários Militantes da Imprensa, que apesar da nomenclatura, foi o primeiro sindicato dos jornalistas do país. Em 1935 foi fundado o Sindicato dos Jornalistas do Rio de Janeiro e em 1937 foi criado o de São Paulo (Ribeiro; Baroncelli, 2008; Petrarca, 2010).

A partir deste ponto, o ofício inicia seu processo de profissionalização. Em 1938, foi criada pelo governo Getúlio Vargas e pelos sindicatos de jornalistas de São Paulo e do Rio de Janeiro a primeira legislação sobre a profissão (Brasil, 1938). A legislação determinava que ela se aplicava às pessoas que prestam serviço como jornalistas, revisores, fotógrafos e ilustradores em empresas jornalísticas. E ainda determina quem é jornalista: "o trabalhador intelectual cuja função se estende desde a busca de informações até à redação de notícias e artigos e à organização, orientação e direção desse trabalho" (Brasil, 1938, p. 01).

É disciplinada a duração normal de trabalho, que não deveria passar das cinco horas tanto de dia quanto à noite, podendo ser elevada a

Juliana **BULHÕES**

David **Renault**

sete, mediante acordo e aumento proporcional de salário. Também regulamenta o pagamento de horas extras e fala da não aplicação desse regime de horário a quem exerce as funções de redator-chefe, secretário, subsecretário, chefe e subchefe de revisão, chefe de oficina de ilustração e chefe de portaria.

Também é instituída a obrigatoriedade de registro de jornalistas para o exercício da profissão. Apesar da indicação nessa legislação de 1938, o Ministério do Trabalho só tem os registros a partir do ano de 1940, dados que iremos explorar adiante.

É apresentada a informação que o governo federal criará escolas de preparação ao Jornalismo voltadas à formação dos profissionais da imprensa, e que a partir deste ponto os novos profissionais só poderão obter o registro profissional em posse dos diplomas. Este é o primeiro indicativo de uma futura obrigatoriedade do diploma para o exercício jornalístico.

O Art. 20º ainda regulamenta que: "não haverá incompatibilidade entre o exercício de qualquer função remunerada, ainda que pública, e o de atividade jornalística, sendo permitida a acumulação de proventos de aposentadoria ou pensão" (Brasil, 1938, p. 01), o que ainda deixa margens para que o Jornalismo seja um trabalho secundário.

Cinco anos após esta legislação, foi publicado o Decreto-Lei nº 5.480, de 13 de maio de 1943, que "institui o curso de jornalismo no sistema de ensino superior do país, e dá outras providências" (Brasil, 1943, p. 01). De acordo com Petrarca (2005), a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), publicada sob o Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943 (Brasil, 1943b), repete os decretos anteriores no que diz respeito aos jornalistas.

Um ano depois é publicado o Decreto-Lei nº 7.037, de 10 de novembro de 1944 (Brasil, 1944); a partir dele, fica definido que a

remuneração do jornalista não deve ser menor do que a estabelecida pelo Decreto-Lei.

Tal Decreto-Lei mantém o conceito de jornalista identificado anteriormente e identifica três categorias de funções exercidas pelos jornalistas: em comissão (diretor, redator-chefe, secretário, subsecretário, chefe de reportagem e chefe de revisão), permanente (redator, redator auxiliar, noticiarista, repórter, repórter de setor e repórter auxiliar) e auxiliar de redação (revisor, ilustrador ou desenhista, fotógrafo e arquivista).

Mais dois fatos marcaram esta década. Em 1946, foi fundada a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), que "congrega Sindicatos de Jornalistas do Brasil e representa os jornalistas, em nível nacional, para defesa dos seus interesses profissionais, lutas e reivindicações" (FENAJ, 2010, p. 01).

E em 1947, portanto nove anos após a primeira legislação instituir a criação das escolas de Jornalismo, foi aberta a primeira turma na Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, em São Paulo, apontada como a pioneira no país, apesar dos indícios de que houve outras iniciativas anteriores (Hime, 2004; Moura, 2002).

No início da década de 1960, houve outras duas legislações que versavam sobre o exercício jornalístico. O Decreto nº 51.218, de 22 de agosto de 1961, alega que a falta de regulamentação do Decreto-Lei de 1938 prejudica as escolas de Jornalismo já existentes, pois já que estas não são obrigatórias para o exercício profissional, não há procura.

Assim, é feita a exigência do diploma de nível superior, sendo excluídos os profissionais já filiados ao sindicato de jornalistas profissionais e à ABI e os que atuam há mais de dois anos, bem como revisores, fotógrafos e arquivistas, pois estas atividades têm "natureza puramente técnico-materiais" (Brasil, 1961).

Juliana **BULHÕES**  
David **Renault**

O Decreto nº 1.177, de 12 de junho de 1962, regulamenta o registro de jornalistas profissionais, nomenclatura que vem sendo adotada desde a legislação de 1961, e também de estagiários de Jornalismo, que podem exercer esta função pelo prazo máximo de 36 meses. Diferente dos documentos anteriores, ele define o jornalista profissional.

Além disso, a legislação enumera as categorias profissionais e elenca suas respectivas atribuições. As diferenças entre esta caracterização e as anteriores explicitam a própria evolução e complexidade do Jornalismo enquanto ofício.

O Decreto nº 53.263, de 12 de dezembro de 1963, também foi voltado à regulamentação do registro profissional e mantém o mesmo conceito de jornalista profissional e de empresa jornalística dos documentos anteriores, porém faz modificações nas categorias existentes e suas funções, substituindo a figura do locutor pela do rádio repórter e do repórter cinematográfico.

Essa fase encerra o Jornalismo pré-profissionalização, apesar dos movimentos de legitimação citados anteriormente estarem em desenvolvimento há mais de três décadas.

O período de governos do regime militar brasileiro, que durou de 1964 a 1985, impactou o Jornalismo em diversas searas. A partir do golpe militar de 1964 houve muita censura à mídia, mas também maior interação entre a imprensa e a política governamental, inclusive em termos de investimento estatal. Nesta época de ditadura militar se desenvolveram alguns tipos de jornalismo especializado, com destaque para o jornalismo econômico, em função de ser um instrumento de divulgação da política econômica do governo e principalmente devido ao crescimento econômico do país, por meio de investimentos estatais e

privados, o que levou automaticamente ao aumento no volume de notícias e do público leitor.

Em 1967, foi sancionada a Lei nº 5.250, de 9 de fevereiro de 1967, que regulava a liberdade de manifestação de pensamento e de informação. Também conhecida como Lei de Imprensa, essa legislação foi utilizada pelo governo militar como instrumento de repressão à liberdade de imprensa e impedia o trabalho jornalístico no país (Melo; Coutinho, 2009).

Em 2009, o Supremo Tribunal Federal revogou a Lei de Imprensa, uma das únicas legislações da época da ditadura que ainda estavam em vigor naquele ano. Mais de quatro décadas após sua publicação, ela "foi compreendida como elemento limitador da liberdade de expressão assegurada na Constituição" (Melo; Coutinho, 2009, p. 202).

Cabe destacar que, diferente das legislações anteriores, a de 1967 considerava como jornalista profissional quem tinha vínculo empregatício com empresa de comunicação; quem produzisse regularmente artigos ou programas transmitidos; e redatores, diretores ou redatores-chefes de periódico, programa ou agência.

Apesar de todos os decretos já publicados, o Jornalismo tornou-se oficialmente uma profissão no Brasil em 1969, neste contexto de ditadura militar, com a publicação do Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969. Para Petrarca (2005, p. 14), o Decreto-Lei: "teve como uma das principais funções valorizar os cursos de jornalismo e impedir o exercício da profissão a pessoas que não eram formadas em cursos de nível superior". Ele foi complementado pelo Decreto-Lei nº 65.912, de 19 de dezembro de 1969 (Brasil, 1969b).

A legislação de 1969 estabelece ainda que o salário relativo a cinco horas de trabalho do jornalista diário não poderá ter ajustes em contratos individuais com base inferior ao salário estipulado por convenção coletiva

Juliana **BULHÕES**

David **Renault**

de trabalho ou sentença normativa da Justiça do Trabalho - o piso salarial do jornalista.

De acordo com Petrarca (2005), a profissionalização passa a ser privilegiada e a efetivação da profissionalização torna-se um recurso diante do contexto de regime militar.

Segundo ela, o Decreto teve sua importância na "constituição de uma ética profissional e a formação universitária como imprescindível para apreensão dos critérios técnicos da profissão, dentro de um contexto mais geral da sociedade brasileira" (Petrarca, 2005, p. 15). Também havia acusações de que a exigência do diploma superior para exercer o jornalismo foi uma forma do governo militar evitar que intelectuais e outros adversários do regime tivessem acesso aos jornais e revistas para criticar o governo.

Petrarca (2010, p. 82) afirma que em situações como a do nosso país "a regulamentação das profissões e a exigência da formação acadêmica voltaram-se não só para uma reserva de espaços, mas constituíram-se como recursos fundamentais para atuar na esfera política".

Apenas em 1979 foi criado em Portugal o primeiro curso superior, a Licenciatura em Comunicação Social da Universidade Nova de Lisboa, três anos após ser aprovado o primeiro Código Deontológico dos Jornalistas. Nessa época, quando ainda não era comum a formação superior específica, o jornalista português era formado apenas pela prática nas redações, a chamada tarimba.

Nesse quesito educacional dos jornalistas, Portugal se atrasou em mais de um século em comparação a outros países europeus, e mais ainda com relação aos Estados Unidos, pioneiros na década de 1860. Isso se deu, grande parte, devido a décadas de ditadura (1933-1974) pelas

quais o país passou, período conhecido como Estado Novo ou salazarismo (Mendes, 2011; Sindicato dos Jornalistas, 2002b).

De acordo com Veríssimo (2003, p. 11), esse período é marcado "por um regime autoritário, em que existe um aparelho repressivo e mecanismos de censura, pelo que não podemos pensar em informação livre". Sobreira (2003) aponta que habitualmente se identifica a Revolução dos Cravos, de abril de 1974, como um marco no desenvolvimento do jornalismo no país, apesar de haver vários avanços em termos de profissionalização em épocas anteriores.

Na década de 1980, a profissão de jornalista no Brasil foi marcada por modificações nos seus ambientes de trabalho. Com o fim da ditadura, no ano de 1987 é aprovado o primeiro código de ética dos jornalistas brasileiros. Segundo Duarte (2011), a migração de jornalistas para áreas fora do mercado tradicional das redações se deu nessa época, quando se consolidavam as assessorias de imprensa no país. O autor relata que em 1993 o Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal calculou em 50% os profissionais que atuavam em comunicação institucional.

Saltando para tempos mais atuais, apesar de todos os esforços em busca da profissionalização, Petrarca (2005) acredita que este processo não está totalmente consolidado em função do fim da exigência do diploma, que ocorreu em 2009, após anos de ameaças. O processo teve início em 2001, quando o Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (Sertesp) e o Ministério Público Federal (MPF) solicitaram que o governo deixasse de exigir o diploma, obrigatoriedade sustentada desde a legislação de 1969 (Lopes, 2013).

Vale ressaltar que, em meio a este processo do diploma, a FENAJ, representante da classe jornalística, estava à frente da criação do Conselho Federal de Jornalismo, um projeto que existia desde 1965 e que, no entanto, não foi aprovado pelo Congresso Nacional. Segundo Lopes (2013), esta era mais uma iniciativa no sentido da regulamentação da

Juliana **BULHÕES**

David **Renault**

profissão de jornalista no país, e também acreditamos que seria um avanço em termos de profissionalização.

Em última instância, no ano de 2009 o Supremo Tribunal Federal decidiu pelo fim da obrigatoriedade, após quase uma década de processo judicial. Por oito votos favoráveis à derrubada e apenas um contra, os ministros acataram o pedido do Sertesp e do MPF.

A polêmica envolveu outros atores sociais, além dos patrões (Sertesp) contra os empregados (representados pela FENAJ), instituições como a ABI, Repórteres sem Fronteiras e o âmbito acadêmico (Lopes, 2013).

Ainda no ano de 2009 foram registradas várias Propostas de Emenda à Constituição (PECs), sendo a mais divulgada a PEC 33/2009, que ficou conhecida como PEC dos jornalistas, uma iniciativa encabeçada pelo Senador Antônio Carlos Valadares (PSB/SE). Uniu-se a ela a PEC 386/2009, organizada pelo deputado Paulo Pimenta (PT/RS), a PEC 388/2009, do deputado Gonzaga Patriota (PSB/PE) e a PEC 389/2009, da deputada Gorete Pereira (PR/CE) e PEC 206/2012, ainda sem um desfecho na Câmara dos Deputados (Senado Federal, 2009; Câmara dos Deputados, 2012).

No ano de 2014, a senadora Ângela Portela (PT-RR) apresentou o Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 114, cujo objetivo é modificar a CLT para "conceder adicional de periculosidade aos profissionais da área de jornalismo que exercerem a atividade em condições de risco e dá outras providências" (Senado Federal, 2014, p. 01). No dia 27 de dezembro de 2018 esse PLS teve sua tramitação encerrada, e consta na decisão que ela foi arquivada por motivos de finalização de legislatura. Segundo a Agência Senado (2016), tanto a PEC 206/2012 quanto o PLS 114/2014 são iniciativas de valorização da profissão de jornalista.

Para Oliveira (2009), a exigência do diploma tem variados significados, pois em nossa sociedade o detentor de formação superior possui status diferenciado, um capital simbólico, mesmo que historicamente as oportunidades educacionais no país sejam favoráveis às classes altas.

Dias (2013) defende que o processo de profissionalização da profissão de jornalista no Brasil ainda não se consolidou - também a visão de Petrarca (2005), com os quais corroboramos. Dias (2013) enfatiza que a flexibilidade da prática jornalística, principalmente com relação aos registros provisionados, oculta uma condição permanente de inúmeros profissionais.

### **Panorama atual**

E como são os mercados jornalísticos brasileiro e portugueses nos últimos anos? Em Portugal, pode atuar como jornalista somente quem tem a carteira profissional, e há fiscalização para concessão e renovação por parte do órgão responsável, a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista. Tal fiscalização é vista como rigorosa por alguns profissionais e quase inexistente por outros, portanto não há unanimidade. Para receber o Título Provisório de Jornalista, se deve fazer estágio obrigatório remunerado por no mínimo 12 meses, a depender do curso realizado pelo estudante, que não necessariamente precisa ser Jornalismo (CCPJ, 2017).

Estando comprovado o período de atuação é que se pode solicitar a Carteira Profissional, que deve ser renovada a cada dois anos, exceto em casos especiais. Além do mais, a carteira fica retida durante o exercício de atividades que em Portugal são consideradas como não jornalísticas, como é o caso de publicidade, marketing e assessoria de comunicação. Ou seja, mesmo quando a pessoa tem diploma acadêmico de jornalista, se não tem

Juliana **BULHÕES**

David **Renault**

a carteira, não é considerado jornalista em Portugal (CCPJ, 2017; Sindicato dos Jornalistas, 2012).

No Brasil, até 2009 podia ser oficialmente jornalista quem tinha o diploma de nível superior na área, o que garantia o registro no Ministério do Trabalho, feito por meio dos Sindicatos, onde eles existiam. Também existe uma carteira da categoria (FENAJ, 2018), mas é meramente um documento de identificação e não tem o mesmo peso que no contexto português.

Hoje, como discutimos, não há exigência para que se atue como jornalista no Brasil, opcionalmente podendo-se solicitar o registro no Ministério do Trabalho. Logo, ficamos em um limbo quanto a quem pode ser considerado jornalista ou não, o que para nós representa uma desprofissionalização, pelo menos se considerarmos os três indicativos desse processo apresentados por Traquina (2004), como mencionamos anteriormente.

Em pesquisas anteriores (Bulhões; Renault, 2017), identificamos que todos os tipos de precarização apontados por Druck (2011) podem ser associados ao exercício do jornalismo no Brasil: vulnerabilidade das formas de inserção e desigualdades sociais; intensificação do trabalho e terceirização; insegurança e saúde no trabalho; perda das identidades individual e coletiva; fragilização da organização dos trabalhadores; e a condenação e o descarte do Direito do Trabalho.

Faz parte da vida laboral de muitos jornalistas ter longas, intensas e irregulares jornadas de trabalho, acumular funções, ter frágeis vínculos de trabalho, ter baixa remuneração (e por isso necessitar ter mais de um emprego ou ocupação) e estar suscetível às demissões em massa, comumente chamadas de passalhos, seja pelo enxugamento das redações ou pelos fechamentos de veículos.

São crescentes os casos de violência contra jornalistas e também há uma evidente diminuição da liberdade de imprensa. O Relatório 2022 “*Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil*” (FENAJ, 2023) aponta, inclusive, que os casos estiveram concentrados no Distrito Federal em função do último governo federal, fazendo crescer as estatísticas de toda a região.

Foram 376 casos de agressão a jornalistas e veículos registrados apenas em 2022, com uma pequena queda em comparação ao ano anterior, que foi ainda pior. Vale destacar que o Brasil já figurou como o país com o maior número de jornalistas mortos nas Américas (BBC, 2014), hoje ocupando ainda a lista.

Destacamos que a ideia de precarização da profissão de jornalista não é recente, tampouco exclusiva do Brasil. No contexto europeu, o francês Accardo (1998) aponta que os efeitos da precariedade e da proletarização dos chamados “trabalhadores-jornalistas” resultam em um empobrecimento material (diminuição do poder de compra, endividamento crescente, deterioração das condições de vida) e em problemas de ordem psicológica, como o estresse.

Em Portugal também se vive uma precarização do trabalho jornalístico. Ao iniciarem as carreiras hoje, os jornalistas se deparam com “sobreoferta de aspirantes ao jornalismo, formas de recrutamento pouco criteriosas, precariedade laboral, polivalência multiforme, atividades extraprofissionais, flexibilização e expectativas frágeis”, de acordo com Garcia, Marmeleira e Matos (2014).

Os autores apontam que os jovens jornalistas são os que mais possuem contratos de trabalho precários nas organizações, o que não tem muita relação com o nível de formação acadêmica, visto que muitas vezes há pessoas nas mesmas funções recebendo salários destoantes.

Juliana **BULHÕES**  
David **Renault**

Vale ressaltar que, em termos de quantidade, o universo de jornalistas em Portugal e no Brasil sempre foi muito diferente, logicamente devido às proporções de tamanho e população dos dois países. De acordo com Guimarães (2006), a FENAJ estimava que por volta do ano de 2006 existiam 50 mil jornalistas em exercício no Brasil. Apesar da regulamentação da profissão ter se iniciado em 1938, até o fim da década de 1940 houve apenas 5 registros, cujo pico se deu somente na década de 1990, época da redemocratização do país.

Entre 1940 e 2015, o que corresponde a 75 anos, houve 113.935 registros de jornalistas junto à entidade brasileira. Lima e Mick (2022) retrabalharam a estatística nacional a partir dos registros profissionais de cada estado e de outros fatores e chegaram à conclusão que no Brasil há cerca de 142 mil jornalistas.

De acordo com Andringa (2008), na década de 1940, portanto, cerca de quatro décadas antes de existirem jornalistas diplomados em Portugal, só havia cerca de 200 jornalistas no país, e poucos deles tinham o título profissional. Já em 2006, a Comissão da Carteira Profissional dos Jornalistas contabilizava 7.402 títulos profissionais.

Em 2007 havia 6.839 jornalistas ativos no país, e em 2014 esse número caiu para 5.621, alegadamente devido ao crescimento do desemprego no país e ao processo de precarização (European Journalism Observatory, 2014). Em 2017, esse número subiu para 6.114 (Crespo *et al.*, 2017).

Para Figueira (2016), o cenário mercadológico é de crise, com fechamento de veículos, demissões, má remuneração, atrasos de salários e até problemas ético-deontológicos apontados pelo Sindicato dos Jornalistas. Tal panorama não impede que tantos estudantes se matriculem anualmente em cursos de Jornalismo em Portugal, e para ele

isso se deve principalmente às oportunidades que os futuros jornalistas podem encontrar na paisagem comunicacional.

O autor ainda aponta que as assessorias, a comunicação organizacional e as relações públicas se tornam, nesse novo contexto, atraentes também pela alta taxa de empregabilidade e pelo melhor pagamento.

Crespo *et al.* (2017) apresentam em seu estudo "*Os jornalistas portugueses são bem pagos? Inquérito às condições laborais dos jornalistas em Portugal*", desenvolvido pelo Instituto Universitário de Lisboa e pelo Sindicato dos Jornalistas, um panorama preocupante do jornalismo português. O rendimento médio mensal é de € 1.113 euros; quase 58% não progredem na Carreira Profissional há pelo menos sete anos; cerca de 64% assumem que já ponderaram o abandono do jornalismo, e entre as razões estão o baixo rendimento, degradação da profissão ou condições de trabalho, precariedade contratual e ainda o estresse.

Quase 40% afirmam já terem estado desempregados ao longo do seu percurso profissional de jornalista e 46% que é difícil conciliar a vida pessoal com a vida profissional; só cerca de 30% afirmam trabalhar um número de horas similar ao previsto no contrato de trabalho e quase 82% que não são pagas horas extra. Além disso, apenas dois terços têm formação superior em Ciências da Comunicação ou Jornalismo e cerca de 70% fizeram pelo menos um estágio. Quanto ao gênero, o resultado foi praticamente equilibrado, com 51,8% de homens e 48,2% de mulheres (Crespo *et al.*, 2017).

O estudo de Lima e Mick (2022) demonstrou que no Brasil a população feminina é notavelmente preponderante (57,8%); 67,8% se define como branca; mais de 77% tem registro profissional de jornalista; mais de 98% ou estão cursando uma faculdade (6,3%), ou têm ensino

Juliana **BULHÕES**

David **Renault**

superior completo (42,3%), ou algum nível de ensino acima deste (49,7%); e a maioria dos jornalistas ganha no máximo R\$ 5.500.

Apesar de terem sido aplicadas em anos, contextos e com critérios diferentes, as duas pesquisas servem como panorama dos dois países. Alguns itens podem ser comparados, como a feminização que é maior no Brasil, bem como a formação específica em Jornalismo - mesmo a pesquisa tendo sido aplicada após a "queda" do diploma. É semelhante a taxa de realização de estágio e, curiosamente, os salários médios dos jornalistas são aproximados, quando convertemos para qualquer uma das moedas - porém distintos se compararmos ao salário mínimo de cada país.

## **Considerações Finais**

Podemos inferir que, surpreendentemente, a história do jornalismo profissional brasileiro tem mais aproximações do que distanciamentos com a portuguesa. Apesar de questões relativas à colonização do Brasil, diferenças entre continentes e todo o complexo contexto relacionado a isso, e também levando em conta o surgimento tardio do jornalismo no Brasil, podemos considerar que os processos de profissionalização foram bastante semelhantes.

Há também uma diferença enorme de quantidade de jornalistas. Apesar de diferentes critérios de contagem, tendo em vista que os órgãos portugueses conseguem mensurar com exatidão devido às regras da carteira profissional, é visível a diferença de proporção entre a população. Além disso, enquanto Portugal inteiro tem um Sindicato dos Jornalistas, no Brasil há 31 sindicatos e a FENAJ.

Voltando às semelhanças, os primeiros sindicatos de jornalistas surgem em ambos os países na década de 1930. As primeiras legislações

## PROFISSIONALIZAÇÃO DO JORNALISMO NO BRASIL: RAÍZES PORTUGUESAS

que versam sobre a profissão são publicadas em 1938 e 1943, e os códigos de ética/deontológico em 1987 e 1976, respectivamente no Brasil e em Portugal.

Com relação ao ensino superior específico, em ambos os casos a prática profissional veio antes do ensino superior específico, mas há diferença significativa de mais de três décadas: no Brasil a primeira faculdade surge em 1947 e em Portugal apenas em 1979, apesar de tentativas anteriores terem sido reprimidas pela ditadura.

Aliás, a ditadura em Portugal (1933-1974) e a ditadura militar no Brasil (1964-1985) foram marcadas pela censura à mídia, sendo que no período brasileiro houve avanços mais significativos na profissionalização do jornalismo, por interesse do governo em controlar os jornalistas e usar a imprensa a favor do regime.

A partir da redemocratização brasileira, os jornalistas consolidaram as assessorias de comunicação e similares como postos de trabalho, fenômeno que não aconteceu em Portugal. Hoje, inclusive, a FENAJ apoia iniciativas como a do Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal, que promove desde 2014 a campanha "Assessor de Imprensa é Jornalista".

Em contraponto, sabemos que em Portugal há muitas pessoas com formação em Jornalismo atuando em assessorias, mesmo sem serem considerados jornalistas e sem terem direito à carteira profissional. Ou seja, é uma questão de nomenclatura e legislação, pois na prática em Portugal pessoas formadas em Jornalismo também ocupam esses espaços, mas com a ressalva de não poder fazer isso simultaneamente ao trabalho jornalístico na imprensa, como é comum no Brasil.

Acreditamos que a "queda" do diploma no Brasil resultou na desprofissionalização do jornalismo. Há quem diga que na prática não houve mudanças no mercado, mas acreditamos que foi pelo menos um retrocesso em termos de regulamentação e organização da profissão.

Juliana **BULHÕES**  
David **Renault**

Com relação aos dias atuais, vemos que são bastante semelhantes os indicadores de precarização da profissão de jornalista nos dois países: más condições laborais, baixa remuneração, jornadas de trabalho, acúmulo de funções, vínculos precários de trabalho e demissões. Apesar disso, há mais violência praticada com os jornalistas brasileiros (FENAJ, 2017b), mas há de se considerar que há mais violência no Brasil, de forma geral.

## Referências

ABI. **História.** Disponível em:  
<<http://www.abi.org.br/institucional/historia/>>. Acesso em 06 set. 2023.

ACCARDO, Alain. **Les journalistes précaires.** Paris: Le Mascaret, 1998.

AGÊNCIA SENADO. **Propostas de lei no Congresso valorizam o exercício da profissão de jornalista.** Publicado em 05 abr. 2016. Disponível em:  
<<http://www12.senado.leg.br/noticias/audios/2016/04/propostas-de-lei-no-congresso-valorizam-o-exercicio-da-profissao-de-jornalista>>. Acesso em 08 jan. 2017.

ANDRINGA, Diana. **Jornalismo: uma profissão em mudança.** Anais do VI Congresso Português de Sociologia. Lisboa, 2008.

BBC. **Brasil é 1º em mortes de jornalistas nas Américas, diz ONG.** Publicado em 12 fev. 2014. Disponível em:  
<[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/02/140212\\_jornalistas\\_brasil\\_df\\_d g](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/02/140212_jornalistas_brasil_df_d g)>. Acesso em 28 abr. 2016.

BRASIL. **Decreto nº 51.218, de 22 de agosto de 1961.** Disponível em:  
<<http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaPublicacoes.action?id=113476&tipoDocumento=DEC&tipoTexto=PUB>>. Acesso em 05 jan. 2017.

BRASIL. **Decreto nº 53.263, de 12 de dezembro de 1963.** Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-53263-12-dezembro-1963-393221-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em 07 jan. 2017.

BRASIL. **Decreto-Lei n.º 5.452, de 1º de maio de 1943.** 1943b. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/Del5452compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del5452compilado.htm)>. Acesso em: 05 jan. 2017.

BRASIL. **Decreto-lei nº 5.480, de 13 de maio de 1943.** Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1940-1949/decreto-lei-5480-13-maio-1943-415541-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em 05 jan. 2017.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 65.912, de 19 de dezembro de 1969.** 1969b. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-65912-19-dezembro-1969-407422-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em 07 jan. 2017.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 7.037, de 10 de novembro de 1944.** Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1940-1949/decreto-lei-7037-10-novembro-1944-416323-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em 05 jan. 2017.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 910, de 30 de Novembro de 1938.** Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1930-1939/decreto-lei-910-30-novembro-1938-349925-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em 04 jan. 2017.

BULHÕES, Juliana; RENAULT, David. Condições de trabalho do jornalista: o que revela a pesquisa empírica. **Vozes e Diálogo**, v. 16, p. 137-149, 2017.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **PEC 206/2012.** Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=553109>>. Acesso em 08 jan. 2017.

CASTRO, Alexandre. **Teorias do Jornalismo, Universidade e Profissionalização:** Desenvolvimento Internacional e Impasses Brasileiros. Covilhã: BOCC, 2013.

Juliana **BULHÕES**

David **Renault**

CCPJ. **Carteira Profissional de Jornalista**. Disponível em: <<http://www.ccpj.pt/CarteiraProfissionaldeJornalista.htm>>. Acesso em 19 jul. 2017.

CRESPO, Miguel; AZEVEDO, Joana; SOUSA, João; CARDOSO, Gustavo; PAISANA, Miguel. **Jornalistas e Condições Laborais**: Retrato de uma Profissão em Transformação. Lisboa: Obercom, 2017.

DIAS, Robson. Ora, sim; ora, não: o diploma de Jornalismo em várias fases do processo de profissionalização da atividade jornalística no Brasil. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 15, n. 17, jul./dez. de 2013.

DRUCK, Graça. Trabalho, precarização e resistências: novos e velhos desafios? **Caderno CRH**, Salvador, v. 24, n. 1, pp. 37-57, 2011.

DUARTE, Jorge. Assessoria de imprensa no Brasil. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria e técnica. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011, pp. 51-75.

EUROPEAN JOURNALISM OBSERVATORY. **Portugal perde 1218 jornalistas em 7 anos**. 2014. Disponível em: <[http://pt.ejo.ch/jornalismo/portugal-perde-1218-jornalistas-em-7-anos?utm\\_source=hoje.li&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=email](http://pt.ejo.ch/jornalismo/portugal-perde-1218-jornalistas-em-7-anos?utm_source=hoje.li&utm_medium=referral&utm_campaign=email)>. Acesso em 18 jul. 2017.

FENAJ. **Carteiras nacional e internacional**. 2018. Disponível em: <<http://fenaj.org.br/carteiras-nacional-e-internacional/>>. Acesso em 20 nov. 2018.

FENAJ. **Estatuto**. Publicado em agosto de 2010. Disponível em: <[http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/10/estatuto\\_fenaj.pdf](http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/10/estatuto_fenaj.pdf)>. Acesso em 05 jan. 2017.

FENAJ. **Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil**. Relatório 2022. Brasília: Federação Nacional dos Jornalistas, 2023.

FIDALGO, Joaquim Notas sobre O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas. **Revista Comunicação e Sociedade**, v. 11, 2007, pp. 37-56.

FIGUEIRA, João. O ensino do jornalismo em tempos de mudança ou como a Universidade deve suplantar o Super-Homem. **Mediapolis**, n. 3, v. 1, 2016.

GARCIA, José Luís; MARMELEIRA, José; MATOS, José Nuno. Incertezas, vulnerabilidades e desdobramento de atividades. In: REBELO, José (Org.). **As novas gerações de jornalistas em Portugal**. Lisboa: Mundos Sociais, 2014.

GUIMARÃES, Manoel Marcos. Sociologia do jornalismo: o caso Brasil. In: NEVEU, Érik. **Sociologia do Jornalismo**. Trad. Daniela Dariano. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

HIME, Gisely Valentim Vaz Coelho. Na Fundação da Primeira Escola de Jornalismo do Brasil Cásper Líbero Gera o Conceito de Jornalismo Moderno. **Revista PJ:BR**, n. 3, v. 1, 2004.

HOHLFELDT, Antonio. Correio e Gazeta: comparações e influências. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, ano V, n. 2 pp. XX - XX jul./ dez. 2008.

LIMA, Samuel Pantoja (Coord. Geral); MICK, Jacques et al. **Perfil do jornalista brasileiro 2021**: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. Florianópolis: Quorum Comunicações, 2022.

LOPES, Fernanda Lima. **Ser jornalista no Brasil**: identidade profissional e formação acadêmica. São Paulo: Paulus, 2013.

MEIRELLES, Juliana Gesuelli. A Gazeta do Rio de Janeiro: o jornal oficial da Corte de D. João VI no Brasil (1808-1821). In: **Anais do V Congresso Nacional de História da Mídia**. São Paulo, 2007.

MELO, Cíntia de Freitas; COUTINHO, Clara. Um olhar à Lei de Imprensa: perspectiva histórica, social e constitucional da mídia e da Lei 5.250/67. **Revista do CAAP**, v. 1, n. 1, 2009.

MENDES, Renato Rocha. **A primeira licenciatura em Comunicação Social em Portugal (FCSH-UNL, 1979)**: contributo para uma reflexão acerca do ensino do jornalismo. (Dissertação de Mestrado) Universidade Nova de Lisboa, 2011.

MOLINA, Matias. **A História dos Jornais no Brasil**: da Era Colonial à Regência (1500-1840), V. 1. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

Juliana **BULHÕES**

David **Renault**

MOURA, Cláudia Peixoto. **O curso de Comunicação Social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2002.

OLIVEIRA, Michelle Roxo. A profissionalização do jornalista via ensino: argumentos mobilizados em defesa da formação escolar específica. In: **Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Curitiba, 2009.

PETRARCA, Fernanda Rios. Construção do estado, esfera política e profissionalização do jornalismo no Brasil. **Rev. Sociol. Polít.**, Curitiba, v. 18, n. 35, p. 81-94, 2010.

PETRARCA, Fernanda Rios. Jornalismo no Brasil: a gênese de uma profissão. In: **Anais do XII Congresso Brasileiro de Sociologia**, Belo Horizonte, 2005.

RIBEIRO, Eduardo; BARONCELLI, Wilson. **A epopéia do jornalismo: Um compromisso com a sociedade, com a civilização e com a História**. Publicado em 2008. Disponível em: <<http://www.jornalistasecia.com.br/edicao especial07.htm>>. Acesso em 05 jan. 2017.

ROMANCINI, Richard. História e jornalismo: reflexões sobre campos de pesquisa. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em Jornalismo**. 3. Ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

SENADO FEDERAL. **Projeto de Lei do Senado nº 114, de 2014**. Disponível em: <<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/116763>>. Acesso em 08 jan. 2017.

SINDICATO DOS JORNALISTAS. **Estatuto do Jornalista**. 2012. Disponível em: <<http://www.jornalistas.eu/?n=26>>. Acesso em 18 jul. 2017.

SINDICATO DOS JORNALISTAS. **Historial da Casa da Imprensa**. 2002a. Disponível em: <<http://www.jornalistas.eu/?n=453>>. Acesso em 18 jul. 2017.

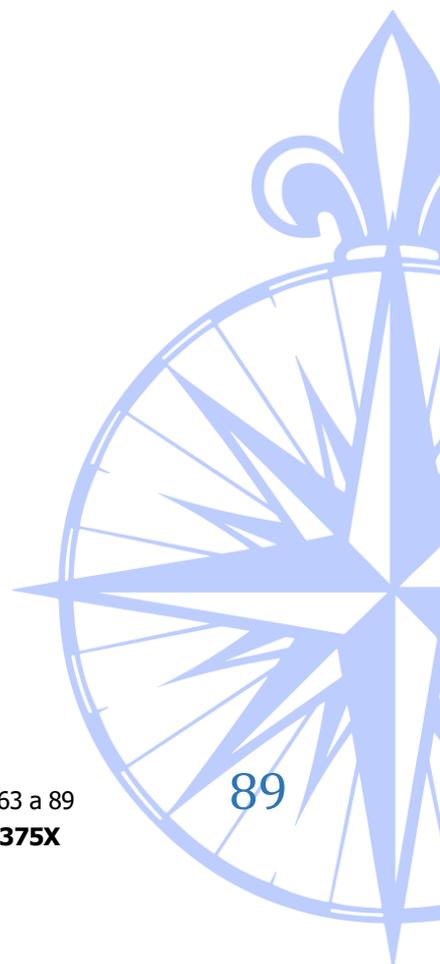
SINDICATO DOS JORNALISTAS. **Marcos históricos na vida do SJ**. 2002b. Disponível em: <<http://www.jornalistas.eu/?n=485>>. Acesso em 19 jul. 2017.

SOBREIRA, Rosa Maria. **Os jornalistas portugueses (1933-1974):** uma profissão em construção. Lisboa: Livros Horizontes, 2003.

TENGARRINHA, José. **Imprensa e opinião pública em Portugal.** Coimbra: Minerva, 2006.

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística:** uma comunidade transnacional. Lisboa: Editorial Notícias, 2004.

VERÍSSIMO, Helena Ângelo. **Os jornalistas nos anos 30/40:** elite do Estado Novo. Coimbra: Minerva, 2003.



# FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS<sup>1</sup>

## PHOTOJOURNALISM: AN ANALYSIS OF THREE AWARD-WINNING PHOTOGRAPHIC PIECES

Flora Constance Moura FERNANDES<sup>2</sup>

Bernardina Maria Juvenal Freire de OLIVEIRA<sup>3</sup>

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

### Resumo

Este trabalho aborda as relações simbólicas presentes em fotografias veiculadas em jornais, bem como a investigação dos significados que essas imagens expressam e a avaliação de seu valor estético. Para isso, serão considerados como objetos empíricos três registros fotográficos provenientes dos acervos de Francisco França, Mônica Câmara e Rizemberg Felipe. Nesta análise, recorreremos ao caminho teórico-metodológico proposto por Kress e van Leeuwen, que se baseia na Gramática Visual, considerando seus aspectos representacionais, interativos e composicionais. Com os resultados obtidos, foi possível concluir que esses aspectos se constituem como mecanismo para a compreensão dos discursos que permeiam a representação de assuntos socialmente significativos nas imagens fotojornalísticas.

### Palavras-chave

Fotojornalismo; Gramática Visual; Semiótica; Fotografia; Jornalismo.

### Abstract

This work addresses the symbolic relationships presente in photographs published in newspapers, as well as the investigation of the meanings that these images express and the evaluation of their aesthetic value. To this end, three photographic records from the collections of Francisco França, Mônica Câmara and Rizemberg Felipe will be considered as empirical objects. In this analysis, we resort to the theoretical-methodological path proposed by Kress and van Leeuwen, which is based on Visual Grammar, considering its representational, interactive and compositional aspects. With the results obtained it was possible to conclude that these aspects constitute a mechanism for understanding the discourses that permeate the representation of socially significant subjects in photojournalistic images.

### Keywords

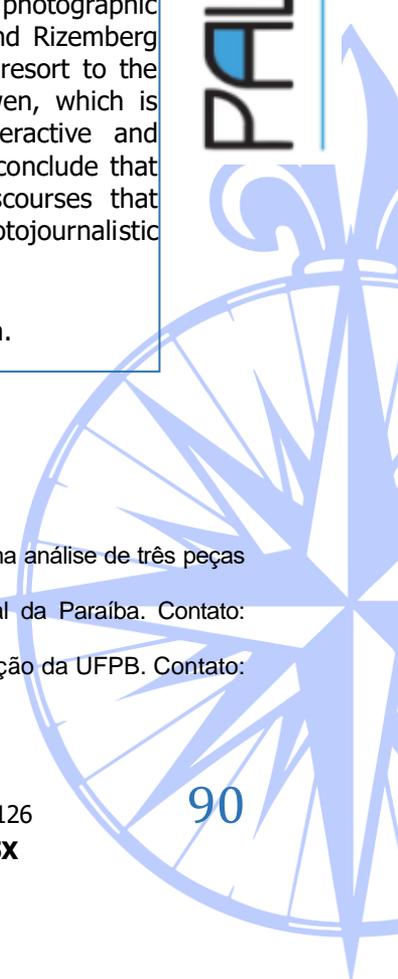
Photojournalism; Visual Grammar; Semiotics; Photography; Journalism.

RECEBIDO EM 27 DE JUNHO DE 2023  
ACEITO EM 20 DE NOVEMBRO DE 2023

<sup>1</sup> Parte de texto retirado de dissertação intitulada “Fotojornalismo paraibano: uma análise de três peças fotográficas premiadas”.

<sup>2</sup> Jornalista e Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba. Contato: floracmfernandes@gmail.com.

<sup>3</sup> Professora Titular do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFPB. Contato: bernardinafreire@gmail.com



## Introdução

O objetivo principal desta pesquisa é analisar as relações simbólicas presentes em fotografias publicadas em jornais, investigar os significados expressos por essas imagens e avaliar seu valor estético. Para isso, serão considerados como objetos empíricos três registros fotográficos provenientes dos acervos de Francisco França, Mônica Câmara e Rizemberg Felipe. Compreendemos que as fotografias produzidas e veiculadas não só consolidam os fatos e eventos submetidos ao tratamento jornalístico, como apresentam condições de gerar efeitos estéticos (Silva, 2010). Além disso, o estudo do fotojornalismo é importante fonte de informações desdobráveis em diversas direções, que se oferecem às leituras e avaliações semióticas.

Podemos observar que houve transformações significativas no papel da imagem nos processos jornalísticos com o advento do fotojornalismo, alterando as relações que os jornais estabeleciam com seus leitores (Sousa, 2002). Acreditava-se que por intermédio da fotografia criariam um maior grau de confiabilidade àquilo que veiculavam. Assim, o leitor está voltado para a apreensão de significados, mediados por um discurso imagético, estabelecidos pelo produtor do texto. Esse produtor de texto, autor, introduz o discurso imagético não só através de elementos que produzam sentido, como também aqueles capazes de movimentar emocionalmente o seu leitor, que está disposto a interpretar e compreender, agindo diante do texto, e podendo mudar a sua percepção.

Estamos apontando para uma afinidade entre leitor e o espaço em que se instalou, pensando nos significados e sentidos em sua leitura. É interessante pensarmos que "a máquina fotográfica industrializada teria democratizado o *olhar como expressão*, e seria necessário fazer justiça a essa democratização estética dignificando aqueles que seriam os seus

Flora Constance Moura **FERNANDES**

Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

porta-vozes” (Mammi; Schwarcz, 2008, p.56). Dessa maneira, a imagem em sua sintaxe própria torna-se capaz de determinar o valor emocional e adequação de sentidos particulares.

É importante ter em vista que há uma específica organização das peças fotojornalísticas, que solicita estudarmos a articulação entre texto e imagem e entre imagem e imagem. Apontando tais diferenças, detemo-nos sobre o material empírico que constitui o *corpus* deste trabalho, e sobre o qual aplicaremos o instrumental de análise, que são as peças fotojornalísticas. Os repórteres fotográficos analisados buscam transmitir a informação de maneira “poética”, fugindo do modelo sensacionalista e sangrento que assola o jornalismo. Para eles, a fotografia deve ser entendida como transformadora, instrumento de educação e mudança social. A possibilidade de ler uma imagem e se emocionar com ela na nossa cultura é tão importante quanto a de ler um texto verbal.

Assim, compreendemos nesta pesquisa que as peças fotojornalísticas podem ser submetidas à apreensão e análise dos instrumentos de comunicação, que orientam e determinam não só os seus sentidos, como também as reações estéticas que podem produzir. O âmbito do fotojornalismo nos oferece a atividade de leitura e interpretação investigativa para que saibamos os modos específicos de estabelecer comunicação. É dessa vivência midiática, impacto social e força que desponta nosso propósito de submeter os materiais fotojornalísticos para análise.

## Os fotojornalistas

**Fig. 1-Francisco França**



Fonte: Acervo pessoal

**Fig. 2- Mônica Câmara**



Fonte: Acervo pessoal

**Fig. 3- Rizenberg Felipe**



Fonte: Celina Filgueiras

Francisco França, Mônica Câmara e Rizenberg Felipe são fotógrafos naturais da Paraíba, cujo olhar crítico se desenvolveu ao longo de suas carreiras no fotojornalismo. Suas contribuições foram significativas para o jornalismo local, como evidenciado pelos prêmios que receberam, atestando a competência e o talento de cada um na arte da fotografia. Buitoni (2017) afirma que podemos perceber que fotografias foram feitas

Flora Constance Moura **FERNANDES**

Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

por fotógrafos que tinham muito interesse, paixão e curiosidade sobre determinado tema. É mais do que “estive aqui e vi isso”, e sim “eu me senti assim sobre isto”. Estamos falando em criar fotografias que as pessoas se importem e se envolvam, que possam mostrar com entusiasmo para outras pessoas em uma espécie de “corrente fotográfica”. Assim, a escolha dos três fotógrafos se deu pela relevância de seus trabalhos e indicação através de profissionais que atuam em jornais locais.

## **Semiótica de Pierce na Fotografia**

Constatamos que a semiótica tornou-se um método de interpretar o mundo e analisar a produção de significado por meio de uma abordagem em que tudo é tratado como um sistema de signos a ser lido (Pierce, 1990). Se pegarmos uma página para ler suas palavras, damos sentidos às marcações gráficas, às combinações das letras e a sequência de palavras. Da mesma forma, lemos o mundo que nos rodeia, como as fotos, os rostos, as vestimentas, as músicas, e até mesmo aromas. De forma resumida, essa abordagem propõe que tratemos tudo como um “texto” a ser lido, incluindo nós mesmos e as fotografias. Faremos uma introdução aos princípios fundamentais da semiótica de Pierce (1995) naquilo que traz contributos à presente investigação, e que nos dará margens conceituais indispensáveis para as análises das peças fotojornalísticas.

A teoria dos signos, ou ciência dos signos, tem sua denominação de acordo com a escola a que se refere. A semiótica, que é essencialmente americana e se origina da lógica, e a semiologia que é predominantemente europeia e fundada na linguística. Ambas vêm da raiz grega *semeion*, que significa marca, sinal, presságio, letra, imagem. Diferem-se também por

## FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS

suas tradições: a primeira é apresentada por Charles Sanders Peirce no final do século XIX, e a segunda pelo linguista e suíço Ferdinand de Saussure no início do século XX. Posteriormente, o método foi amplamente adotado no meio acadêmico por meio dos estudos de Roland Barthes em *Elementos da Semiologia* (1964), *Mitologia* (1993); Umberto Eco em *Tratado Geral da Semiótica* (1976); Lúcia Santaella em *O que é semiótica* (1983), e mais recentemente em *Introdução à Semiótica* (2021). Hoje em dia, a semiótica é um elemento fundamental no vocabulário crítico e analítico da cultura visual, e o seu lugar favorecido como teoria geral dos signos deve-se pelo fato que ela investiga os signos, as relações sógnicas e os processos sógnicos.

Barthes, em sua coleção de ensaio *Mitologias* (1993), mostrou como alguns aspectos triviais da cultura podem ser entendidos para codificar e significar toda uma gama de crenças e relações sociais. Damos significados às coisas, tudo pode ser dado um valor de signo: objetos, gestos, aparências, imagens. Nós mesmos funcionamos como signos e tudo que fazemos e dizemos é compreendido por meio da interpretação desses signos.

Para Peirce (1980), um signo “é algo que está no lugar de algo para alguém, em alguma relação ou alguma qualidade”. Isso não quer dizer que o signo substitui completamente o objeto a que se refere, ele nunca pode estar, de fato, no lugar do objeto, seja este presente ou ausente. Portanto, “estar por ou para” significa representar, e para concluir com Peirce, uma primeira definição provisória e parcial do signo “para que alguma coisa deva ser um signo, ela deve representar, por assim dizer, alguma outra coisa, chamada seu objeto”.

Em nosso estudo introduzimos os elementos nucleares da gramática do *design* visual (Kress e van Leeuwen, 2000), e os fundamentos da teoria Sistêmico-Funcional de Michael Halliday (1994). Esses teóricos consideram que o sistema semiótico, que tem o *signo* como

Flora Constance Moura **FERNANDES**

Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

noção central, explica o funcionamento da linguagem. Os teóricos tradicionais ao analisarem as imagens costumam se basear em aspectos “lexicais”, porém Kress e van Leeuwen foram por um viés de análise gramatical. Levantam as “teorias gramaticais verbais” de Halliday, em específico as metafunções da Linguística Sistêmico-Funcional, buscando regularidades para compreender de que maneira os diferentes modos de representação visual e de relações entre si se tornam padrões.

A Linguística Sistêmica-Funcional (LSF) desenvolvida por Halliday compreende a linguagem como um sistema de significados auxiliando nas análises das ocorrências linguísticas, e apresentando uma gramática baseada no conceito do uso da língua, tendo cada elemento explicado em relação a sua função. Halliday (1994) apresenta três funções para a linguagem, que são: ideacional (representação das experiências do mundo exterior e interior), interpessoal (expressão das interações sociais), e textual (expressão da estrutura e formato do texto). É importante frisar que estas são realizadas simultaneamente na língua, às vezes uma mais saliente que a outra, mas as três estão sempre presentes. A partir dessas metafunções Kress e van Leeuwen propõem uma gramática do *design* visual, que hoje é um dos estudos mais importantes se tratando de estrutura da informação visual em textos, e apesar de terem estabelecido equivalência entre a gramática da língua e a visual, não significa que suas estruturas sejam iguais ainda que sejam amplas. A adaptação da GSF para a GV se dá através das três metafunções (representacional, interativa e composicional) que se constituem no código semiótico da imagem. Vejamos as relações de semelhança entre as metafunções da Gramática Visual (2000) e Gramática Sistêmico-Funcional proposta por Halliday (1994):

Halliday	Kress e van Leeuwen	Equivalência
<b>Ideacional</b>	<b>Representacional</b>	Responsável pelas estruturas que constroem visualmente a natureza dos eventos, objetos e participantes envolvidos, e as circunstâncias em que ocorrem. Indica, em outras palavras, o que nos está sendo mostrado, o que se supõe esteja "ali", o que está acontecendo, ou quais relações estão sendo construídas entre os elementos.
<b>Interpessoal</b>	<b>Interativa</b>	Responsável pela relação entre os participantes, é analisada dentro da função denominada de função interativa (Kress e van Leeuwen, 2006), onde recursos visuais constroem "a natureza das relações de quem vê e o que é visto".
<b>Textual</b>	<b>Composicional</b>	Responsável pela estrutura e formato do texto, é realizada na função composicional na proposição para análise de imagens de Kress e van Leeuwen, e se refere aos significados obtidos através da "distribuição do valor da informação ou ênfase relativa entre os elementos da imagem".

Quadro 1- As metafunções (baseado em Fernandes, 2009).

## O Discurso imagético

Compreendendo o caráter de uso social da língua presente no discurso fotojornalístico, nos ancoraremos nas propostas de uso e contextualização da Gramática Visual (GV) estruturada por Theo van Leeuwen e Gunther Kress (1996, 2000), através de suas modalidades sintático-visuais baseadas em Halliday (1994). Fundamentada nos aspectos funcionais da linguagem e nas hipóteses teóricas de Halliday em sua Gramática Sistêmico-Funcional. Kress e van Leeuwen relacionam as

Flora Constance Moura **FERNANDES**

Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

metafunções (representacional, interacional e composicional) na GV e as correspondentes hallidayanas (ideacional, interpessoal e textual) refletindo na estrutura do discurso imagético.

Ao longo da história dos veículos de comunicação paraibanos, a fotografia foi responsável por passar força e tradição através de uma cultura fotográfica, considerando a existência dessa cultura com o desenvolvimento de técnicas e singularidades temáticas que representam um povo. Estas também não se restringem apenas à bagagem cultural dos fotógrafos, mas também à prática social incorporada ao modo como representamos o mundo. A forma como se vê a fotografia, principalmente através dos interesses de quem a fotografa, as tornam únicas e emocionantes. Podemos perceber que as mais incríveis partem de interesse, paixão e curiosidade dos fotógrafos, mais do que estar no ambiente e tirar a foto, é a forma que se sente ao fazê-la, que possa envolver e tocar emocionalmente as pessoas.

Nesse processo, percebemos que os fotógrafos registram essa visão de maneira particular, mas que não impede que o ponto de vista de cada um se una com a expectativa do meio massivo (jornal) ou o meio social os quais representa. Existe na produção de uma imagem fotojornalística um construto simbólico, vinculado ao ambiente de quem o constrói, como de quem lê/vê. Dessa forma, podemos pensar a linguagem visual como na linguagem falada, com um vocabulário, gramática e sintaxe que permite passar uma mensagem e ser compreendido. Quanto melhor for o domínio dos instrumentos, mais poderosa será a comunicação. Então, quais são os elementos da semiótica e da Gramática do *Design Visual* que podem ser vistas nas peças fotográficas selecionadas?

Como contadores de histórias, os fotógrafos selecionam cada elemento que fará parte do quadro. Se algo não pertence ao enquadramento se deve a exclusão feita por eles, decisão que é feita

## FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS

antes do clique. Se pensarmos em um lugar da cidade, com duas pessoas conversando e tomando um café, podemos perceber que alguns momentos serão mais intensos que outros, ou mais monótonos, podem ter muitos gestos. É através da prática que o “melhor momento” de Cartier - Bresson será mais fácil de ser assimilado.

Com as novas tecnologias, os fotógrafos têm acesso a um arsenal de equipamentos como lentes, câmeras, tripés, computadores, *softwares* e dispositivos que ajudam na hora da composição da fotografia, porém a fotografia é uma busca artística. Eles procuram através da visão criar uma imagem que transmita a paixão por exercer a profissão. As pessoas não vão se importar se as fotografias serão criadas por uma *Nikon* ou *Canon*, querem que a fotografia as emocione; porém, um bom equipamento faz a diferença.

A inspiração dos fotógrafos que fazem parte do estudo vem dos elementos observados no cotidiano, das paisagens, das riquezas e alma de um lugar. Porém, o elemento central para escolha das peças fotográficas se deu por retratar a miséria humana, tendo como cenários: um lixão através da fotografia “*Urubu rei*”; uma cena de crime pela foto “*O amor é o dom maior! Ame...*”; e a infância indesejada em uma comunidade com a imagem “*Filhos do lixão*”. As três imagens foram premiadas e destacadas no cenário do fotojornalismo e serão analisadas posteriormente. Mostrarão-nos que a forma como estão relacionados entre si os elementos visuais e a distribuição no espaço visual constituem componentes chaves para compreendermos os discursos que permeiam a representação dos assuntos socialmente significativos nas peças fotojornalísticas.

Flora Constance Moura **FERNANDES**  
Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

## **ANÁLISE: URUBU REI**

**Fig. 4-** Fotografia feita por Mônica Câmara no Lixão do Roger em 2001.



Fonte: Jornal O Norte.

A fotografia *Urubu Rei*, primeira imagem analisada, faz parte da produção fotojornalística de Mônica Câmara e foi publicada no jornal *O Norte* em 19 de outubro de 2001. A imagem retrata o Lixão do Róger, localizado na cidade de João Pessoa, que se tornou um dos maiores depósitos de lixo a céu aberto do país, ocupando cerca de 17 hectares e recebendo aproximadamente 1 mil toneladas de detritos diariamente. A fotógrafa enfrentou o desafio de abordar um assunto já amplamente coberto pelo jornal, questionando como poderia fazer a diferença com seu material, que tinha o formato de denúncia. Uma das metas do jornal era conseguir o fechamento do lixão, tornando essa questão ainda mais relevante.

## FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS

A fotografia, em um plano geral, nos mostra a ambientação e o processo de sobrevivência de uma comunidade dentro de um lixão. Homens, mulheres, urubus, e lixo compõem a imagem, porém um urubu de asas abertas descendo em seu voo se apresenta de forma saliente. Para isso, Kress e van Leeuwen propõem três estruturas de representação constituindo uma gramática visual. Na estrutura **representacional**, temos a descrição dos participantes em uma ação; na **interativa**, relações entre participantes representados e o observador, e na **composicional**, a combinação de todos os elementos. A fotografia em questão, nos mostra uma série de processos que acontecem ao mesmo tempo. Em primeiro lugar, temos um urubu dominando a cena, e em torno dele a narrativa se dá, pois faz o observador desviar sua atenção para aquilo que chama atenção. Temos também dois grupos interativos, que constitui de catadores ao fundo da imagem, e um grupo de urubus à frente. Na cena há diferenças e consensos, em que homens e urubus disputam e respeitam o espaço, todos em prol da sobrevivência.

Fotografar é selecionar. Quando a fotógrafa decide tirar a foto, com uma lente 24 mm, enquadra um fragmento da realidade no visor de sua câmera, excluindo o que está fora da área que a lente capta. Ao observar esta imagem, vemos o que está dentro do enquadramento, e a primeira coisa vista, o urubu, está no meio da imagem. Toda a ação está acontecendo dentro do quadro e não instiga o espectador a imaginar uma realidade maior, pois as bordas não contêm informações cruciais sobre o assunto, ou a ação em geral. Porém, às vezes, acontece de o enquadramento sugerir uma realidade maior como se houvesse uma abertura em um mundo fora dele, e o espectador é instigado a imaginar esse mundo. Dessa forma, o enquadramento contribui para o sentido da foto e pode até mudá-la completamente.

Flora Constance Moura **FERNANDES**  
Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

**Fig. 5 - Representação**



Fonte: Jornal O Norte.

Uma câmera vê todos os detalhes, então elementos que não percebemos podem tornar-se dominantes quando vistos em uma foto. A noção sobre o lugar torna-se uma preocupação fundamental da fotografia, e a capacidade da câmera em registrar os detalhes de uma imagem é uma das características definidoras dessa mídia. *Urubu Rei*, inicialmente constitui uma composição de contornos narrativos, a presença de atores e vetores nos indicam as ações que estão sendo realizadas.

## FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS

Podemos perceber que os participantes (atores) estão interligados aos objetos (meta) que compõem a cena. São catadores (atores) que apanham o lixo (meta), urubus (atores) que se alimentam (meta), enquanto que um mais saliente sobrevoa o local. Nessas ações temos uma representação narrativa transacional, mesmo que identifiquemos no urubu rei desdobramentos de uma ação, que é sobrevoar, e uma reação, olhar para o lado. Configurando uma ação de estrutura **transacional** e uma reação de estrutura **não-transacional**.

Por termos uma narrativa com tantos elementos distintos, observamos a presença do processo reacional em alguns participantes representados. Porém, não identificamos para onde alguns desses participantes, que são reatores, estão olhando dentro da cena. Então podemos considerar que também se trata de uma representação narrativa de **reação não-transacional**.

Constatamos que no processo de distribuição dos elementos dentro da imagem podem conter processo de estrutura conceitual, aliados aos processos classificacionais. Processo que ocorre quando há uma taxonomia e os participantes representados se apresentam como se estivessem subordinados a uma categoria superior. Essa taxonomia é denominada coberta (covert), podemos considerar que os participantes da fotografia estão subordinados a uma classe de sujeitos que trabalham com o lixo. Podemos também analisar que o *Urubu Rei* contém a representação conceitual simbólica, o atributo simbólico pode ser levado a uma configuração subjetiva, outra ave de rapina como a águia que é o símbolo da maior nação capitalista, os Estados Unidos.

Flora Constance Moura **FERNANDES**  
Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

**Fig. 6 -Interação**



São vários os elementos presentes na cena, mas nenhum deles interage diretamente com o leitor/observador. Temos um urubu que se apresenta como ator/reator, e o lixão como meta da ação executada por ele, e seu olhar é a esmo. Em relação as estratégias de aproximação/afastamento com o leitor, que são estabelecidas através do contato, distância social e perspectiva angulares, destacamos que todos os elementos representados na imagem estão em posição de oferta. Não há interação entre eles, e muito menos com quem observa.

Observamos que os vetores não estabelecem uma conexão entre os participantes e o leitor. Além disso, embora haja muitos indivíduos na cena, não parece haver uma reação perceptível à presença da fotógrafa.

## FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS

Assim, temos um objeto de contemplação do observador em relação ao participante representado, nenhum deles parece interagir com a fotógrafa, ignorando sua presença. Além disso, a perspectiva aérea capturada durante o voo da ave contribui para uma sensação de impessoalidade na cena.

**Fig. 7 – Composição**



Fonte: Jornal O Norte.

Na metafunção em questão observamos o posicionamento de cada elemento conjugado na imagem, compreendendo um valor informativo de significação. Temos como valores informativos o ideal/real. Em relação ao ideal, vemos na parte superior da imagem o urubu. O urubu não é só ator dessa narrativa, como também o elemento de maior saliência na cena. Não por acaso que foi colocado na parte superior da imagem. Os elementos marginais agregam ainda mais sentido e estranhamento à composição. A ave ganha mais saliência na imagem devido à composição,

Flora Constance Moura **FERNANDES**

Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

o céu limpo em contraste com a sua cor escura, o seu tamanho e envergadura das asas.

Por fim, esta imagem possui estruturação composicional forte, apresentando desconexão entre os objetos que a constituem. Apesar de tantos elementos presentes, todos são facilmente identificáveis, auxiliando na leitura dos elementos comuns presentes na fotografia. A seguir apresentaremos de forma resumida os elementos da Gramática do *Design Visual* de Kress e van Leeuwen (1996):

<b>Metafunção ideacional/ representacional</b> Natureza dos eventos <b>representados</b> pela imagem	
<b>Participantes</b>	Urubu, homens, mulheres, lixo. Urubu como ícone central.
<b>Processos</b>	Pessoas catando lixo, urubus comendo lixo ou sobrevoando: processo acional e transacional. Participantes só observando: processo reacional não-transacional.
<b>Circunstâncias</b>	O céu, lixos, pessoas, nuvens, são elementos coadjuvantes que compõem a imagem.

**Quadro 4-** Metafunção representacional (baseada em Kress e van Leeuwen, 1996)

<b>Metafunção interpessoal / interativa</b> Natureza das relações <b>sociointeracionais</b> construída pela imagem	
<b>Contato interacional</b>	Os participantes não se incomodam com o observador, constituindo uma oferta.
<b>Distância Social</b>	Plano aberto ( <i>long shot</i> ), relacionado a impessoalidade, afastamento.
<b>Perspectiva</b>	Predomina o ângulo oblíquo, não envolvimento e contra-plongée, poder do participante representado.
<b>Modalidade ou valor da realidade</b>	Naturalista, com a luminosidade, saturação das cores e profundidade de campo.

**Quadro 5-** Metafunção interativa (baseada em Kress e van Leeuwen, 1996)

## FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS

<b>Metafunção textual/ composicional</b> Significações construídas pela imagem	
<b>Valor de informação</b>	Urubu no centro e topo é dado de relevância e saliência. Na parte inferior da imagem o dado real, com urubus fazendo refeição.
<b>Estruturação</b>	Enquadramento forte com elementos facilmente identificáveis.
<b>Saliência</b>	O urubu é o elemento de maior saliência na imagem.

Quadro 6- Metafunção composicional (baseada em Kress e van Leeuwen, 1996)

### ANÁLISE: FILHOS DO LIXÃO

**Fig. 8** –Fotografia de Rizemberg Felipe, publicada no *Jornal da Paraíba* em 2012, e ganhadora do prêmio Criança PB.



Fonte: Jornal da Paraíba.

A segunda imagem analisada é *Filhos do lixão*, faz parte da produção jornalística do repórter fotográfico Rizemberg Felipe. Este

Flora Constance Moura **FERNANDES**

Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

registro foi publicado no *Jornal da Paraíba* em 2012, como parte de uma reportagem que expôs a carência de infraestrutura em um ambiente insalubre, especificamente no antigo Lixão do Róger. A fotografia recebeu o prêmio Criança PB, iniciativa da Secretaria de Desenvolvimento Humano do estado, que tinha como temática: "*Infância e adolescência como prioridade absoluta*".

Assim como a imagem anterior, temos como cenário o antigo Lixão do Róger, localizado na cidade de João Pessoa. O acúmulo de lixo constituiu uma comunidade em torno do lixão, e fez com que algumas famílias se adaptassem ao local, utilizando como meio de sobrevivência. O que recolhiam era para ser vendido ou para a própria alimentação. Muitas vezes as crianças achavam brinquedos para a diversão em meio ao caos.

A fotografia em questão foi produzida em cores, em um plano aberto (*long shot*), nesse tipo de enquadramento temos uma cena mais abrangente, podemos perceber que os personagens estão distanciados, tornando a composição mais impessoal. Plano aberto significa um maior estranhamento entre observador (participante interativo) e participante representado. A imagem nos mostra através das crianças e o ambiente sobre as condições de higiene do local, assim como a condição precária de sobrevivência de uma comunidade.

Tomando as estruturas de Kress e van Leeuwen (1996, 2000) para relacionar os elementos da Gramática do *Design Visual*, temos as estruturas Representacional, Interativa e Composicional que serão abordadas a seguir.

Figura 9 - Representação



Fonte: Jornal da Paraíba.

A **função representacional** é adquirida na imagem através dos participantes representados, no caso, as duas crianças que fazem parte como personagens. Cabendo a subdivisão de Kress e van Leeuwen em estrutura narrativa, quando há a presença de vetores indicando que ações estão sendo realizadas. A criança que está em primeiro plano na imagem, que vemos apenas as suas pernas, faz parte como ator na narrativa visual, de modo que a ação é direcionada a nada, ou ninguém. Portanto trata-se de uma estrutura não-transacional, a estrutura só apresenta o ator e não apresenta a meta, dispensando objetos.

Porém, a ação desenvolvida pela criança que está ao fundo da imagem se dá através do olhar dentro da cena, ocorrendo uma **reação**. Percebemos que ela está segurando um brinquedo e olhando para a criança saliente na imagem, que participa da estrutura não-transacional. Vale lembrar que nesse processo os atores serão os reatores, e se

Flora Constance Moura **FERNANDES**

Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

identificamos para onde está olhando, consideraremos como uma reação transacional. Essa reação se realizará através do vetor formado por uma linha do olhar fixo da participante.

Dentro desse processo representacional, temos um composto de estrutura narrativa e conceitual. No processo de narrativa a ação e reação são encontradas, e na conceitual a presença do processo classificacional, onde as crianças fazem parte de categorias superiores. Elas fazem parte de um grupo de crianças que brincam no lixão e não de crianças que estão estudando, ou recebendo tratamentos médicos, por exemplo. Ainda fazendo parte da estrutura conceitual, teremos o processo simbólico entre portador (crianças que brincam) e atributos possessivos (infância, inocência).

Distância Social

Figura 10 - Interação

Plano médio



Contato

Oferta

Perspectiva

Ângulo oblíquo

Fonte: Jornal da Paraíba.

Segundo a GV, a partir das relações sociointeracionais, o **contato**, a **distância social** e a **perspectiva** são recursos estratégicos usados

## FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS

para estabelecerem um maior ou menor grau de aproximação ou afastamento do produtor do texto em relação ao seu leitor, buscando estabelecer um elo entre ambos.

Em relação à categoria **contato**, na fotografia em questão os personagens não olham diretamente para o observador, deixando de ser o sujeito do ato de olhar para se tornar objeto do olhar daquele que o observa. Nesse caso há uma oferta, pois os participantes se tornam elementos de informação ou objeto de contemplação, de maneira impessoal e nenhuma relação é criada entre eles.

Podemos analisar a exposição dos personagens para longe ou perto do leitor através da categoria da distância social. A interação dos atores cria uma relação imaginária com o espectador de maior ou menor distância social entre estes e os observadores. Na imagem em questão, consideramos uma **distância longa** (*long shot*) trazendo impessoalidade, estranhamento por parte dos participantes.

Outra categoria analisada na imagem é a **perspectiva**, que constitui o ângulo, ou ponto de vista, em que os atores são mostrados. Três são as angulações básicas: frontais, oblíquas e verticais, tendo a composição em questão o ângulo oblíquo mostrando o personagem estabelecendo uma sensação de alheamento, “deixando implícito que aquilo que vemos não pertence ao nosso mundo” (Kress, van Leuwenn, 2000 *apud* Almeida, 2008, p.4).

O último conceito da interação, que é a **modalidade**, pode ser vista na fotografia de Rizemberg. Ele opta por utilizar a cor na imagem, e apesar do lugar não ser propício a cores, ela dá vida a fotografia e ao ambiente através das vestimentas dos personagens, brinquedo e cartazes ao fundo. Para Paul Lowe (2017) a cor tende a ser mais visceral e adiciona claramente um nível extra de descrição pura. Escolher a cor ou o intervalo de exposição adequado para corresponder à sensação da cor e tonalidade

Flora Constance Moura **FERNANDES**

Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

da imagem final pode ter um efeito emocional ou psicológico significativo. A cor muda a atmosfera de uma imagem.



Fonte: Jornal da Paraíba.

Na metafunção composicional é pertinente analisar o posicionamento de cada elemento da imagem, compreendendo o valor informativo de significação. Observando a estrutura, direita/esquerda; topo/base; centro/margem; podemos perceber as valorações pelo simples fato de estar em uma dessas áreas. Segundo Kress e van Leeuwen (2006), os elementos que estão posicionados ao lado esquerdo são apresentados como dado e a direita como novo.

A justaposição de objetos de tamanhos diferentes no primeiro plano e no fundo de uma imagem ajuda a criar profundidade. Dessa maneira, o elemento de maior destaque visual são as pernas da criança, que mostram uma péssima qualidade de vida através da sujeira e possíveis doenças em sua pele. Torna-se participante e elemento de maior **saliência** na cena, tendo os elementos marginais complemento de

## FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS

sentido à composição. Como a criança que está ao fundo, segurando um brinquedo, e possivelmente tranquila por poder brincar, mesmo que em condições precárias, contrariando a natureza do ambiente.

Por fim, temos em *filhos do lixão* uma estruturação (enquadramento) composicional forte, apresentando a desconexão criada pela presença de estruturação, com o contraste e cores salientados, afirmando um sentido de individualidade e diferenciação à imagem (estruturação forte). A maneira como o fotógrafo impõe ordem na fotografia entre os participantes e o plano de fundo influi na maneira com que a foto é percebida pelo espectador, mas apesar dos vários elementos da imagem, todos são facilmente identificáveis. Podemos reconhecer particularmente o potencial do fundo que expressa o caráter do tema, pensando na composição com os personagens da melhor forma na cena.

Nas tabelas a seguir, mostraremos de forma simplificada as análises feitas na fotografia *filhos do lixão*, do fotógrafo Rizemberg Lima, publicada no *Jornal da Paraíba* no ano de 2012. Aplicadas a partir da Gramática do *Design Visual* de Kress e van Leeuwen (1996).

<b>Metafunção ideacional/ representacional</b>	
Natureza dos eventos <b>representados</b> pela imagem	
<b>Participantes</b>	Duas crianças, tendo uma maior saliência.
<b>Processos</b>	Processo não transacional.
<b>Circunstâncias</b>	Elementos que compõem a imagem junto com o ícone central, como a criança ao fundo da imagem, brinquedo, o muro, cartazes, o chão e a árvore.

Quadro 7- Metafunção representacional (baseada em Kress e van Leeuwen, 1996)

Flora Constance Moura **FERNANDES**  
 Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

<b>Metafunção interpessoal / interativa</b> Natureza das relações <b>sociointeracionais</b> construída pela imagem	
<b>Contato interacional</b>	Os participantes não parecem incomodados com as lentes do fotógrafo / observador. Kress e van Leeuwen (1996) se referem como <b>oferta</b> , marcada pela indiferença dos atores.
<b>Distância Social</b>	Plano aberto ( <i>long shot</i> ) trazendo impessoalidade, estranhamento por parte dos participantes.
<b>Perspectiva</b>	Sensação de alheamento através do <b>ângulo oblíquo</b> .
<b>Modalidade ou valor da realidade</b>	<b>Estruturação forte:</b> contraste e cores salientes.

Quadro 8- Metafunção interativa (baseada em Kress e van Leeuwen, 1996)

<b>Metafunção textual/ composicional</b> Significações construídas pela imagem	
<b>Valor de informação</b>	As crianças são apresentadas como dado e os outros elementos que compõem o fundo da imagem como novo.
<b>Estruturação</b>	Forte - apesar de ter vários elementos na cena, todos são facilmente identificáveis.
<b>Saliência</b>	A criança, que tem as suas pernas aparecendo no início da imagem constitui a saliência.

Quadro 9- Metafunção composicional (baseada em Kress e van Leeuwen, 1996)

## ANÁLISE: O AMOR É O DOM MAIOR! AME...

**Fig. 12-** Fotografia para uma matéria sobre violência urbana.

## FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS



Fonte: Jornal da Paraíba (2012).

A terceira fotografia que analisamos faz parte do acervo de premiações do fotógrafo Francisco França. Publicada no *Jornal da Paraíba* em 2012, trouxe o registro da morte, a facadas, de uma moradora de rua. Na imagem vemos um personagem abandonado em um carrinho de mão, coberto por vários panos, e pés sujos à mostra. É a única parte do corpo da moradora de rua que está aparecendo no enquadramento, e ao lado a frase que fez grande diferença e é o título da fotografia: “*O amor é o dom maior! Ame...*”, entrando em contradição com o que observamos na imagem.

Em um primeiro momento, a fotografia produzida em cores, foi tirada para uma matéria encomendada pelo *Jornal da Paraíba* para retratar a violência urbana em João Pessoa, pelos dados a moradora seria a 16ª vítima de homicídio na capital paraibana em 2012. A frase em contraste com a brutal cena de violência urbana foi captada no dia 23 de fevereiro e capa do jornal no dia seguinte. O fotógrafo com sua sensibilidade conseguiu registrar o momento de forma marcante lhe rendendo o prêmio Vladimir Herzog de Anistia e Direitos Humanos. Para ele, o diferencial da fotografia foi a percepção do ambiente, naquele

Flora Constance Moura **FERNANDES**

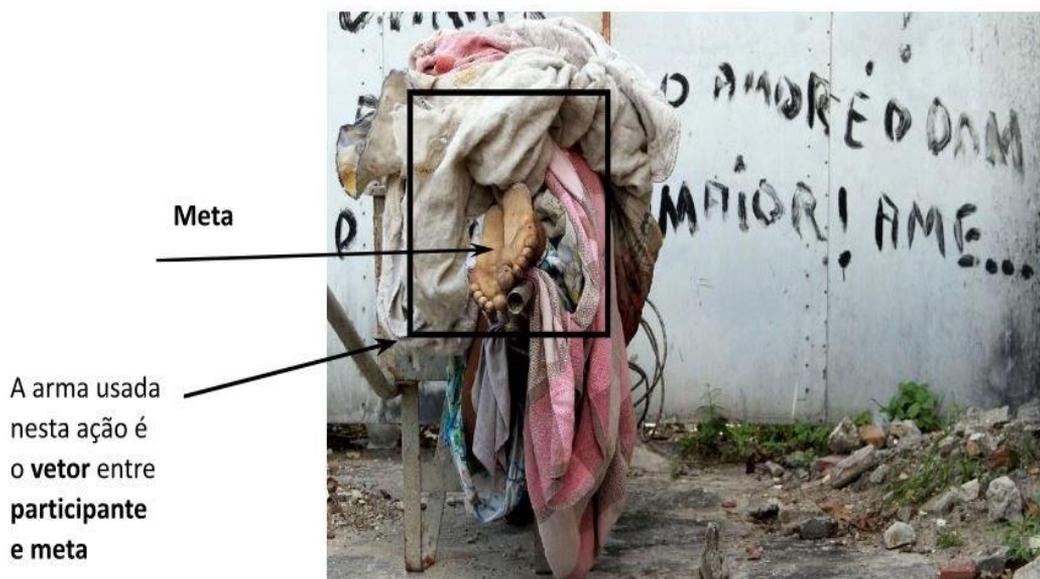
Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

momento muitos profissionais estavam no local e não tiveram a sensibilidade de perceber a contradição existente entre a foto e a frase estampada.

Francisco França foge do modelo sensacionalista que assola o jornalismo paraibano. Quando as pautas são sangrentas, ele opta por tirar fotografias de maneira “maquiada”, que seja plasticamente bonito, poético, buscando ângulos que não choquem o leitor. Dessa forma, costuma utilizar reflexos, objetos que compõem a cena e outros elementos para despertar interesse no leitor. A intenção é de criar vínculo para atrair o espectador para o enquadramento e mostrar-lhe algo novo. Não é apenas a história contada, mas a forma como é contada.

### **Fig. 13 – Representação**

## FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS



Fonte: Jornal da Paraíba (2012).

No processo de ação, o ator aparece fazendo alguma coisa (dirigindo-se a alguma coisa) e para o que ele se dirige é dado o nome de meta. Nesse caso, a meta sofre uma ação, e quem a praticou está fora do enquadramento, e é chamado de sujeito oculto. Portanto, a **meta** tornou-se a moradora de rua, que foi esfaqueada por alguém que não aparece na cena.

A frase no muro branco com letras em tinta preta clama: "*O amor é o dom maior! Ame...*", enfatizando um elemento dramático na imagem, fazendo com que o observador tenha sua atenção apreendida e se sinta compelido a ler o texto. O produtor usa a imagem para impactar e sensibilizar o leitor ao retratar a realidade brutal da violência urbana na cidade de João Pessoa.

Compreendemos que tal captura pode e deve sugerir outras leituras, mas expor quais fatores motivaram o registro desta e não de outra imagem dão uma noção do que venham ou não a colaborar na construção de uma narrativa visual. Criar uma relação entre o participante

Flora Constance Moura **FERNANDES**

Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

e o pano de fundo também é importante para proporcionar prazer visual ao leitor/observador.

**Fig. 14 – Interação**



Fonte: Jornal da Paraíba (2012).

Na **função interativa**, usaremos estratégias de aproximação/afastamento do produtor do texto em relação ao seu leitor visual. Para Kress e van Leeuwen (1996), o contato, a perspectiva e a distância social são recursos utilizados no processo que buscam estabelecer um elo, imaginário, entre si.

Observamos que os elementos que compõem a imagem são objetos do olhar daquele que observa, no caso, o leitor. Então não há uma demanda, e sim uma oferta. A moradora de rua, que está sobre um carrinho de mão é o elemento de informação, que se dá de forma

## FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS

impessoal, pois nenhuma relação é criada entre o observador e o participante da imagem.

A cena estampada em “*O amor é o dom maior! Ame...*”, chama atenção justamente pela contradição que existe na cena. O fotógrafo teve a percepção que outros que estavam no local não tiveram, e é isso que faz a imagem se destacar: o olhar. A fotografia foi produzida em cores, em um **plano aberto** (*long shot*), tal enquadramento torna a composição mais impessoal, pois quanto maior for o plano, maior o estranhamento entre observador (participante interativo) e participante representado.

A perspectiva dada pelo fotógrafo é de um **ângulo oblíquo**, que indica um não envolvimento de quem observa e de quem está sendo observado. Quem possui o poder, diante da fotografia, não são os participantes contidos nela, mas seus observadores.



Flora Constance Moura **FERNANDES**  
Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

Fig. 15 - Composição

DADO

NOVO



Fonte: Jornal da Paraíba (2012).

A metafunção composicional tem como atribuição combinar os elementos visuais de uma imagem, ou seja, unir os elementos representacionais e interativos em uma composição para que ela faça sentido. Os sistemas inter-relacionados são três: **Valor de informação**, **Saliência** e **Estruturação**.

A ênfase maior na imagem é dada para o corpo que está em um carrinho de mão. É considerada a **saliência** da imagem por ser o elemento de maior destaque e contorno em relação aos outros que compõem a cena. Os elementos marginais servem para compor a força desse discurso, e estão através da **estruturação** salientando os contrastes de cores e formas, imprimindo um sentido de individualidade e diferenciação à imagem, estabelecendo uma estruturação forte.

## FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS

Por fim, podemos afirmar que as peças fotojornalísticas estudadas estabelecem um contato físico do texto com o leitor-observador, que busca uma atividade crítica em relação ao que vê/lê, na busca de compreender os significados pelos produtores. Abaixo temos as tabelas com as metafunções baseadas em Kress e van Leeuwen (1996, 2000).

<b>Metafunção ideacional/ representacional</b> Natureza dos eventos <b>representados</b> pela imagem	
<b>Participantes</b>	A moradora de rua em primeiro plano é o elemento de destaque.
<b>Processos</b>	A <b>meta</b> (moradora de rua) sofre a ação de algo que não está na cena (sujeito oculto).
<b>Circunstâncias</b>	Muro, pedras, plantas, chão, são elementos coadjuvantes.

Quadro 10- Metafunção representacional (baseada em Kress e van Leeuwen, 1996)

<b>Metafunção interpessoal / interativa</b> Natureza das relações <b>sociointeracionais</b> construída pela imagem	
<b>Contato interacional</b>	Os elementos que compõem a imagem são objetos do olhar daquele que observa. Então não há uma demanda, e sim a <b>oferta</b> .
<b>Distância Social</b>	<b>Plano aberto</b> ( <i>long shot</i> ), tal enquadramento torna a composição mais impessoal, pois quanto maior for o plano, maior o estranhamento entre observador (participante interativo) e participante representado.
<b>Perspectiva</b>	<b>Ângulo oblíquo</b> - que indica um não envolvimento de quem observa e de quem está sendo observado
<b>Modalidade ou valor da realidade</b>	<b>Naturalista</b> - aproxima e contextualiza a imagem do real

Quadro 11- Metafunção interativa (baseada em Kress e van Leeuwen, 1996)

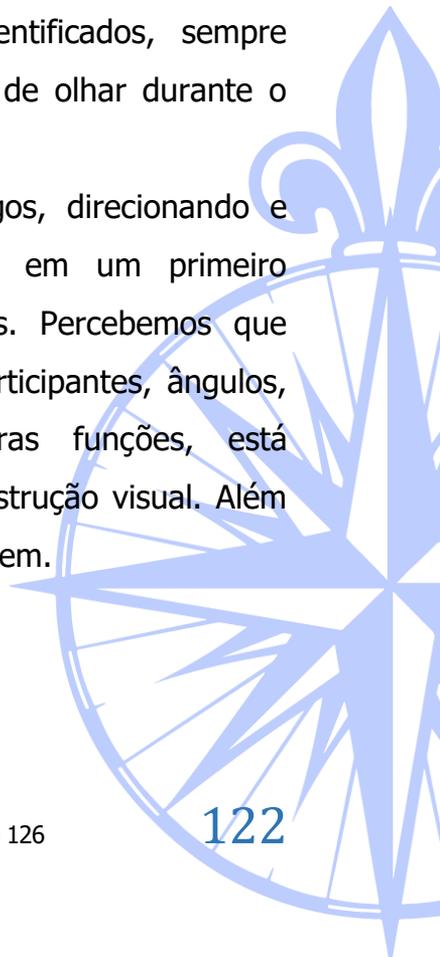
Flora Constance Moura **FERNANDES**  
 Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

<b>Metafunção textual/ composicional</b> Significações construídas pela imagem	
<b>Valor de informação</b>	Sob a ótica do dado temos o corpo da moradora de rua e como o novo a frase " <i>o amor é o dom maior!Ame...</i> "
<b>Estruturação</b>	Forte - cada elemento que compõe a cena é facilmente identificado.
<b>Saliência</b>	A moradora de rua em um carrinho de mão é o elemento de maior ênfase na cena.

Quadro 12- Metafunção composicional (baseada em Kress e van Leeuwen, 1996)

Dessa maneira, consideramos os estudos de Kress e van Leeuwen apropriados na disposição de um sistema funcional para construção e leituras de textos visuais. Podemos destacar a complexidade na tentativa de descrever as imagens através de palavras, pois as palavras descrevem, mas não podem revelar completamente a sua matéria visual. Mesmo que alguns signos visuais sejam fáceis de serem identificados, sempre comporão maneiras de ver diferentes, pois é o ato de olhar durante o processo que a constitui e não a relação com o verbal.

A linguagem não-verbal propõe vários diálogos, direcionando e mediando questionamentos que não se esgotam em um primeiro momento, constantemente sugerindo novas leituras. Percebemos que quando um fotojornalista enquadra determinados participantes, ângulos, perspectivas, modalidades, saliências, entre outras funções, está procurando conectar elementos internos de uma construção visual. Além de refletir o discurso de muitas vozes em uma só imagem.



## Considerações Finais

Nesse momento da nossa investigação, devemos sintetizar o caminho até aqui estabelecido, de maneira a extrair algumas consequências fundamentais, que permitam tornar o conjunto de relações apresentado mais evidenciado. Nosso estudo sobre a fotografia procurou deixar demonstrada, os jogos visuais, as articulações entre texto e imagem, entre texto e contexto, e nos deram um panorama senão completo, pelo menos razoável, da organização interna e de seus diferentes efeitos e com o objetivo de pôr em evidência o fotojornalismo local (pessoense), trazendo como objeto empírico três fotógrafos de reconhecida notoriedade para a sociedade. Em suma, o trabalho dos fotojornalistas é de extrema importância, fornecendo uma visão particular e poderosa dos acontecimentos do mundo, promovendo o entendimento, a reflexão e a ação.

As fotografias capturadas pelos fotojornalistas envolvidos neste estudo proporcionam uma representação visual dos eventos, histórias e questões que permeiam o mundo ao nosso redor. Elas servem como complemento e enriquecem as narrativas jornalísticas, permitindo que o público compreenda melhor os acontecimentos por meio da imagem. Como resultado, essas fotografias têm o poder de influenciar a maneira como as pessoas percebem e entendem determinados períodos ou acontecimentos.

Neste percurso procuramos juntar os elementos que permitiram a integração da fotografia ao campo da semiótica, analisando e pondo em evidência as relações sógnicas presentes nas peças fotojornalísticas publicadas em jornais impressos, e verificando os sentidos que se

Flora Constance Moura **FERNANDES**

Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

manifestam. Procuramos demonstrar que a fotografia, enquanto signo, não reside propriamente em se expressar, nem na imagem, nem no mundo, mas na relação dinâmica que se estabelece entre esses polos.

Partindo dessa conjectura, o que fizemos em nosso estudo foi, em síntese, determinar um olhar diferenciado sobre a produção jornalística, tomando como auxílio a semiótica peirciana e vetores extraídos da gramática visual de Kress e van Leeuwen. As análises nos mostraram que os aspectos representacionais, interativos e composicionais das fotografias, se constituem como mecanismo para a compreensão dos discursos que permeiam a representação de assuntos socialmente significativos nas imagens fotojornalísticas.

Os estudos de Kress e van Leeuwen nos ajudam a compreender o funcionamento dos discursos imagéticos. Os produtores desses registros narram os fatos a partir de um conjunto de experiências já vividas e internalizadas, trazendo essas imagens como reflexo do exercício do profissional. Mesmo que essas imagens sejam voltadas para a produção midiática, envolvendo comunicabilidade rápida e descomplicada, essa atividade também busca uma “racionalidade imaginativa”. E neste ponto os instrumentos teóricos e de análises nos ajudam a entender as estratégias de produção sígnica.

Uma das funções do texto fotográfico é fazer com que o leitor veja um lado invisível das coisas e, mesmo dos signos. O poder de encantamento que uma imagem nos submete e nos conduz para significações as quais as representações icônicas ocultam.

Finalmente, ao aplicarmos o método semiótico, constatamos que deve ser extremamente flexível e aberto, porque as trilhas da significação são, em boa parte, imprevisíveis, e quando elas se cristalizam, ficam instáveis, graças à diversidade de fatores que determinam as significações. É o que compreendemos diante da fluidez dos signos. Nossa

## FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DE TRÊS PEÇAS FOTOGRÁFICAS PREMIADAS

expectativa, ao levantar essas questões e trazê-las à tona, é que novos estudos surjam e enriqueçam a argumentação aqui apresentada.

Também é importante salientar que os jornais impressos mencionados nesta pesquisa já não estão mais em circulação, sendo a mídia digital predominante. O fotojornalismo enfrenta uma série de desafios no futuro, incluindo a questão da integridade e autenticidade devido ao aumento da manipulação de fotografias jornalísticas. A competição nas mídias sociais também é um fator significativo, já que oferecem uma plataforma rápida e ampla para a distribuição de imagens, competindo diretamente com o fotojornalismo tradicional. Além disso, a sustentabilidade econômica é crucial para garantir a qualidade das imagens, o que requer investimento na contratação de fotógrafos profissionais. Assim como a promoção da diversidade e inclusão continuará sendo um desafio constante para o fotojornalismo, pois é essencial representar uma ampla variedade de perspectivas e experiências.

### Referências

BITTONI, Dulcilia Schroeder. **Fotografia e jornalismo: a informação pela imagem** / Dulcilia Schroeder; Magaly Prado (organizadora da coleção). São Paulo, Saraiva, 2017.

KRESS, Gunther e VAN LEEUWEN, Theo. **El discurso como estructura y proceso**. Barcelona, Gedisa editorial, 2000.

KRESS, Gunther. **Literacy in the new media age**. London and New York, Routledge, 2003.

KRESS, Gunther e VAN LEEUWEN, Theo. **Reading Images**. The grammar of visual design. London and New York: Routledge, [1996], 2006.

MAMMI, Lorenzo; SCHWARCZ, Lilia Moritz (org.). **8x fotografia: Ensaios**. São Paulo: Companhia das letras, 2008. 183p.

Flora Constance Moura **FERNANDES**  
Bernardina Maria Juvenal Freire de **OLIVEIRA**

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. 2. Ed. São Paulo: Perspectiva, 1990.

PEIRCE, Charles Sanders. Razón e invención del pensamiento pragmatista. **Anthropos**, n. 212, p. 132-139.

ROUILLÉ, André. La photographie. **Entre document et art contemporain**, Gallimard, coll. Folio essais, 2005, 704 p.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker, 2001.

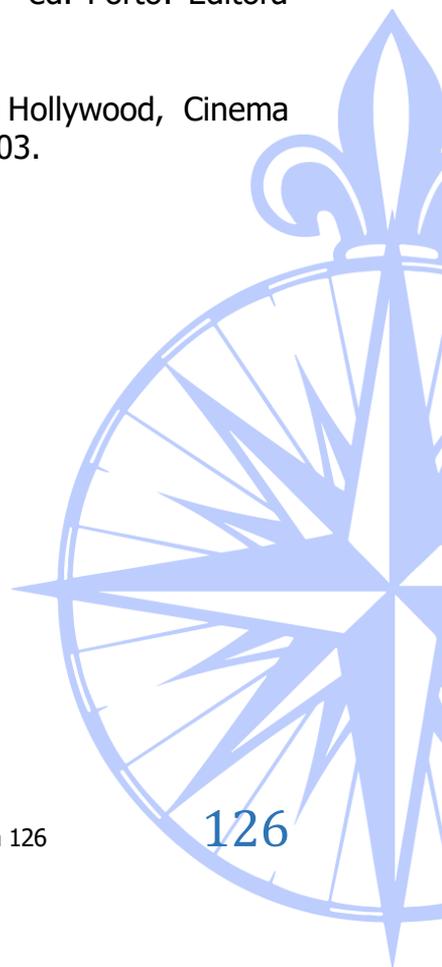
\_\_\_\_\_. **A teoria geral dos signos**. São Paulo: Ática, 1999.

\_\_\_\_\_. **O que é semiótica?** São Paulo: Brasiliense, 2007.

SILVA, Silvano Alves Bezerra da. **Estética utilitária**: interação através da experiência sensível com a publicidade. João Pessoa: A União Editora/Editora da UFPB, 2010.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo**: Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. 1ª ed. Porto: Editora Letras Contemporâneas, 2002.

XAVIER, Ismail. **O olhar e a cena** – Melodrama, Hollywood, Cinema Novo, Nelson Rodrigues. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.



# O JORNALISMO DE DADOS COMO ESTRATÉGIA PARA O RESGATE DA CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA

## DATA JOURNALISM AS A STRATEGY TO RESCUE NEWS CREDIBILITY

Kátia Kelvis CASSIANO<sup>1</sup>

Ícaro Gonçalves dos SANTOS<sup>2</sup>

Universidade Federal de Goiás | Brasil

### Resumo

Nos últimos anos, recortes de ataques a jornalistas e veículos da imprensa registrados em diferentes relatórios de entidades representativas suscitam um contexto de descredibilização das instituições jornalísticas, que se agrava em meio às redes sociais digitais e a circulação de *fake news*. O presente trabalho apresenta uma discussão sobre como o Jornalismo de Dados, campo relativamente novo, tem o potencial de contribuir para a revitalização da credibilidade jornalística. Por meio de revisão bibliográfica, são apresentados argumentos que destacam os benefícios do uso de elementos gráficos, análise e visualização de dados na construção de confiança do cidadão-leitor e na percepção de veracidade no que é noticiado.

### Palavras-chave

Jornalismo de Dados; Credibilidade jornalística; *Fake News*; Pós-verdade; Análise de dados.

### Abstract

In recent years, journalistic institutions are going through a serious crisis of credibility, with records of attacks against journalists and press vehicles being registered in different reports of representative entities. The context of discrediting is aggravated by digital social networks and the circulation of fake news, which emulate journalistic work to spread lies. The present work raises questions related to Data Journalism and how this relatively new field has the potential to contribute to the revitalization of journalistic credibility. With a bibliographic review, arguments are presented that highlight the beneficial role of graphics and visualizations in building citizen-reader confidence and in the perception of veracity in what is reported.

### Keywords

Data Journalism; News credibility; Fake News; Post-truth; Data analysis.

RECEBIDO EM 19 DE JUNHO DE 2023  
ACEITO EM 21 DE NOVEMBRO DE 2023

<sup>1</sup> Professora Adjunta do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM-UFG). Doutora em Engenharia de Sistemas e Computação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) (2017). Mestra em Engenharia Biomédica pela UFRJ (2010). E-mail: katiakelvis@ufg.br.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM-UFG). Jornalista pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás). E-mail: icarogon1@gmail.com.



## Introdução<sup>3</sup>

O jornalismo, como um campo social e profissional voltado à produção noticiosa e de grande importância para funcionamento da democracia, sofreu ao longo dos anos perda parcial de sua credibilidade. Tal fenômeno está relacionado ao crescimento no número de ataques à imprensa e a profissionais do campo jornalístico, engendrados especialmente por atores políticos que utilizam de apelos a emoções e ideologias para manipulação da opinião pública, configurando um contexto denominado por Keyes (2018) por “era da pós-verdade”.

Este cenário de ofensiva é composto por ataques a profissionais da imprensa e tem sido registrado em diferentes relatórios. É o caso do relatório Violência contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil, produzido pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj); do Relatório de Violações à Liberdade de Expressão, produzido anualmente pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert); além do balanço de ataques contra a imprensa produzido pela ONG internacional Repórteres Sem Fronteiras (RSF).

No documento produzido pela Fenaj, a entidade afirma que 2021 “foi o [ano] mais violento para os jornalistas brasileiros, desde o começo da série histórica dos registros dos ataques à liberdade de imprensa, iniciada na década de 1990”. Em 2019, o relatório compilou um total de 208 ataques sofridos, dos quais 114 (54,8%) foram atos de descredibilização. Até aquele ano, nenhum relatório desde 1990 havia

---

<sup>3</sup>O artigo contempla uma versão revisada e ampliada de trechos da dissertação de mestrado intitulada “O Jornalismo de Dados e a credibilidade jornalística: estudo de caso sobre o núcleo Deltafolha, do jornal Folha De São Paulo”, de autoria do coautor sob orientação da autora, desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM-UFG).

## O JORNALISMO DE DADOS COMO ESTRATÉGIA PARA O RESGATE DA CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA

registrado mais de 200 ataques anuais. Em 2020, foram registrados 428 ataques, sendo 152 (35,5%) casos de descredibilização, e em 2021 foram 430 ataques, com 131 (30,4%) de descredibilização.

Já o relatório da Abert compila, além de ataques presenciais, casos desenvolvidos a partir das interações nas redes sociais, onde o número cresce exponencialmente. Segundo o documento referente a 2020, naquele ano foram registrados 42 milhões de publicações (*Twitter*, *Facebook*, ou em perfis abertos do *Instagram*) que citavam as palavras “jornalismo”, “mídia”, “jornalista” ou “imprensa”. Destas publicações, pelo menos 2,9 milhões foram ataques contra o jornalismo e seus profissionais, com palavras de baixo calão, expressões pejorativas e depreciativas. O quantitativo representou 7,9 mil ataques virtuais por dia, 331 por hora, e quase seis ataques ao jornalismo brasileiro a cada minuto.

Canalhas, escória, lixo, ratazanas... Estes e outros termos pejorativos foram usados, durante todo o ano de 2020, para depreciar a atuação da imprensa. Proferir palavras de baixo calão, xingar e até mesmo colocar em xeque o caráter e a credibilidade de profissionais da comunicação ganharam ainda mais força nas coberturas presenciais (ABERJ, 2021, p. 37).

Paralelamente ao aumento da violência, observa-se um aumento na circulação de informações falsas em meio às redes sociais digitais, comumente chamadas de *fake news*, que imitam o estilo de redação jornalística e emulam a autoridade deste campo perante a população. Tais processos são sintomáticos do contexto de banalização do valor de verdade do jornalismo, ou seja, do predicado correspondente à sua capacidade de construir conhecimento baseado na evidência, na verossimilhança (Charaudeau, 2019).

Apesar desses efeitos deletérios, os agentes do campo jornalístico não podem ser considerados inertes frente aos problemas relacionados à crise da credibilidade. Diversas formas de se defender contra as pós-verdades e as *fake news* e de reavivar a credibilidade têm sido discutidas,

Kátia Kelvis **CASSIANO**  
Ícaro Gonçalves dos **SANTOS**

tanto pela área acadêmica quanto pela área profissional, dentre as quais se destacam os debates sobre o Jornalismo de Dados.

## O que é o Jornalismo de Dados

No que tange à definição de jornalismo de dados, pode-se observar a existência e uso de três termos da literatura estrangeira sobre o tema, sendo eles: *data journalism*, *data-driven journalism* e *database journalism*, que em tradução livre podem ser lidos como Jornalismo de Dados, Jornalismo Guiado por Dados e Jornalismo de Base de Dados, respectivamente, sendo os dois primeiros os mais usados. Para Träsel (2014), à época de seu estudo, inexistia bibliografia e discussão sistemática sobre as diferenças conceituais entre os termos, de forma que jornalistas dessa área e até alguns pesquisadores os usavam como sinônimos. Mais recentemente, Ribeiro *et al.* (2018, p. 65) esclarece que o *data journalism* estaria ligado ao uso de dados como apoio às reportagens, enquanto o *data-driven journalism* pressupõe “os dados como elementos centrais nas narrativas, ou seja, são definidores do fluxo do trabalho jornalístico”. Nesse caso, o foco estaria, portanto, no ‘contar’ ou ‘narrar os dados’.

Já no *database journalism* a centralidade deixaria de ser a narrativa para radicalizar o enfoque às bases de dados. Para Martinho (2014 *apud* Ribeiro *et al.*, 2018, p. 65), o *database journalism* se utiliza das bases de dados como elementos essenciais capazes de “disponibilizar produtos em formatos que tradicionalmente não estão ligados às práticas jornalísticas, por exemplo, simuladores com atualizações em tempo real, filtros de dados dinâmicos, etc”.

Embora existam diferenças na gênese e na justificação de cada termo, os princípios produtivos que perpassam o fazer jornalístico nos três conceitos são os mesmos, sendo preferível o uso do conceito em sua forma mais simplificada: Jornalismo de Dados.

O Jornalismo de Dados compreende um conjunto de processos produtivos no qual o jornalista se baseia em dados para gerar informações, sendo entendido, portanto, como uma forma potencialmente mais confiável de transmitir informação, no âmbito do público receptor. Conforme aponta Vasconcellos (2014, p. 7), os novos procedimentos e técnicas para redação de matérias jornalísticas pautadas em dados abertos “ajudou os jornalistas a aprimorarem o seu próprio conhecimento acerca da realidade social e política, reduzindo a dependência de fontes externas ao processo de produção e análise da informação”.

Träsel (2014, p. 106) compreende o Jornalismo de Dados como sendo o gênero jornalístico que reúne “diversas práticas profissionais, cujo ponto em comum é o uso de bases de dados como principal fonte de informação para a produção de notícias”. Em suas rotinas é comum o uso de “técnicas de visualização de dados e infográficos, criação e manutenção de bases de dados e política de acesso à informação e transparência pública de governos” (Träsel, 2014, p. 107).

Para Vasconcellos (2014), já é possível aos profissionais e cientistas que estudam essa área definir o perfil de atuação e algumas rotinas produtivas. O autor afirma que entre as características do Jornalismo de Dados estão o emprego de técnicas de busca e de análise de dados com o objetivo de:

transformá-los em notícia e apresentá-los na *web* com o uso de recursos que podem ser fatores decisivos na disseminação do conhecimento produzido, bem como de redução do esforço cognitivo necessário que o cidadão deve empreender para compreender a mensagem (Vasconcellos, 2014, p. 7-8).

Kátia Kelvis **CASSIANO**  
Ícaro Gonçalves dos **SANTOS**

Embora possam ter variações no que tange à definição do processo de produção do Jornalismo de Dados, as etapas se apresentam de forma geral como: a) coleta de dados ou informações numéricas existentes em planilhas e documentos virtuais em meio à *web*; b) organização e padronização desses dados com uso de *softwares*; c) contextualização e interpretação dos dados com uso de métodos e técnicas de análise estatística, a fim de se encontrar os fatos relevantes à opinião pública; d) combinação dos dados analisados com outras bases e a apresentação dos resultados na forma de reportagens, notícias ou demais formatos jornalísticos, explorando o uso de infográficos e outros elementos gráficos (Vasconcellos, 2014).

Neste sentido, o jornalista que se especializa nessa área, adquirindo a alcunha de jornalista de dados, lida de forma recorrente com o cruzamento de informações em planilhas que, por vezes, apresentam quantidade elevada de dados. Para isso, os profissionais utilizam computadores e *softwares* específicos para análise de dados, explorando as potencialidades hipermediáticas.

Para Bounegru (2012), o primeiro esforço no sentido de conceituar o termo Jornalismo de Dados ocorreu em 2006 pelo programador Adrian Holovaty, a partir da recomendação do uso de técnicas de gerenciamento de bases de dados nas redações como forma de possibilitar o reaproveitamento de informações coletadas e apuradas no dia a dia dos jornalistas. Ou seja, propôs que os jornalistas implementassem em suas rotinas a criação de bases de dados estruturados sobre os assuntos noticiados. “Esses dados livres, armazenados em bases, poderiam ser posteriormente agregados, cruzados, analisados e transformados em visualizações gráficas” (Träsel, 2014, p. 110).

O autor ainda cita como exemplo hipotético o caso de repórteres que geralmente cobrem temas ligados a crimes ou acidentes, comuns em editoriais de assuntos gerais. Os profissionais poderiam iniciar a construção de um banco de dados no qual sejam compiladas informações sobre os incêndios na cidade, registrando o dia, local, número de vítimas, causa dos incidentes conforme perícia, idade dos imóveis incendiados, entre outros fatos relevantes. Esses dados seriam reunidos ao longo dos meses, até que:

A partir de uma determinada quantidade de registros, algumas tendências poderiam começar a ser percebidas. Por exemplo, ao filtrar e classificar as causas de incêndios e cruzá-las com a idade média dos prédios atingidos, o repórter poderia perceber que após um certo limite de idade podem começar a ocorrer falhas elétricas. De posse desta informação, o repórter poderia então realizar uma reportagem a respeito da prevenção deste tipo de falha, acompanhada de visualizações gráficas sobre as causas mais frequentes de sinistros na série histórica disponível em seus registros (Holovaty, 2006 *apud* Träsel, 2014, p. 110).

Posteriormente, em 2011, Bradshaw (2011) define o processo do Jornalismo de Dados a partir de cinco etapas, quais sejam: a) compilação; b) limpeza; c) contextualização; d) combinação; e) comunicação.

A primeira etapa, a de compilação, Bradshaw (2011) explica ser o processo de coleta de dados, o qual pode ser feito pelo próprio jornalista construindo uma base de dados a partir de questionários, investigação de documentos ou de forma automatizada na *web* usando técnicas de *webscraping*. As bases também podem ser fornecidas por terceiros, como por instituições públicas ou privadas, organizações dedicadas à pesquisa, entre outros casos. Com uma ou mais bases de dados em mãos, o jornalista pode iniciar sua investigação, identificar relações e tendências e, de certa forma, ampliar a compreensão sobre algo.

A etapa de limpeza diz respeito à eliminação de possíveis erros humanos e a padronização da descrição dos dados. O jornalista deve se certificar de que não existam erros nos dados que possam comprometer a

Kátia Kelvis **CASSIANO**  
Ícaro Gonçalves dos **SANTOS**

análise além, é claro, da confiança no que for noticiado. Para Träsel (2014, p. 112) “trata-se de um processo análogo ao da checagem durante a edição de uma reportagem tradicional, em termos de sua função na rotina produtiva”. É necessário também dispor as bases de dados em formatos de arquivos padronizados (CSV, XLSX, por exemplo), de forma a possibilitar posteriores combinações.

A terceira etapa é a contextualização, cujo objetivo é analisar o grau de confiança que os dados expressam, assim como aplicar o “faro noticioso” a fim de se encontrar informações com valor-notícia. Ou seja, nessa etapa o jornalista busca identificar o que é relevante para se tornar notícia. Conforme apontado por Bradshaw (2011), uma base de dados dificilmente apresentará conteúdo informativo relevante por si só. Muitas vezes, seu potencial noticioso se revela quando for contrastada com outras fontes de dados de forma contextualizada. Como exemplifica Bradshaw (2011):

Saber o número de crimes numa cidade é interessante, mas só se torna significativo quando você o contextualiza comparando com a população, ou o número de policiais, ou os níveis de criminalidade de 5 anos atrás, ou a percepção de criminalidade, ou níveis de desemprego, e assim por diante. (Bradshaw, 2011a, s.p.)

E em se tratando de base de dados, aplicar o “faro noticioso” significa que o jornalista deverá recorrer a técnicas estatísticas para extrair uma ideia de pauta a partir dos dados, assim como empreender um processo analítico baseado em interpretações de padrões e experiências pretéritas.

A quarta etapa, chamada por Bradshaw (2011) de combinação, é considerada a parte final da apuração sobre os dados. É quando o jornalista irá combinar a base de dados em análise com outra ou outras que possuam dimensões compartilhadas. *Softwares* capazes de analisar planilhas com milhares, por vezes milhões de linhas de dados

## O JORNALISMO DE DADOS COMO ESTRATÉGIA PARA O RESGATE DA CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA

estruturados, possibilitam o cruzamento e a descoberta de padrões, tendências e relações. A apresentação dinâmica por meio de formatos variados, permite uma experiência completa e interativa pelo cidadão-leitor.

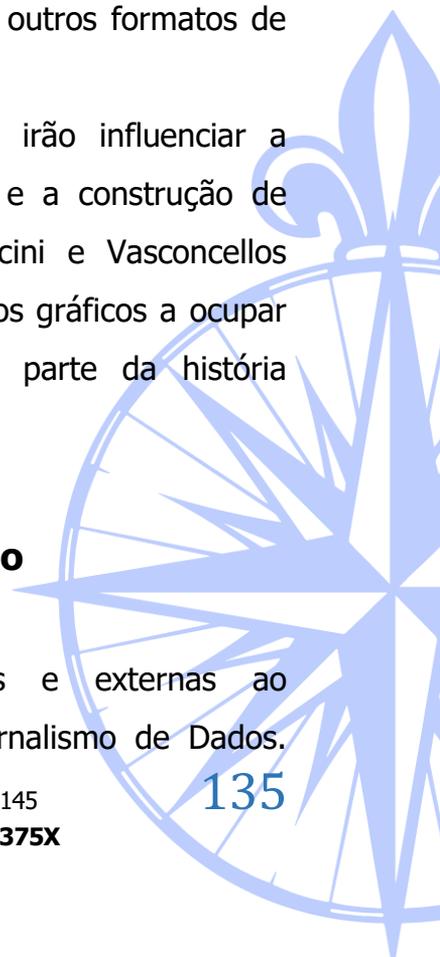
No exemplo acima, apresentado por Bradshaw (2011a), sobre o número de crimes em uma cidade, o jornalista poderia compilar esses números em todos os municípios de um estado e, posteriormente, combiná-los com outra base de dados que apresente a população total de cada um. Assim, seria possível inferir quais os municípios com maior taxa de crimes proporcionalmente à sua população.

Por fim, é essencial no Jornalismo de Dados apresentar as informações resultantes de forma compreensível ao leitor, o que é feito na etapa nomeada de comunicação. Assim como nos formatos jornalísticos tradicionais, haverá a apresentação das informações em uma narrativa textual, explorando não somente o consolidado modelo de pirâmide invertida, mas também narrativas mais modernas com uso de *storytelling*. Neste cenário específico, o diferencial é a apresentação dos dados analisados por meio de elementos gráficos, mapas e outros formatos de infografias.

É importante ressaltar que estes elementos irão influenciar a compreensão dos leitores sobre o que é noticiado e a construção de sentido sobre a informação. Como destacam Mancini e Vasconcelos (2016, p. 76), no Jornalismo de Dados “não são meros gráficos a ocupar um espaço na página, são gráficos que contam parte da história apresentada na página”.

### Jornalismo de Dados na era da informação

As transformações paradigmáticas internas e externas ao jornalismo contribuíram para o delineamento do Jornalismo de Dados.



Kátia Kelvis **CASSIANO**  
Ícaro Gonçalves dos **SANTOS**

Mais do que isso, esses processos criaram um contexto no qual o Jornalismo de Dados não só se fez possível, mas também necessário.

Isso porque as informações facilmente acessadas por meio da Internet, computadores e *smartphones*, ou as informações de órgãos públicos disponibilizadas pelos gestores, por si só não garantem cidadãos mais informados. Lupia e McCubbins (1998) avaliaram, ainda no final da década de 1990, que um dos grandes dilemas das democracias modernas é o fato de haver uma quantidade gigantesca de fontes de dados, mas, ao mesmo tempo, cidadãos pouco ou mal informados. Ou seja, apesar da abundância de dados - o fenômeno *Big Data* - não há compreensibilidade e tal situação agrega danos:

Sem saber o que as instituições e o poder político fazem ou deixam de fazer, restringimos e muito a nossa capacidade de tomar decisões, como a de punir políticos que não atendem às nossas expectativas, ou a de premiar aqueles que avaliamos positivamente. [...] A maneira pela qual ela [informação] está à disposição do cidadão e como ele pode se apropriar das informações afetam a sua capacidade de decisão em assuntos públicos. Em linhas gerais, e até com certo exagero, poderíamos dizer que a qualidade e a diversidade da informação produzida pelo jornalismo interferem direta ou indiretamente na relação entre representante e representado, espinha mestra da democracia tal qual a conhecemos (Vasconcellos, 2014, p. 4).

Em linhas gerais, a escassez de tempo que cidadãos dispõem em suas rotinas para se inteirar dos fatos que os cercam e o alto custo cognitivo que a interpretação de temas sociais complexos demanda, como política e economia, comprometem substancialmente a apropriação da informação. Neste sentido, o Jornalismo de Dados pode ser visto "como a área do jornalismo capaz de produzir atalhos informativos ao cidadão comum a partir de bases de dados que o ajudam a entender e a explicar a realidade política e social das democracias" (Vasconcellos, 2014, p. 7).

De certa forma, o Jornalismo de Dados nasceu e cresceu nos últimos anos especialmente por seu potencial de dispor aos cidadãos maior qualidade da informação - clara, precisa e checável - sendo

## O JORNALISMO DE DADOS COMO ESTRATÉGIA PARA O RESGATE DA CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA

fundamental na execução da democracia representativa. A informação de qualidade, coletada em fontes confiáveis e não influenciada por interesses comerciais ou ideológicos, tem sido primordial para o *accountability* político - prestação de contas e transparência dos atos políticos. Neste sentido, a prática do Jornalismo de Dados se torna relevante na construção da democracia deliberativa e do capital simbólico de credibilidade das organizações que o produzem.

### Um possível caminho: Jornalismo de Dados como forma de resgatar a credibilidade jornalística

O primeiro ponto no qual o Jornalismo de Dados se destaca é na capacidade das reportagens baseadas em dados transmitirem informações relevantes aliando o credível com o interessante e atrativo. Charaudeau (2019), ao falar do contrato de comunicação entre mídias e sociedade, destacou a visada de informação como elemento legitimador da imprensa, que ajuda no processo de conquista de credibilidade. Mas o autor também deixa claro a existência da visada da captação, aquela que leva os meios de comunicação a criarem estratégias para atrair a maior parcela de público possível, fazendo sutis apelos às emoções, de modo a desencadear interesse pela informação.

Ou seja, Charaudeau (2019) entende que as mídias são atravessadas continuamente por uma contradição entre os pólos de credibilidade - baseada na austeridade racionalizante da informação - e da captação, baseada na imaginação dramatizante. Para o autor (2019, p. 93), não faz sentido levar a eterna discussão sobre a objetividade pura da informação, pois, “uma mídia que só satisfizesse ao rigor sóbrio e ascético do fazer saber estaria condenada a desaparecer”.

Em sentido próximo, mas trazendo a discussão para o contexto da pós-verdade, D’Ancona (2018) entende o fenômeno como sendo algo de

Kátia Kelvis **CASSIANO**  
Ícaro Gonçalves dos **SANTOS**

ordem emocional, de forma que seria inútil tentar combatê-lo a partir da frieza objetiva dos dados verificados ou das estatísticas, por mais factuais que sejam. Nas palavras do autor (2018, p. 110), “é um erro comum confundir dados com verdade: os primeiros permeiam o último, mas não são a mesma coisa”.

Nas circunstâncias corretas, uma mentira pode ser derrotada pela aplicação habilidosa dos fatos. No entanto, a pós-verdade é, acima de tudo, um fenômeno emocional. Diz respeito à nossa atitude em relação à verdade, e não à própria verdade. A partir disso, deveria ficar claro que o contra-ataque tem de ser emocionalmente inteligente e também rigorosamente racional (D’Ancona, 2018, p. 110-111).

Dessa forma, D’Ancona (2018) deixa claro àqueles que se responsabilizam pela comunicação dos fatos e transmissão de conhecimento a necessidade de se adaptar aos imperativos emocionais e racionais das sociedades contemporâneas, uma vez que a verificação rotineira e a defesa de ideias puramente intelectuais já não surtem efeito. Defender a verdade factual como remédio para a “doença cognitiva de nosso tempo” exige uma entrega que se adapte ao contexto, que conquiste a atenção e, com isso, a torne apta a de fato ser consumida e compreendida.

É nesse ponto que a produção de Jornalismo de Dados pode se distinguir dos modelos tradicionais de fazer jornalismo, nos quais o apelo a uma objetividade e a imparcialidade foram, no passado, suficientes para construir a percepção de credibilidade. A análise criteriosa de dados garante o respaldo necessário nos fatos. Por sua vez, o uso de elementos visuais possibilita uma entrega atrativa e cativante, o que é dificilmente alcançável pela transmissão unicamente textual da informação.

Como destacam Mancini e Vasconcellos (2017), o Jornalismo de Dados vai além das dimensões investigativa e interpretativa da informação. Perpassa a coleta, a discussão e criação de relações entre os

## O JORNALISMO DE DADOS COMO ESTRATÉGIA PARA O RESGATE DA CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA

dados, mas ganha maior sentido na sua dimensão comunicativa, onde o jornalista procede com a “escolha dos gráficos, cores, seleção de ícones, montagem de infográficos e elaboração de demais elementos presentes na parte de visualização da reportagem” (Gulich; Siqueira, 2018, p. 4).

Essa capacidade de impacto sensorial e emocional das visualizações é de grande importância para o Jornalismo de Dados, uma vez que, como destacam Paschoarelli, Campos e Santos (2015 *apud* Gullich; Siqueira, 2018), a estética “não afeta apenas a percepção visual, mas também pode proporcionar a sensação de prazer, conforto, bem-estar, alegria e satisfação”. O despertar dessas sensações guiam a leitura, tornando o leitor apto não só a compreender o que é descrito, mas também a recepcionar o conteúdo com uma experiência mais agradável, o que pode beneficiar a criação de vínculos de confiança.

Outro ponto em defesa da produção do Jornalismo de Dados está relacionado à sua proximidade com os métodos e com a transparência científica e, portanto, da confiança instituída na ciência. As bases do Jornalismo de Dados residem na vertente Jornalismo de Precisão, pensado por Phillip Meyer (2002) como uma proposta para aproximar as estratégias de elaboração noticiosa dos métodos científicos. Dessa forma, a informação poderia ganhar autoridade por ser elaborada a partir de um ferramental metodológico que se aproximasse da ciência e se afastasse do senso comum.

A questão do jornalismo como atividade localizada entre o senso comum e a ciência foi discutida por Park (1976), entendendo serem as notícias formas de conhecimento enquadradas no *continuum* entre o “conhecimento de” e o “conhecimento acerca de”. O primeiro diz respeito a conhecimentos que os seres adquirem através do contato habitual com o mundo circundante e das experiências individuais, um conhecimento pouco articulado e pouco comunicável. O segundo está relacionado a

Kátia Kelvis **CASSIANO**  
Ícaro Gonçalves dos **SANTOS**

conhecimentos formais e analíticos, baseados na observação sistemática e rotulada das coisas, sendo também mais comunicável e inteligível.

Para Park (1976), as notícias produzidas pelos jornalistas a partir de seus rituais deontológicos se aproximam do “conhecimento acerca de”, mais especificamente do conhecimento construído pela História, mas sem de fato ser história. Isso porque, na visão do autor, o conhecimento jornalístico trata-se de algo altamente perecível e que aborda somente acontecimentos isolados, sem relacioná-los uns aos outros.

A notícia não é História e seus fatos não são fatos históricos. Não é História porque, em primeiro lugar, se refere, em conjunto, a acontecimentos isolados e não procura relacioná-los uns aos outros nem como sequências causais nem como sequências teleológicas. A História não só descreve os acontecimentos, mas também procura colocá-los no lugar que lhes cabe na sucessão histórica e, fazendo-o, descobrir as tendências e forças subjacentes que neles encontram expressão (Park, 1976, p. 174).

Ou seja, o jornalismo tradicional já era entendido por Park na década de 1970 como uma forma de transmissão dos fatos que construía um conhecimento que ainda resguardava certa distância da ciência. Com o desenvolvimento do Jornalismo de Precisão e as evoluções posteriores até a emergência do Jornalismo de Dados, essa distância pode ter sido encurtada.

Meyer (2002) considerou a utilização de metodologias das ciências sociais por parte do jornalismo como forma de obter maior veracidade e objetividade ao que é noticiado. Como relatado por Tuchman (1971), a preocupação com a objetividade é antiga no jornalismo, sendo usada como argumento contra as críticas e acusações de parcialidade. Geralmente as estratégias para essa objetividade envolvem a apresentação de opiniões e possibilidades conflitantes (expor ‘os dois lados’); o uso de provas auxiliares ou fatos suplementares; o uso rigoroso de aspas e a estruturação da informação numa sequência lógica, o *lead* (Tuchman, 1971).

Porém, tal objetividade é usada no jornalismo tradicional meramente de forma mecânica, como um “ritual estratégico”, bem explicado na frase “se todos os repórteres reunirem e estruturarem os ‘fatos’ de um modo descomprometido, imparcial e impessoal, os prazos serão respeitados e os processos de difamação evitados” (Tuchman, 1971, p. 77). O que aparenta ser novo com o Jornalismo de Dados é a busca por uma objetividade disciplinar, que busca consenso a partir do conhecimento científico gerado, ou seja, do “conhecimento acerca de” um fato.

Porter (1995 *apud* Träsel, 2014) explica a diferença entre esses tipos de objetividade. Para o autor, existem três tipos: absoluta, mecânica e disciplinar. A primeira se relaciona “à abstração filosófica da realidade como ela é”. A segunda diz respeito à “aplicação de procedimentos e condutas no desempenho de tarefas científicas ou profissionais”, enquanto a terceira “remete ao consenso a respeito de premissas e pressupostos dentro de uma comunidade científica”.

A objetividade disciplinar aparenta ser comum nos círculos fechados das comunidades científicas, com o alcance de consensos sobre novas descobertas. Porém, adaptá-la ao contato com o grande público, com a sociedade, público-alvo do jornalismo, foi considerado algo complexo demais para ser alcançado. A saída foi recorrer à objetividade mecânica, baseada na aplicação rotineira dos métodos (Träsel, 2014). Como resultado, no jornalismo tradicional impera as notícias baseadas nas declarações de fontes oficiais e na superficialidade informativa.

Retomando a discussão de Park (1976), o que o Jornalismo de Dados aparenta fazer é ir além da construção do conhecimento precível e da divulgação de acontecimentos isolados. Ele faz apelo à transparência dos métodos utilizados na coleta, limpeza e análise de dados como forma de recorrer a uma objetividade disciplinar capaz de proporcionar

Kátia Kelvis **CASSIANO**  
Ícaro Gonçalves dos **SANTOS**

replicabilidade transpessoal, como forma de permitir a existência de uma verdade verificável. Mas também alcança um nível além, o da contextualização social da informação. Como relata Träsel (2014, p. 106), “as técnicas de pesquisa social e a aplicação da informática a bases de dados públicas podem fornecer os números necessários para estabelecer um consenso em relação aos fatos relatados e conferir credibilidade à reportagem”.

Por fim, cabe destacar mais um fator na prática do Jornalismo de Dados que pode beneficiar a credibilidade dos meios de comunicação, a saber, sua capacidade de promover o acesso à informação de interesse público proveniente de dados governamentais. Para Jamil (2019), a prática do jornalismo há muito é defendida como uma forma de investigar e informar a sociedade sobre questões de interesse público.

Esse aspecto, inclusive, já alçou o jornalismo a um status de *Quarto Poder* nas repúblicas ocidentais e posicionou os jornalistas como “cães de guarda/*watchdogs*” do interesse público. Essas ideias, que nas últimas décadas estão em decadência (Marcondes Filho, 2005), podem estar passando por um reavivamento com a difusão de técnicas computacionais para a construção de reportagens baseadas em dados públicos, promovendo a transparência, a vigilância e responsabilização governamental e a criação de políticas públicas.

Os jornalistas desempenham um papel crucial como *watchdogs* da democracia e o surgimento do jornalismo de dados tem um papel significativo a desempenhar nesse sentido, especialmente na reportagem e na investigação de questões de interesse público. O “papel de cão de guarda” também é ampliado, pois as possibilidades que os dados criam para manter o público informado sobre histórias importantes, permite investigações mais complexas usando dados numéricos e *softwares* (Jamil, 2019, p. 4, grifos do autor, tradução nossa).

Assim sendo, os jornalistas de dados são capazes de “transformar a avalanche de dados disponíveis publicamente em *insights* úteis que

## O JORNALISMO DE DADOS COMO ESTRATÉGIA PARA O RESGATE DA CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA

mobilizam a participação dos cidadãos no processo democrático” (Jamil, 2019, p. 16, tradução nossa), o que aparenta ter potencial de beneficiar a credibilidade dos agentes jornalísticos.

### Considerações Finais

Conforme os debates levantados neste trabalho, o desafio que se impõe aos agentes do campo jornalístico é o de restabelecer a percepção de que o conteúdo noticioso produzido pelas redações se baseia em verdades factuais. O Jornalismo de Dados como campo relativamente bem definido, com práticas e preceitos próprios, possui potenciais para tal tarefa, a partir da criação de notícias e reportagens que trazem consigo a objetividade e a racionalidade da análise de dados, junto ao cativante apelo visual dos elementos visuais de variados tipos.

O caminho a ser percorrido deve ser o de construir uma nova base de legitimidade do trabalho jornalístico, com objetivo de resgatar a credibilidade, tão essencial à sociedade da informação.

### Referências

BOUNEGRU, Liliana. Data Journalism in Perspective. In: GRAY et al. (orgs.). **The data journalism handbook**: how journalists can use data to improve the news. Sebastopol: O'Reilly, 2012. [Ebook].

BRADSHAW, Paul. 6 ways of communicating data journalism (the inverted pyramid of data journalism part 2). **Online Journalism Blog**, 13 jul. 2011b. Disponível em: <http://onlinejournalismblog.com/2011/07/13/the-inverted-pyramid-of-data-journalism-part-2-6-ways-of-communicating-data-journalism>. Acesso: 25 fev. 2023.

\_\_\_\_\_. The inverted pyramid of data journalism. **Online Journalism Blog**, 7 jul. 2011a. Disponível em: <http://onlinejournalismblog.com/2011/07/07/the-inverted-pyramid-of-data-journalism>. Acesso: 25 fev. 2023.

Kátia Kelvis **CASSIANO**

Ícaro Gonçalves dos **SANTOS**

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. 2. ed. Tradução Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2019.

D'ANCONA, M. **Pós-verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. 1. ed. Barueri: Faro Editorial, 2018. Tradução Carlos Szlak.

GULLICH, G.; SIQUEIRA, F. Jornalismo de dados: a importância da apresentação gráfica na interpretação dos dados. In: **Anais do VIII Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJOR)**. FIAM-FAAM / Anhembi Morumbi – São Paulo: SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2018.

JAMIL, S. Increasing Accountability Using Data Journalism: Challenges for the Pakistani Journalists. **Journalism Practice**, v. 15, n. 1, 2019. ISSN 1751-2794.

KEYES, Ralph. **Era da pós-verdade**: desonestidade e enganação na vida contemporânea. Petrópolis: Editora Vozes, 2005.

LUPIA, A.; MCCUBBINS, M. D. **The Democratic Dilemma**: Can Citizens Learn What They Need To Know? USA: Cambridge University Press, 1998.

MANCINI, Leonardo; VASCONCELLOS, Fábio. Jornalismo de Dados: conceito e categorias. **Revista Fronteira – estudos midiáticos**, vol. 18, n. 1, p. 69-82, 2016. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2016.181.07/5300>>. Acesso em: 10 jan. 2023.

MEDEIROS, Ana B. **A reportagem com base na extração, análise e visualização de dados**. 2016. 275f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

MEYER, Philip. **Precision Journalism**: A Reporter's Introduction to Social Science Methods. 4. ed. Washington (USA): Rowman & Littlefield Publishers, 2002.

PARK, R. A notícia como forma de conhecimento. In: STEINBERG, C. (Ed.). **Meios de comunicação de massa**. São Paulo: Cultrix, 1976. p. 168–185.

O JORNALISMO DE DADOS COMO ESTRATÉGIA PARA O RESGATE DA  
CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA

RIBEIRO, A.; MARTIN, R. M.; JÚNIOR, J. L.; G., F. J. **Jornalismo de Dados: conceitos, rotas e estrutura produtiva**. 1. ed. Curitiba: Editora InterSaberes, 2018.

TRÄSEL, Marcelo. **Entrevistando planilhas: estudo das crenças e do ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil**. 2014. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

TRÄSEL, Marcelo; LISBOA, Sílvia; VINCIPROVA, Giulia. Pós-verdade e confiança no jornalismo: uma análise de indicadores de credibilidade em veículos brasileiros. **Brazilian Journalism Research**, vol. 15, n. 3, p. 452-473, 2019. Disponível em: <[https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1211/pdf\\_1](https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1211/pdf_1)>. Acesso em: 10 jan. 2023.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. (org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. 2. ed. Tradução Luís Manuel Dionísio. Lisboa, Portugal: Vega, 1999, p. 74-90.

VASCONCELLOS, Fábio. Jornalismo Guiado por Dados e sua contribuição para a agenda pública no Brasil: Um estudo de caso sobre as publicações online do Globo e do Estadão. In: I Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo, 2014, São Paulo, SP. Anais... São Paulo: **Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo**, 2014.



# NOVAS SIGNIFICAÇÕES NO AMBIENTE JORNALÍSTICO: O TRABALHO DE FACT-CHECKING DE AGÊNCIAS BRASILEIRAS EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19<sup>1</sup>

## NEW MEANINGS IN THE JOURNALISTIC ENVIRONMENT: THE FACT-CHECKING WORK OF BRAZILIAN AGENCIES AMID THE COVID-19 PANDEMIC

Marcus Vinicius de Souza VIEIRA<sup>2</sup>

Thalita MASCARELLO<sup>3</sup>

Victor GENTILLI<sup>4</sup>

Universidade Federal do Espírito Santo | Brasil

### Resumo

O artigo está centrado no fenômeno da infodemia em meio ao enfrentamento da pandemia de covid-19, num tempo marcado pelo fenômeno da pós-verdade. O objetivo é entender a dimensão da desinformação sobre a pandemia no Brasil, mediante análise do trabalho de checagem das agências Aos Fatos, Lupa, AFP Checamos, Projeto Comprova e G1 Fato ou Fake. Além da pesquisa bibliográfica, também foi realizado um levantamento das checagens publicadas entre 01 de agosto e 31 de outubro de 2020. A partir da coleta, fez-se uma análise de conteúdo considerando categorias metodológicas. Concluiu-se que as agências fazem um trabalho pelo qual há demanda, que abrange diversos formatos narrativos e os selos de classificação consolidam as agências como território de informações verídicas. Entretanto, a imprecisão das definições de verdade e o número de selos aplicados são indicativos de melhorias. Ademais, o volume de desinformação circulante reforça a necessidade de novas iniciativas.

### Palavras-chave

Jornalismo digital; *Fact-checking*; Checagem de fatos; *Fake News*; Pós-verdade.

### Abstract

This work is focused on the specifics of the infodemic in the midst of confronting the covid-19 pandemic, in a time marked by the specifics of post-truth. The objective is to understand the extent of misinformation about the pandemic in Brazil, through the analysis of the checking work of the agencies Aos Fatos, Lupa, AFP Checamos, Projeto Comprova and G1 Fato ou Fake. In addition to the bibliographic research, a survey of checks published between August 1 and October 31, 2020 was also carried out. Based on the collection, a content analysis was carried out considering methodological categories. It is concluded that the agencies do work that is in demand, which covers different narrative formats and the classification seals consolidate the agencies as a territory of truthful information. However, the imprecision of the definitions of truth and the number of seals applied are indicative of improvements. Furthermore, the volume of misinformation circulating reinforces the need for new initiatives.

### Keywords

Digital journalism; *Fact-checking*; *Fake News*; Post-truth.

RECEBIDO EM 11 DE NOVEMBRO DE 2023

ACEITO EM 23 DE NOVEMBRO DE 2023

<sup>1</sup> Artigo oriundo de dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Ufes (Póscom/Ufes).

<sup>2</sup> Jornalista e Mestre em Comunicação e Territorialidades (Ufes) - Contato: marcusovieira@gmail.com

<sup>3</sup> Mestre em Comunicação e Territorialidades (Ufes) - Contato: thalitamld@hotmail.com

<sup>4</sup> Doutor em Ciências da Comunicação (USP). Membro do corpo permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades da Ufes. Contato - vgentilli@gmail.com.

## Introdução

Este artigo tem por propósito refletir e analisar o trabalho de cinco agências de checagem brasileiras - Aos Fatos, Lupa, AFP Checamos, Projeto Comprova e G1 Fato ou Fake - no contexto da pandemia de covid-19. Para isso, a pesquisa teve como pilar estrutural uma análise quanti-qualitativa segundo os preceitos de Bardin (2015).

A proposta desta pesquisa tem suas raízes na premissa básica da garantia à liberdade de expressão e está alinhada ao campo da Comunicação enquanto direito à informação. Num contexto atravessado pela descoberta de uma nova doença, a covid-19, que impactou o mundo simultaneamente, é importante salientar as contribuições do campo da Comunicação e Saúde (C&S) que, alinhada aos preceitos do campo da Comunicação, compreende a informação em saúde como direito social básico (Araújo; Cardoso, 2007).

Somado a isso, pensando a evolução histórico-social das tecnologias da comunicação, Hjarvard (2012) argumenta que o conceito de midiatização é importante para entender questões antigas sobre a influência da mídia na cultura de um povo, já que a nomenclatura consegue angariar uma compreensão de “como a mídia se difunde para, se confunde com e influencia outros campos ou instituições sociais” (Hjarvard, 2012, p. 54). É uma consequência da revolução tecnológica e comunicacional, que modifica o comportamento social em relação à informação de modo radical.

Se, por um lado, a apropriação das redes sociais pode ser encarada como um avanço na garantia do direito à informação, propiciando novas formas de exercer a liberdade de expressão, por outro, é preciso encarar o fato de que através delas tem sido facilitada a produção e circulação massiva de informações falsas e conteúdos ilegais, como discursos de ódio, racismo, exposição da privacidade alheia.

Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**

Thalita **MASCARELLO**

Victor **GENTILLI**

O problema intrínseco ao funcionamento das redes sociais digitais é de outra ordem e está relacionado aos “moldes monopolistas com os quais elas se apossaram do fluxo das comunicações digitais em todo o planeta”, está “no fato de que, tendo se enraizado no mundo da vida e na esfera pública, elas não são públicas em seus controles e na sua propriedade” (Bucci, 2019, p. 45).

As redes sociais, além de motores de busca como o *Google*, aceleraram e fortaleceram a pós-verdade por motivos claros. Com o incremento de velocidade, de alcance, de eficácia e de escala, os conteúdos falsos repercutem mais, “num grau jamais atingido pelos meios jornalísticos mais convencionais” (Bucci, 2019, p. 46). Com isso, dão lucro. O raciocínio de Bucci resume brilhantemente o que se espera dizer aqui.

Agora, as notícias circulam segundo os ditames do entretenimento, que se orientam exclusivamente por fontes pulsionais, sem as mediações da razão. Bem sabemos que a indústria do entretenimento nunca apreciou a razão, e isso desde suas origens, que remontam às revistas de amenidades e *fait divers*, que fincam raízes no século XVII. Agora, o quadro é pior. **Nas redes sociais, diferentemente do que acontecia na televisão ou no cinema, a propagação das mensagens depende diretamente da ação das audiências**, nas quais o desejo leva vantagem sobre o pensamento. Uma notícia (falsificada, fraudulenta ou mesmo verdadeira, pouco importa) só se difunde à medida que corresponda a emoções, quaisquer emoções, “positivas” ou “negativas”. Sobre o factual, predomina o sensacional – daí o sensacionalismo. Sobre o argumento, o sentimento ou o sentimentalismo. (...) A receita se revelou infalível (Bucci, 2019, p. 45, grifo nosso).

É preciso reconhecer os sinais do tempo em que vivemos. A era da pós-verdade, escolhida a palavra do ano de 2016 pelo Dicionário *Oxford*<sup>5</sup>, que traduz “circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes em formar a opinião pública do que os apelos à emoção e à crença

<sup>5</sup> “Relating to circumstances in which people respond more to feelings and beliefs than to facts”. Disponível em: [www.oxfordlearnersdictionaries.com](http://www.oxfordlearnersdictionaries.com). Acesso em: 19 jun. 2023.

NOVAS SIGNIFICAÇÕES NO AMBIENTE JORNALÍSTICO: O TRABALHO DE FACT-CHECKING DE AGÊNCIAS BRASILEIRAS EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19

peçoal” (*Post-Truth*, 2016). Interessante destacar também o detalhamento que a publicação faz sobre a aplicação do prefixo “pós” que, neste caso, não se refere a ‘tempo posterior’, mas a ‘tempo em que o conceito especificado [verdade] tornou-se sem importância ou irrelevante’. O dicionário indica que essa acepção parece ter se originado em meados do século XX, em formações como pós-nacional (1945) e pós-racial (1971).

D’Ancona (2016) demonstrou que o fenômeno da pós-verdade tem nova roupagem desde a última década, mas não é novo, já que a expressão aparece pela primeira vez em 1992, num ensaio do escritor sérvio-estadunidense Steve Tesich para a revista *The Nation*, ao lembrar o estado da nação diante do escândalo *Watergate* (1974). À época, o autor definia pós-verdade como uma espécie de inclinação social em que a verdade não era tão importante quanto o que se imaginava verdadeiro.

À vista disso, no tempo presente o fenômeno da desinformação aparece como um conceito primordial de análise, e é entendido como uma nova modalidade de mentira (Bucci, 2020). Assim, a checagem de fatos, trabalho intrínseco ao jornalismo, torna-se algo que precisa ser criticamente discutido como “um método jornalístico por meio do qual é possível certificar se a informação apurada foi obtida por meio de fontes confiáveis e, então, avaliar se é verdadeira ou falsa, se é sustentável ou não” (Aos Fatos, 2023). Parece contraditório constatar que uma parte inseparável da atividade jornalística esteja sendo realizada por agências especializadas, fora das redações de notícias, onde costuma-se entender que são realizadas as verificações dos fatos.

Porém, a lógica da velocidade trazida pela internet provocou mudanças também na produção jornalística. Além disso, o contexto da pandemia intensificou a aceleração de informações sobre a nova doença.

Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**  
Thalita **MASCARELLO**  
Victor **GENTILLI**

Em meio a isso, a Organização Mundial de Saúde (OMS) além de se atentar às necessidades de elaborar medidas sanitárias, acompanhar as pesquisas e criar ou aperfeiçoar protocolos de segurança, teve também de alertar para o cuidado com a disseminação de informações falsas, para que a comunicação fosse aliada e não um obstáculo ainda maior aos esforços que as equipes da área de saúde vinham empenhando. A organização criou um grupo de trabalho para atuar em parceria com grandes empresas de tecnologia como *Amazon*, *Facebook* e *Google* no aperfeiçoamento de métodos de verificação e derrubada de conteúdos, além de divulgação de informações corretas sobre a doença. Na China, onde historicamente há um sistema de internet mais restrito, a OMS conseguiu inserir conteúdo de esclarecimento na rede social *WeChat* (Richtel, 2020).

A situação foi descrita como uma “infodemia” pela OMS, com comportamento idêntico à viralização da doença e enorme potencial destrutivo<sup>6</sup>. O termo foi usado para expressar preocupação com o agravamento da massiva circulação de mensagens sobre a pandemia. A Associação Brasileira de Letras (ABL) definiu o termo como “volume excessivo de informações, muitas delas imprecisas ou falsas sobre determinado assunto, que se multiplicam e se propagam de forma rápida e incontrolável” (Infodemia, 2021). Nesse sentido, a atuação da OMS corrobora com a premissa da necessidade de uma maior interlocução crítica e não instrumentalizada entre os campos da Comunicação e da Saúde, diante da importância do direito à informação sobre saúde numa sociedade midiaticizada.

---

<sup>6</sup> Em sua etimologia, a palavra “infodemia” refere-se à junção dos prefixos “info” - informação e grafia - e “demia” - do grego *dêmos* -, que representa o povo (Infodemia, 2021).

## NOVAS SIGNIFICAÇÕES NO AMBIENTE JORNALÍSTICO: O TRABALHO DE FACT-CHECKING DE AGÊNCIAS BRASILEIRAS EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19

Este estudo pretende, dessa forma, compreender o trabalho das agências de checagem em um contexto de infodemia, com um olhar voltado para o significado delas enquanto territórios de significações. Haesbaert (2004) explica que, ao se falar de território, não basta compreendê-lo enquanto matéria, pois nele baseia-se elementos culturais, ideológicos, idiomáticos, de circulação da informação etc., que formam o elo que transforma um espaço vazio em um território constituído de relações, sendo a comunicação um polo central de ligação-interação em um território, formando-se as territorialidades. As agências de checagem, desse modo, colocam-se como novos territórios constituídos pelo campo jornalístico, com o intuito de afirmar o papel do jornalismo como mediador de informações verdadeiras para a sociedade.

A intenção é trazer à tona boas experiências de comunicação realizadas em prol da melhoria do ambiente informacional, com foco na reflexão sobre a importância do jornalismo para a garantia do direito humano à informação. Levando-se em conta as potencialidades e problemas trazidos pela comunicação digital, sem deixar de lado as necessárias críticas ao trabalho da imprensa em meio à crise sanitária, com profundas implicações sociais que tendem a se arrastar por tempo indeterminado.

Diante disso, o questionamento que se impõe é se as agências de checagem auxiliaram no exercício do direito à informação, no contexto da pandemia de covid-19 e, conseqüentemente, se seu trabalho consegue auxiliar na consolidação do campo jornalístico como o espaço da verdade das informações, num ambiente virtual de enorme circulação de conteúdos deliberadamente enganosos. Pois "sem que esse direito seja atendido, a democracia não funciona, uma vez que o debate público pelo qual se formam as opiniões entre os cidadãos se torna um debate viciado (Bucci, 2000, p. 33).

Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**

Thalita **MASCARELLO**

Victor **GENTILLI**

## Metodologia

Aplicado ao problema de pesquisa que tratamos aqui, as ferramentas metodológicas auxiliaram na investigação do trabalho de um grupo de agências de checagem brasileiras durante a pandemia de covid-19, com base na compreensão de um território sendo ocupado e sua função social na virtualidade, cujas ações são fundamentais na circulação de informações no meio social.

Com base em conhecimentos adquiridos, as escolhas foram sendo guiadas na direção de uma abordagem quantitativa e qualitativa de análise. Os resultados encontrados, apesar de quantitativamente expressos, também foram qualitativamente considerados, já que critérios foram adotados para a escolha do *corpus*.

O método quantitativo se baseia no paradigma positivista, centralizando a racionalidade dos números em busca de objetividade.

É importante que o jornalismo compreenda a visão complexa, sistemática e interrogativa da ciência e da saúde para que consiga transformar dados em informação ponderada e de qualidade. Tomando como exemplo a cobertura sobre a pandemia, o jornalista Marcelo Soares<sup>7</sup> alerta que a importância dos dados não pode ser desconsiderada, uma vez que mostra a magnitude do problema de forma clara, com base em gráficos e tabelas, e auxilia na compreensão de alguns conceitos, como “curva de achatamento”, e na percepção de como se afetam diferentes regiões de modo distinto, demonstrando a importância de se observarem

---

<sup>7</sup> Soares é especializado em jornalismo de dados e registrou na plataforma *Lagom Data* a evolução da pandemia no Brasil, por meio de um monitoramento diário dos diferentes números fornecidos pelas secretarias estaduais de Saúde entre março de 2020 e janeiro de 2023. Disponível em: [lagomdata.com.br/coronavirus](http://lagomdata.com.br/coronavirus). Acesso em: 07 set. 2023.

## NOVAS SIGNIFICAÇÕES NO AMBIENTE JORNALÍSTICO: O TRABALHO DE FACT-CHECKING DE AGÊNCIAS BRASILEIRAS EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19

dados de localidades mais vulneráveis e empobrecidas (Paul; Becker, 2020, p. 33-39), o que pode auxiliar na tomada de decisão nas políticas públicas governamentais e nos comportamentos das pessoas.

Já a parte qualitativa auxilia na busca de um entendimento profundo de uma realidade nova em transformação na profissão e no contexto jornalístico, que necessita, portanto, de técnicas que auxiliem na descrição e análise, com enfoque nos processos e nos significados que ocorrem durante o fenômeno. A abordagem qualitativa apropria-se das ideias de aprofundamento e complexidade de fenômenos e, para isso, aplica um trabalho com representações, opiniões, valores, crenças, atitudes e hábitos (Minayo; Sanches, 1993). “Os pesquisadores qualitativos utilizam a análise semiótica, a análise da narrativa, do conteúdo, do discurso, de arquivos e a fonêmica e até mesmo as estatísticas, as tabelas, os gráficos e os números” (Denzin; Lincoln, 2006, p. 20). A perspectiva desta pesquisa se encontra na análise de dados de agências de checagem que fazem parte do campo jornalístico, sendo esses dados destrinchados de forma descritiva, analítica e avaliativa.

Embora a maior urgência da pandemia tenha passado, a análise e discussão sobre a doença, suas consequências e a contínua vigilância precisam permanecer. Assim, é relevante uma educação permanente em saúde a partir de aprendizados durante esse período (Feliciano, 2020).

Como forma de aproximação ao objeto, foram realizadas coletas de todas as publicações relacionadas à pandemia produzidas por cinco agências de checagem brasileiras: Lupa, Aos Fatos, Projeto Comprova, G1 Fato ou Fake e AFP Checamos. Elas foram escolhidas de acordo com a identificação com os critérios:

- Produção considerável a respeito da pandemia no período definido;
- Adesão à Rede Internacional de *Fact-checking* (IFCN, na sigla em inglês) e/ou estarem vinculados a um veículo de imprensa;

Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**

Thalita **MASCARELLO**

Victor **GENTILLI**

- Divulgação dos princípios de trabalho e exposição dos métodos utilizados pelos checadores para escolha dos conteúdos e realização da checagem.

Alguns projetos de checagem não foram acompanhados por opção de dinamismo do levantamento, já que outras iniciativas selecionadas cumpriam também os mesmos critérios, por exemplo, o Estadão Verifica, vinculado à IFCN desde 2019 e desenvolvido pelo *jornal Estadão*. Outros não foram selecionadas pela ausência ou falta de clareza na publicidade de seus princípios e métodos de checagem, como o Uol Confere<sup>8</sup>, do portal de notícias *UOL*, o SBT News de Fato<sup>9</sup>, do *grupo SBT*, e o site Boatos.org. Abaixo, um quadro das cinco agências selecionadas para a análise:

**Quadro 1:** apresentação das agências selecionadas

<b>Agência</b>	<b>O que é?</b>	<b>Criação</b>	<b>Vinculação</b>	<b>Local</b>
Lupa	Hub de checagem e educação	2015	Independente	Rio de Janeiro
Comprova	Projeto colaborativo	2018	Abraji e <i>First Draft</i>	Nacional
Aos Fatos	Empresa jornalística	2015	Independente	Rio de Janeiro
G1 Fato ou Fake	Projeto de checagem	2018	Grupo Globo de Comunicação	Rio de Janeiro
AFP Checamos	Agência de checagem	Não identificado	<i>Agence France-Presse</i> (AFP)	Nacional

**Fonte:** produção do autor

Assim, sem utilização de *softwares* específicos, foi feita a busca nos *sites* dessas cinco agências, além de buscas pela ferramenta de “pesquisa avançada” do *Google* e nas páginas das agências na rede social *Facebook*,

<sup>8</sup> Disponível em <https://noticias.uol.com.br/confere>

<sup>9</sup> Disponível em <https://www.sbtnews.com.br/noticia/de-fato/222157-sbt-lanca-o-servico-de-checagens-everificacao-sbt-news-de-fato>

## NOVAS SIGNIFICAÇÕES NO AMBIENTE JORNALÍSTICO: O TRABALHO DE FACT-CHECKING DE AGÊNCIAS BRASILEIRAS EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19

quando foi necessário resgatar algum conteúdo que não foi identificado com facilidade no *site*.

As duas ferramentas citadas fornecem uma boa opção de busca por data, o que facilitou as confirmações. No entanto, os resultados encontrados através delas não modificaram os dados encontrados, já que todas as publicações encontradas estavam presentes nos *sites* de cada agência.

Nos *sites*, a busca das publicações foi feita observando-se, separadamente, os lotes de todas as publicações que constavam dentro do mês que era o objeto da análise.

No caso de Aos Fatos é possível filtrar todas as checagens pelo ano de publicação. A partir daí, a busca pode ser feita através das barras de rolagem onde se concentravam as publicações de cada mês e, assim, selecionar as que tratavam especificamente do assunto pandemia de covid-19.

A plataforma também oferece opção de busca através dos selos que as publicações receberam. Assim, dá para identificar todas as publicações com determinado selo dado pelos checadores da agência.

O *site* da Lupa se subdivide em páginas específicas destinadas a diferentes conteúdos. Possui uma página de "Jornalismo" e insere, nesta categoria, conteúdos subdivididos como "checagem", "verificação", "reportagem" e outras. A divisão se mostra confusa, já que os termos checagem e verificação são, comumente, utilizados pelas agências para definir a prática da conferência de conteúdos.

Assim, optou-se por realizar a busca das publicações por meio das barras de rolagem e identificar os períodos dos meses em questão. A mesma forma de busca foi realizada nos *sites* da AFP Checamos, do Comprova e do G1 Fato ou Fake, já que não dispõem de filtros ou divisões internas em seus *sites*, ou o uso dos filtros poderia dificultar a visualização

Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**  
Thalita **MASCARELLO**  
Victor **GENTILLI**

completa de todos os conteúdos publicados em cada mês, como ocorreu no caso específico do *site* do Comprova.

Por fim, é importante detalhar que o recorte temporal adotado para coleta do *corpus* de análise ficou estabelecido entre os dias 01 de agosto de 2020 e 31 de outubro de 2020. A coleta foi feita em tempos distintos: primeiro, houve um teste, coletando-se os dados de um único mês, o mês de agosto, para observação da amostra. Esse primeiro momento que foi, desse modo, um período-teste, foi bem-sucedido e percebeu-se uma quantidade já significativa de publicações. Optou-se, portanto, em prolongar apenas para que se completasse um trimestre dentro do primeiro ano de enfrentamento àquela nova doença que surgira. A escolha desse período, embora limitado, foi considerada pertinente, já que o material empírico das publicações evidenciou elementos de análise considerados suficientes.

Após a escolha das agências, a estratégia adotada foi analisar apenas as checagens estritamente relacionadas à pandemia e, assim, foi preciso classificar essas publicações em uma categorização (Bardin, 2015) a partir da observação do fenômeno, o que acontece à luz de conceitos teóricos e a elucidação propiciada pela análise empírica.

A escolha da metodologia se fundou na análise do conteúdo de função heurística, em que as notícias foram sendo tecidas, permitindo as condições de produção de um olhar abrangente da realidade entre rupturas e continuidades das representações sociais, enriquecendo a tentativa exploratória de análise. Segundo Bardin (1979, p. 42) a análise de conteúdo tem por definição “um conjunto de técnicas de análise de comunicação visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo, indicadores que permitam a inferência de

## NOVAS SIGNIFICAÇÕES NO AMBIENTE JORNALÍSTICO: O TRABALHO DE FACT-CHECKING DE AGÊNCIAS BRASILEIRAS EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19

conhecimentos relativos às condições de produção/recepção de mensagens”. Nas pesquisas qualitativas, o referencial é a presença ou a ausência de características de um dado fragmento, aquilo que está por trás do significado das palavras. A partir de uma análise documental das notícias, como forma de condensação das informações, a análise de Bardin auxiliou na consulta e no armazenamento de dados, com enfoque nas mensagens informacionais.

A decisão das categorias acontece, principalmente, de acordo com a observação e investigação do fenômeno que vai sendo revelado; portanto, é um processo orgânico da pesquisa, a partir de tentativas. Assim, três etapas foram seguidas:

- 1ª etapa: foi composta pela pré-análise dos dados e incluiu: a seleção das publicações que continham a temática de covid-19; a leitura flutuante dessas publicações; e a organização do material por dia do mês, em tabelas do programa de *software Excel*. Nessa etapa, totalizaram-se 251 publicações no período do estudo.
- 2ª etapa: composta pela exploração do material, trata-se da etapa na qual as notícias foram incluídas nas categorias criadas a priori. Tais categorias foram fundamentadas no que a primeira etapa elucidou do material empírico e estabelecidas: a) tipos; b) assuntos; c) selos.
- 3ª etapa: período de tratamento dos resultados, inclui a discussão dos trechos das publicações selecionadas em cada categoria, auxiliada pelas teorias que embasaram a interpretação e inferências dos resultados evidenciados pelos dados. O detalhamento, portanto, sobre trechos relevantes, cada categoria escolhida, os selos que são adotados e demais esclarecimentos serão expostos na discussão de análise dos dados coletados a seguir.

Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**

Thalita **MASCARELLO**

Victor **GENTILLI**

O intuito foi discutir o trabalho feito por essas agências de checagem de forma quantitativa, a respeito da desinformação durante a pandemia, além de uma avaliação qualitativa de recortes possíveis, a partir de três categorias de análise que contam com suas subcategorias.

## Resultados e discussão

As categorias são apresentadas a partir de elementos visuais, como tabelas e trechos específicos selecionados das publicações e *prints* — identificadas pela fonte consultada —, analisadas conforme referencial teórico científico e nas reflexões e avaliação dos resultados do estudo, com o intuito de compreender se a checagem das agências selecionadas auxilia na defesa e consolidação do jornalismo como lugar da verdade informativa.

### a) Categoria 1 – Tipos

Categoria identificadora dos formatos das publicações checadas. Foram escolhidos os seguintes tipos: vídeo, publicação de texto, imagem, áudio, publicação em site, discurso e entrevista. As principais subcategorias serão apresentadas abaixo.

**Tabela 1:** Tipos de conteúdo (agosto a outubro de 2020)

TIPOS	Total
Post de texto em rede social	155
Vídeos	46
Imagem	26
Discurso	10
Publicação em site	8

## NOVAS SIGNIFICAÇÕES NO AMBIENTE JORNALÍSTICO: O TRABALHO DE FACT-CHECKING DE AGÊNCIAS BRASILEIRAS EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19

Áudio	4
Entrevista	2

**Fonte:** produção do autor

De acordo com os números, percebe-se que a maior quantidade de checagens advém de publicações em rede social, sendo uma demanda nova para a realidade jornalística, devido às transformações tecnossociais vigentes. Portanto, na virtualidade, o jornalismo se vê compelido a se inserir nesse meio e, nesse novo espaço, há uma demanda jornalística a ser atendida, por entendermos o trabalho de checar os fatos, condizente com uma das finalidades da profissão: a finalidade da investigação (Reginato, 2018).

- **Publicação de texto em rede social**

Este foi o tipo mais comum de conteúdo encontrado, até pela sua simplicidade de produção. Qualquer pessoa, em sua própria conta numa plataforma de rede social, pode elaborar uma mensagem e publicá-la. São recorrentes neste tipo de publicação erros gramaticais, afirmações sem apresentação de fontes, autoria, contexto ou *links* para conferências, além da atribuição de afirmações a supostos especialistas da área científica.

Um dos exemplos encontrados mostra a publicação de um médico, com foto e nome não identificados na checagem por opção dos checadores, em perfil pessoal no aplicativo *Instagram*.

As afirmações dele circulam em torno da letalidade do vírus causador da covid-19, o isolamento social, risco para gestantes, porém sem citar fontes para consulta. A checagem desmentiu a maior parte das informações e deu selo verdadeiro para uma delas, a de que “o SARS-CoV-2 [...] causa 85% das formas benignas” (Lupa, 2020). Ressalte-se que os dados tinham como base o contexto daquele momento.

Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**  
Thalita **MASCARELLO**  
Victor **GENTILLI**

**Figura 1:** *Print* de checagem da Lupa

## MÉDICO USA INFORMAÇÕES FALSAS PARA DIZER QUE GRIPE É MAIS MORTAL QUE COVID-19



Fonte: Agência Lupa.

- **Vídeo**

A categoria inclui vídeos produzidos com informações incorretas, vídeos utilizados fora de seu contexto original para criar falsas narrativas ou que tenham sido alterados em seu conteúdo original para se adequarem a uma mensagem desinformativa que se desejava viralizar. Os vídeos, pela força de engajamento junto aos algoritmos das redes<sup>10</sup>, é o formato que aparece em segundo lugar, (18%), no levantamento.

De maneira geral, os conteúdos são checados recorrendo-se às instituições de pesquisa e saúde para conferência das informações. Além

<sup>10</sup> O uso do vídeo no marketing digital. Disponível em: [www.conversion.com.br/blog/estatisticas-de-videos/](http://www.conversion.com.br/blog/estatisticas-de-videos/). Acesso em: 10 ago. 2023.

## NOVAS SIGNIFICAÇÕES NO AMBIENTE JORNALÍSTICO: O TRABALHO DE FACT-CHECKING DE AGÊNCIAS BRASILEIRAS EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19

de uma busca para se ouvir a própria pessoa (ou a instituição a qual está ligada), que produziu o vídeo em questão, para que ela relate mais detalhes do que informa. Esse é o caso de vídeo do médico Ricardo Rocha, do Pará, checado pela agência Lupa<sup>11</sup> em agosto de 2020, tendo recebido selo “falso” por conter informações não comprovadas sobre o uso do medicamento Ivermectina. O vídeo continua ativo na plataforma *YouTube* até a presente data<sup>12</sup>.

**Figura 2:** Publicação de vídeo.



**Fonte:** Agência Lupa

Nos casos de vídeos usados fora de seu contexto, assim como fotos, algumas pistas são úteis para provocar a desconfiança inicial sobre a veracidade. Um exemplo é de uma peça desinformativa (fig. 3) que relata uma suposta discussão entre o ex-prefeito de Belo Horizonte (MG), Alexandre Kalil, e um militante político, hoje deputado estadual em Minas Gerais, Bernardo Bartolomeu (PL). A mensagem diz que "o prefeito fechou

<sup>11</sup> Disponível em <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/08/06/verificamos-ivermectina-africa-covid>.

<sup>12</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=t8gA3kCBLQ&t=162s>

Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**

Thalita **MASCARELLO**

Victor **GENTILLI**

os bares e restaurantes de BH, foi almoçar na cidade vizinha de Nova Lima, e o cidadão lesado pela medida foi ter uma conversa".

No entanto, como relatado pelos checadores, mesmo nas cidades em que vigoravam medidas sanitárias mais flexíveis, o uso da máscara facial foi adotado e isso se refletia nos espaços públicos, especialmente em estabelecimentos comerciais fechados. O vídeo original está no perfil do parlamentar no *Facebook*<sup>13</sup> e mostra que ninguém no local usava máscara.

A professora Helena Martins (UFCE) lembra que "há a atuação de agentes políticos e econômicos de maneira coordenada, o que influencia o debate nas redes e diversos processos de *fake news*. Em síntese, eu diria que também na internet se disputam sentidos da vida social, como visibilidade e verdade" (Paul; Becker, 2020, p. 29). Dessa forma, as agências de checagem se colocam como territórios simbólicos (Haesbaert, 2004) que produzem informações verídicas, disputando atenção com outros grupos nesse momento de muitas mediações no processo de midiatização social (Hjarvard, 2012).

---

<sup>13</sup> Disponível em: [www.facebook.com/deputadobarto/videos/1746871708754373](https://www.facebook.com/deputadobarto/videos/1746871708754373). Acesso em: 8 set. 2023.

**Figura 3:** Checagem de vídeo.



**Fonte:** G1 Fato ou Fake.

É obrigatório que em cada checagem a agência exponha o percurso trilhado pelos jornalistas para se chegar às descobertas feitas. Esse princípio se mostra interessante porque ensina técnicas a outros profissionais – ou leitores leigos - que precisem checar informações.

Os diferentes formatos de conteúdos evidenciam como a checagem das agências acontece de diferentes formas, com aprofundamentos que demandam tempo de pesquisa, consultas a bases de dados, recurso às Leis de Acesso à Informação (LAI) e/ou assessorias de imprensa, entrevistas e também uso de ferramentas tecnológicas para análises.

Pensando em como a informação pode se apresentar em muitos formatos na internet, as agências precisam estar atentas aos mais diversos produtos para desmistificar a informação falsa. Assim, conseguem fazer um trabalho de checagem que pode ser considerado profundo.

Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**

Thalita **MASCARELLO**

Victor **GENTILLI**

Por fim, é relevante destacar o cuidado que se tem para evitar o aumento de cliques em informações falsas, evitando a inserção de *links* dos conteúdos fraudulentos no corpo das checagens publicadas. Para expor parte do conteúdo e manter um registro, caso a publicação seja alterada ou deletada depois, é comum o uso de *sites* de arquivamento, como *Wayback Machine* ou *Perma.cc*.

## **b) Categoria 2 – Assuntos**

Categoria dedicada a relacionar os subtemas centrais que estão presentes em cada material checado pelas agências no contexto da covid-19. O gráfico e a tabela a seguir expõem as frequências de aparição dos subtemas.

O elevado número de mensagens sobre os métodos de prevenção e tratamento da doença demonstra que a (des)informação que circulou no Brasil gerou muitas interpretações conflitantes sobre a efetividade das medidas protetivas, promoveram a politização de questões técnicas em detrimento de evidências científicas e impulsionaram a polarização entre a priorização da saúde ou da economia. As aglomerações e a falta de adesão às medidas de prevenção e distanciamento social foram fatores determinantes para que, na prática, a redução na propagação do coronavírus fosse retardada (Mendes, 2020). Falas e posições controversas de autoridades desincentivaram a adesão às recomendações sanitárias, sendo um dos trabalhos do jornalismo desmentir discursos nessa direção.

**Tabela 2:** Categoria Assuntos

Assuntos	Agosto	Setembro	Outubro	Soma
Cuidados com saúde	65	36	43	144
Política	11	23	13	47
Números da pandemia	19	8	3	30
Boatos e golpes	15	3	4	22
Economia	7	0	1	8

**Fonte:** produção do autor

Mesmo se tratando de um tema da saúde, tornou-se evidente pela variedade de temas checados pelas agências, que a covid-19 perpassa diversas áreas, como política e economia, evidenciando a importância de se perceber essa emergência como algo que ultrapassa o campo da saúde. Isso demonstra que o campo da Comunicação e Saúde, cujo alicerce também se sustenta na defesa do direito à informação de qualidade (Araújo; Cardoso, 2007), possui uma estreita interface com o campo jornalístico na luta pelo direito à informação.

Os resultados traduzem em números que as mensagens de desinformação, em sua grande maioria, distorcem os temas mais comuns, ligados à prevenção da doença e aos tratamentos não comprovados. O subgrupo “Cuidados com saúde” ocupa a primeira posição do levantamento, com 144 checagens publicadas.

A politização da crise sanitária também é observável nos dados, já que política é o segundo tema mais frequente nas checagens (47). A desinformação sobre Covid-19 teve forte alinhamento político no Brasil nos períodos de maior atenção/audiência ao tema. Naquele momento, Recuero (2020) lembra que a desinformação passara a ser usada como ferramenta de apoio político, para fritar detratores e oferecer subsídios aos apoiadores.

Abaixo, detalharemos e exemplificaremos os principais subgrupos que estão inseridos nesta categoria.

Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**  
Thalita **MASCARELLO**  
Victor **GENTILLI**

- **Cuidados com a saúde**

Neste subtema foram inseridas as publicações que têm como tema principal as profilaxias para prevenção da contaminação pelo vírus Sars-Cov2 ou a terapêutica para tratar a doença covid-19. Os conteúdos mais frequentes neste subgrupo foram sobre vacinação, testagem, isolamento social, uso de máscara, remédios de eficácia duvidosa e promessas de curas com procedimentos não científicos.

Como já é sabido hoje, passado o período de descobertas iniciais sobre a doença, os medicamentos sem comprovação científica, como a cloroquina e hidroxiclороquina, ocuparam enorme espaço no debate público, apesar da – e por conta da - falta de evidências de seus benefícios para o combate aos efeitos da doença.

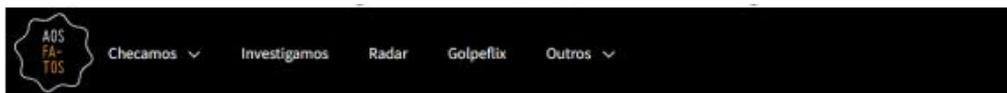
Acompanhando a necessidade de esclarecer imprecisões e desmentir as falácias a respeito da doença, as agências acertaram ao darem destacado espaço ao assunto. Abaixo, exemplificamos a cobertura mostrando uma checagem feita de uma peça de desinformação (fig. 5) que, segundo a agência Aos Fatos, circulava no *Twitter* e no *Facebook* e reunia ao menos 2.000 compartilhamentos nas plataformas<sup>14</sup>.

**Figura 5:** Publicação de checagem

---

<sup>14</sup> Disponível em: [www.aosfatos.org/noticias/estudo-de-yale-nao-deu-nivel-de-evidencia-1-paratratamento-de-covid-19-com-hidroxiclороquina/](http://www.aosfatos.org/noticias/estudo-de-yale-nao-deu-nivel-de-evidencia-1-paratratamento-de-covid-19-com-hidroxiclороquina/). Acesso em 10 ago. 2020.





🕒 ESTA REPORTAGEM FOI PUBLICADA HÁ MAIS DE SEIS MESES

## Estudo de Yale não deu 'nível de evidência 1' para tratamento de Covid-19 com hidroxiclороquina

Por Luiz Fernando Menezes  
16 de outubro de 2020, 13h05

Postagens nas redes sociais enganam ao alegar que estudo de um pesquisador da Universidade Yale, nos EUA, conferiu o mais alto grau de evidência à eficácia do tratamento de Covid-19 com hidroxiclороquina ([veja aqui](#)). Além de a pesquisa ser

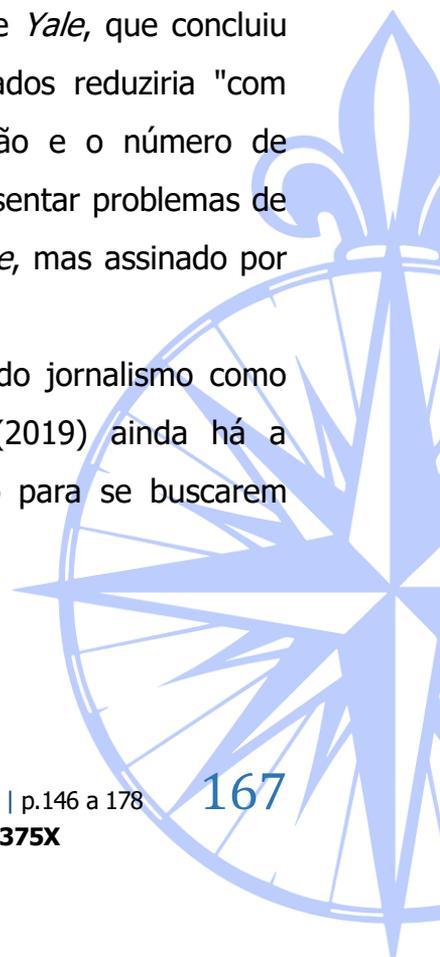
**Fonte:** Aos Fatos

O material reproduz elementos semelhantes às centenas de outras mensagens falsas identificadas nesta pesquisa. Recorrem ao expediente de atribuir as alegações a um estudo realizado ou ainda em andamento, sem fornecer referências exatas ou acesso aos resultados. Comum também é o recurso de citar trabalhos preliminares, sem revisão por pares da comunidade científica.

No caso do exemplo mostrado, os checadores confirmaram a existência do estudo do autor citado, da Universidade *Yale*, que concluiu que a hidroxiclороquina usada em pacientes internados reduziria "com segurança" a infecção por Covid-19, a hospitalização e o número de mortos. Porém, além de não ter sido revisado e apresentar problemas de metodologia, não foi produzido pela Universidade *Yale*, mas assinado por um de seus professores.

Esse trabalho das agências reafirma o papel do jornalismo como perito da informação, como afirma Christofolletti (2019) ainda há a percepção de se considerarem os jornais um perito para se buscarem informações.

- **Política**



Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**  
Thalita **MASCARELLO**  
Victor **GENTILLI**

Em sua ampla maioria as mensagens identificadas com esse assunto têm teor de motivação política explícita, ou subentendida. Em geral, há mensagens contendo críticas a figuras políticas e contestação a medidas de combate à pandemia adotadas por Governos (fig. 17), fossem eles locais, estaduais, federais ou referentes a outro país.

Nessa subcategoria se encaixam também falas e publicações de figuras públicas que tenham posição de autoridade, oficial ou de conhecimento, nas áreas de saúde ou no campo político. Ressaltou-se a necessidade de destacar tais figuras, já que as opiniões ou orientações de pessoas que possuem reconhecimento público ou destaque recebem audiência e podem influenciar atitudes de outros, particularmente, por se tratar de um tema sobre o qual as informações ainda estavam em constante mudança e estudos.

As afirmações equivocadas por autoridades políticas de outros países também foi tema de checagens, já que alguns conteúdos foram traduzidos para português e geraram peças que circularam em redes aqui no Brasil.

São enganosas as postagens que afirmam que o uso de máscaras de proteção facial contra a covid-19 foi colocado em xeque na Alemanha. O questionamento contra o equipamento de proteção foi feito somente por uma deputada da extrema-direita que insufla boatos sobre a morte de uma estudante de 13 anos num ônibus escolar. Ela foi censurada por um líder de seu partido, uma vez que a relação entre o óbito e o uso da máscara não foi feita nem por autoridades nem pela imprensa local (Comprova, 2020).

Discursos e ações políticas do governo que estava no poder durante esse período da análise do estudo foram na direção de negações, apagamentos, busca por curas milagrosas imediatas, evidenciando que não basta avanço tecnológico e científico se não há uma comunicação entre esses elementos e o poder político vigente. O momento pandêmico

## NOVAS SIGNIFICAÇÕES NO AMBIENTE JORNALÍSTICO: O TRABALHO DE FACT-CHECKING DE AGÊNCIAS BRASILEIRAS EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19

demonstrou o problema de transparência de ordem política e falta de governança no país. Campagnucci argumenta que os estados se saíram melhor nisso, porém, em um modelo federativo, como é o Brasil, era preciso que o governo federal, por meio do Ministério da Saúde, assumisse a liderança oferecendo os parâmetros básicos, orientando a máxima transparência e os cuidados para proteger dados pessoais (Paul; Becker, 2020, p. 52).

**Figura 17** – Checagem identificada com o assunto “política”



**Fonte:** Agência Aos Fatos<sup>15</sup>

Pela categoria Assuntos é perceptível a diversidade de temas correlatos à pandemia que foram alvo de desinformação. De Sousa Júnior e colaboradores (2020) analisaram sobre isso e enfatizam que a disseminação de conteúdos falsos sobre covid-19 é diverso e inclui

<sup>15</sup> Disponível em: [www.aosfatos.org/noticias/foto-de-festival-na-suica-em-2018-e-atribuidas-redesprotesto-contrainsolamento-na-alemanha](http://www.aosfatos.org/noticias/foto-de-festival-na-suica-em-2018-e-atribuidas-redesprotesto-contrainsolamento-na-alemanha). Acesso em: 6 ago. 2020.

Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**

Thalita **MASCARELLO**

Victor **GENTILLI**

receitas milagrosas, suposições sobre a origem da doença, profecias e meios de prevenção que não funcionam. Tais informações não verídicas em saúde, isto é, que se relacionam com a sustentação da vida, faz com que as pessoas, ao se informarem erroneamente, sejam prejudicadas nas tomadas de decisões sobre seu bem-estar, causando medo, caos e desespero.

Assim, as agências de checagem fazem um trabalho de combate fundamental ao tentar minimizar o desserviço que essa desinformação causa na sociedade. Junto a isso, as ações tomadas no combate à proliferação de informações falsas vão ao encontro da necessidade de mais ações combativas, já que o acesso a *fake news* acontece muito facilmente. Sousa Júnior, Petroll e Rocha (2019) propõem uma alfabetização digital, que consiste em educar a população quanto à identificação da veracidade das informações por meio da checagem da fonte, à percepção da possibilidade de alteração (em foto, vídeo ou texto) do conteúdo original e à intencionalidade com a qual tal informação está sendo veiculada. É preciso, portanto, que o problema da desinformação seja combativo por outras frentes também, como a educação, sendo papel do Estado propiciar à população.

### **c) Categoria 3 - Selos**

Serão apresentados os selos que cada agência de checagem utilizou para classificar as suas publicações no período observado pela pesquisa, com seus significados, já que a atribuição de selos (ou etiquetas) não é uniforme/padronizado. Esse é o motivo da separação dos selos em tabelas por agência, já que, para realizar uma comparação

## NOVAS SIGNIFICAÇÕES NO AMBIENTE JORNALÍSTICO: O TRABALHO DE FACT-CHECKING DE AGÊNCIAS BRASILEIRAS EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19

unificada das quantidades de cada selo utilizado, seria necessária uma classificação deles em subgrupos, a partir de interpretação própria.

Como os selos são criados e utilizados de forma opcional por cada agência, optou-se por evitar interpretações autônomas das definições que elas mesmas já tinham realizado a respeito dos selos.

Ainda, é necessário notar que uma mesma checagem pode ter recebido mais de um selo, por conta da diversidade de informações que uma única publicação pode conter e nem todas as publicações no período da coleta utilizaram de todos os selos que as agências criaram.

Os selos são utilizados por todas as agências selecionadas e se tornam, como o nome sugere, uma marca importante daquela agência. Peixoto e Souza (2018) indicam essa construção como uma “política de selagem”. Esse tipo de significação enfatiza a ideia da constituição de territorialidades (Haesbaert, 2004) nesse território das agências que auxilia na consolidação para essa nova atividade do jornalismo na realidade midiaticizada. A seguir, tabelas que mostram os selos utilizados pelas cinco agências nas publicações checadas:

**Tabela 3:** Selos Aos Fatos

Selos Aos Fatos	Agosto	Setembro	Outubro
FALSO	20	13	16
ENGANOSO	2		
INSUSTENTÁVEL		1	
DISTORCIDO	2		
EXAGERADO		1	1
VERDADEIRO		1	1
IMPRECISO		1	
CONTRADITÓRIO		1	1
Não se aplica		1	

Fonte: produção do autor

Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**

Thalita **MASCARELLO**

Victor **GENTILLI**

**Tabela 4: Selos Lupa**

Selos Lupa	Agosto	Setembro	Outubro
FALSO	33	25	13
INSUSTENTÁVEL	3	1	
EXAGERADO	2	3	
VERDADEIRO, MAS	1	1	3
VERDADEIRO		1	2
Não se aplica			1

Fonte: produção do autor

**Tabela 5: Selos AFP Checagem**

Selos AFP	Agosto	Setembro	Outubro
FALSO	5	9	4
ENGANOSO	3	2	
INSUSTENTÁVEL			1
VERDADEIRO, MAS	1		
EXAGERADO		1	1
VERDADEIRO	1		1
DEEPPFAKE			

Fonte: produção do autor

**Tabela 6: Selos G1 Fato ou Fake**

Selos G1	Agosto	Setembro	Outubro
FALSO	26	9	12
VERDADEIRO		1	
EXAGERADO			1
ENGANOSO			1

Fonte: produção do autor

**Tabela 7:** Selos Comprova

Selos Comprova	Agosto	Setembro	Outubro
FALSO	13	3	5
ENGANOSO	9	5	10

**Fonte:** produção do autor

Os selos são uma forma de comunicação acessível de *fact-checking* e direcionada para um público geral, dessa forma, justifica-se os termos mais coloquiais por parte das agências brasileiras analisadas, o que colabora na atuação para um ambiente mais democrático na virtualidade e, sobretudo, ajudar os indivíduos nas suas decisões cidadãs.

Um exemplo é o selo “*Verdadeiro, mas*” da Lupa. A agência usa quando a informação está correta, “*mas o leitor merece mais explicações*”. Entretanto, como lembra Peixoto e Souza (2018) o conceito de verdade não é explicado, portanto, pode ter interpretações difusas. “Mas o que seria uma informação que pode vir a ser verdadeira? Se a empresa tem definido o próprio conceito de verdade, estaria também aplicando sem explicar um conceito de ‘meia verdade?’” (2018, p. 101).

A atividade jornalística, todavia, não pode deixar de apreender a objetividade, isto é, a verdade, independentemente de interpretações, análises ou comentários. O argumento que impera é o de que “[...] as relações necessárias do Jornalismo com a verdade e a realidade são tão intuitivas quanto a informação a priori que lhes serve de base” (Gauthier, 2015, p. 206). Henriques (2019) defende que, dessa forma, não é para se descobrir a verdade última de todas as coisas, mas sim, de forma mais objetiva possível, identificar a perspectiva desde a qual está se produzindo o relato e, além de identificá-la, apresentar as mais variadas perspectivas possíveis, para esse mesmo fenômeno.

Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**

Thalita **MASCARELLO**

Victor **GENTILLI**

Um caminho possível é, se o papel do jornalismo é informar e apropriar-se do selo “verdade”, precisa ser fiel aos fatos. A atividade não pode, portanto, deixar de apreender a ideia da objetividade; isto é, a verdade, independentemente de interpretações, análises ou comentários, assim, necessariamente, verdadeiro, precisa corresponder a uma realidade objetiva pré-estabelecida (Henriques, 2019). Percebe-se que, dentro do meio digital de mídias sociais em que o jornalismo está atualmente inserido, o conceito de verdade permanece de fundamental discussão contínua, já que a prática da verificabilidade e o uso de selos pelos jornais consiste em uma realidade recente, a qual falta rigor conceitual para esse exercício.

Observa-se, por fim, que existem critérios e metodologias sendo aplicadas, mas que carecem de mais clareza e profundidade na explicação ao público, pois uma única publicação checada pode ter diferentes erros/inverdades e acarretar o uso de muitos selos para tentar explicar a falta da verdade.

O resultado sinaliza, portanto, a complexidade de explicar o conceito de verdade, sendo os selos a tentativa de explicar essa realidade desinformativa nas redes sociais, o que gera uma quantidade exagerada de diferentes selos em diferentes agências que pode confundir os leitores, que tendem a se informar em diversos espaços e não apenas em um.

## **Considerações Finais**

O trabalho se dedicou a compreender a problemática do papel das agências de checagem em prol do direito à informação das populações em

## NOVAS SIGNIFICAÇÕES NO AMBIENTE JORNALÍSTICO: O TRABALHO DE FACT-CHECKING DE AGÊNCIAS BRASILEIRAS EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19

uma conjuntura midiática na virtualidade caracterizada por muita (des)informação circulante.

Com análises empíricas junto às teorias, concluiu-se que as agências fazem um trabalho pelo qual há muita demanda no ambiente virtual, abrangendo diversos tipos de formatos narrativos, não se limitando aos escritos. Com uma amostra de três meses de coleta, 1º de agosto a 31 de outubro, percebeu-se a quantidade exacerbada de assuntos que foram alvo de desinformação, por isso, criar territórios específicos para a checagem de informações circulantes se faz pertinente e necessário, como suporte fundamental para os jornais que já fazem o trabalho de criar pautas e apurar informações a partir de sua *agenda setting*.

Os selos de classificação cumprem um papel significativo na consolidação das agências de checagem como um território de informações verídicas. Entretanto, a ausência de clareza das definições de verdade que as agências tomam como referência e o número excessivo de selos usados por algumas agências são observações críticas que se percebem a partir do acompanhamento realizado.

A quantidade significativa de falsas informações que precisam ser checadas são indicativos da necessidade de mais iniciativas de combate à desinformação, para que se tenha um ambiente que propicie o exercício do direito democrático à informação.

### Referências

AOS FATOS. **O que é checagem de fatos — ou fact-checking?**, 2023. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/checagem-de-fatos-ou-fact-checking/>. Acesso em 21 ago. 2023.

Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**  
Thalita **MASCARELLO**  
Victor **GENTILLI**

ARAÚJO, I. S.; Cardoso, J. M. **Comunicação e saúde**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2007. (Coleção Temas em Saúde).

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. ed. rev. e ampl. São Paulo: Edições 70; 2015. 229p

BUCCI, E. **Sobre Ética e Imprensa**. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.

BUCCI, E. **Existe democracia sem verdade factual**. São Paulo. Estação das Letras. 2019. 123 páginas.

BUCCI, E. **O que é desinformação?** Estadão. 4 Jun 2020. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/opiniaio/espaco-aberto/o-que-e-desinformacao/>. Acesso em 15 set 2020.

CHRISTOFOLETTI, R. **A crise do jornalismo tem solução?**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

COMPROVA. Não há evidências que liguem morte de menina alemã ao uso de máscaras. 22 set. de 2020. Disponível em: <https://projetoacomprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/nao-ha-evidencias-que-liguem-morte-de-menina-alema-ao-uso-de-mascaras/>. Acesso em 24 set. 2020.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Tradução: Carlos Szlak. 1 ed. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DE SOUSA. J., et al. Da Desinformação ao Caos: uma análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil. **Cadernos de prospecção**, v. 13, n. 2, p. 331-331, 2020.

DENZIN, N. K.; Lincoln, Y. S. (org.). **O planejamento da pesquisa qualitativa**: teorias e abordagens. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

FELICIANO, A. B. et al. A pandemia de Covid-19 e a educação permanente em saúde. **Cadernos da Pedagogia**, v. 14, n. 29, 2020.

NOVAS SIGNIFICAÇÕES NO AMBIENTE JORNALÍSTICO: O TRABALHO DE FACT-CHECKING DE AGÊNCIAS BRASILEIRAS EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19

GAUTHIER, Gilles. A verdade: visada obrigatória ao jornalismo. In: **Estudos em jornalismo e mídia**. v.12, nº2, julho a dezembro, 2015. p. 204-215.

GENTILLI, V. **Democracia de Massas**: jornalismo e cidadania — estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação. Porto Alegre: Edipucrs, 2005.

GOMES, F. P.; Araújo, R. M. Pesquisa Quanti-Qualitativa em Administração: uma visão holística do objeto em estudo. **Seminários em administração**, v. 8, p. 1-11, 2005.

HENRIQUES, Rafael da Silva Paes. Realismo, perspectivismo e a questão da objetividade jornalística. **Princípios**: Revista de Filosofia (UFRN), v. 26, n. 50, p. 335- 355, 2019.

HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

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

INFODEMIA. In: **Academia Brasileira de Letras**. 2021. Disponível em: <https://www.academia.org.br/artigos/infodemia>. Acesso em 10 ago. 2023.

MENDES, E. V. O lado oculto de uma pandemia: a terceira onda da Covid-19 ou paciente invisível [Internet]. **Conselho Nacional de Secretários de Saúde**; 2020. (CONASS 40 anos). Disponível em: <https://www.conass.org.br/biblioteca/o-lado-oculto-de-umapandemia-a-terceira-onda-da-covid-19-ou-o-paciente-invisivel/>.

MINAYO, M. C. S; Sanches, O. Quantitativo-Qualitativo: oposição ou complementaridade? **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 239- 62,1993.

PAUL, D.; Becker, D. (org.). Roteiro e produção das entrevistas de Andressa Kikuti Dancosky et al.; supervisão editorial de Rogério Christofolletti. **Ética jornalística e pandemia**: entrevistas com especialistas. Florianópolis: UFSC, 2020.

PEIXOTO, J. G. M.; Souza, A. C. F. A caça à verdade: critérios, metodologias e selos do *Fact-Checking* brasileiro. *The hunting for truth: criteria, methodologies and seals of the Brazilian Fact-Checking*. **Cultura Midiática**, n. 21, p. 86-103, 2018.

Marcus Vinicius de Souza **VIEIRA**

Thalita **MASCARELLO**

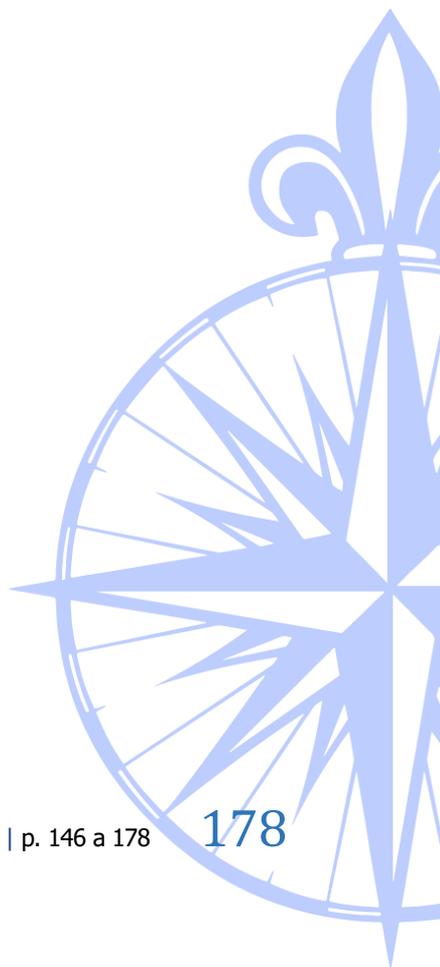
Victor **GENTILLI**

PETROLL, M. D. L. M.; Rocha, R. A. Fake News e o Comportamento Online dos Eleitores nas Redes Sociais durante a Campanha Presidencial Brasileira de 2018. In: **XXII SEMEAD – SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO**, USP, São Paulo, 2019. Anais [...], São Paulo, 2019.

PRIMO, A. Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. In: PRIMO, A. (org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 13-32.

REGINATO, G. D. As finalidades do jornalismo: percepções de veículos, jornalistas e leitores. **Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 3, p. 1-18, set./out./nov./dez. 2018.

RICHTEL, Matt. The New York Times. Traduzido por Terezinha Martino. Estadão. 07 de fevereiro 2020. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/saude/oms-combate-uma-epidemia-alem-do-coronavirus-uma-infodemia/>. Acesso em 8 de Ago 2020.



# WALTER RODRIGUES: AS CONTRIBUIÇÕES DO COLUNÃO PARA O JORNALISMO ALTERNATIVO E CRÍTICO NO MARANHÃO

## WALTER RODRIGUES AND “COLUNÃO’S” CONTRIBUTIONS TO ALTERNATIVE AND CRITICAL JOURNALISM IN MARANHÃO

José FERREIRA JUNIOR<sup>1</sup>

Universidade Federal do Maranhão | Brasil

Lucilinda Ribeiro TEIXEIRA<sup>2</sup>

Universidade da Amazônia | Brasil

Mary Aurea EVERTON<sup>3</sup>

Universidade Federal do Pará | Brasil

### Resumo

Busca-se analisar, por meio de pesquisa documental, a importância do Colunão, produzido e editado por Walter Rodrigues. Protagonista, de certa maneira, do jornalismo investigativo no Maranhão, sobretudo pela utilização de informações captadas de fontes credíveis, às vezes, do próprio setor público. Rodrigues trabalhou nos principais jornais de São Luís: *O Imparcial*, *O Estado do Maranhão* (descontinuado há poucos anos), *Jornal Pequeno*. Tendo como *corpus* exemplares impressos do Colunão do século XX e da primeira década do século XXI, é possível se verificar a luta de Walter Rodrigues pela liberdade de expressão. O ponto de vista para a análise é a história cultural da mídia, com ênfase para o lugar de memória. O Colunão era norteado pela defesa dos direitos fundamentais no exercício de plena cidadania. Conclui-se que há traços perenes no modo operacional de órgãos de imprensa com viés para um olhar fora dos sistemas convencionais de mídia: o caso do Colunão.

### Palavras-chave

Mídia impressa; Walter Rodrigues; Liberdade de expressão; Colunão.

### Abstract

The aim is to analyze, through documentary research, the importance of “Colunão”, produced and edited by Walter Rodrigues. Protagonist, in a certain way, of investigative journalism in Maranhão, especially through the use of information captured from credible sources, sometimes from the public sector itself, Rodrigues worked in the main newspapers in São Luís: “O Imparcial”, “O Estado do Maranhão” (discontinued a few years ago), a small newspaper. Using printed copies of the Column from the 20th century and the first decade of the 21st century as a corpus, it is possible to verify Walter Rodrigues' fight for freedom of expression. The point of view for the analysis is the cultural history of the media, with an emphasis on the place of memory. “Colunão” was guided by the defense of fundamental rights in the exercise of full citizenship. It is concluded that there are perennial traits in the operational mode of press organizations with a bias towards looking outside conventional media systems: the case of Colunão.

### Keywords

Print media; Walter Rodrigues; Freedom of expression; Column.

<sup>1</sup> Professor da graduação em Jornalismo e do Mestrado Profissional em Comunicação da UFMA. Contato:jferr@uol.com.br.

<sup>2</sup> Docente da Universidade da Amazônia (Unama). Contato: lucilind@uol.com.br.

<sup>3</sup> Doutoranda do programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da UFPA. Contato:aurea.everton@ufma.br.

José **FERREIRA JUNIOR**  
Lucilinda Ribeiro **TEIXEIRA**  
Mary Aurea **EVERTON**

**RECEBIDO EM 28 DE OUTUBRO DE 2023**  
**ACEITO EM 30 DE DEZEMBRO DE 2023**

## Introdução<sup>4</sup>

O Colunão do jornalista Walter Rodrigues, em suporte impresso, foi uma expressão jornalística de um profissional com larga experiência na construção do texto para a mídia, com característica crítica. Embrionariamente, representou agregação de características do jornalismo guiado por dados, prática comum atualmente, potencializada pela utilização das plataformas digitais. O Colunão também foi uma experiência profissional de jornalismo com rara independência em terras maranhenses, que aproximou o leitor de temas como direitos humanos, cidadania e participação nas lutas democráticas.

O jornalista Walter Rodrigues nasceu em Belém – PA, em 16 de outubro de 1949, falecido em 18 de maio de 2010, em São Luís do Maranhão. Radicado na capital maranhense em meados da década de 1970, trabalhou em diversos jornais, tais como: *O Imparcial*, *O Estado do Maranhão* (já descontinuado), *Jornal Pequeno*. Foi correspondente dos jornais *O Globo* e *O Estado de S. Paulo* (Santos, 2010).

Em 2008, o jornalista ganhou o “Prêmio José Augusto Mochel”, entregue pelo Comitê Municipal do Partido Comunista do Brasil (PC do B) em São Luís, criado com o objetivo de homenagear militantes políticos, lideranças de esquerda e entidades da sociedade civil que tenham se dedicado à luta democrática, popular e socialista no Maranhão.

<sup>4</sup> Uma versão preliminar deste texto foi publicada pelos anais do XIII Encontro Nacional de História da Mídia em 2021.

## WALTER RODRIGUES: AS CONTRIBUIÇÕES DO COLUNÃO PARA O JORNALISMO ALTERNATIVO E CRÍTICO NO MARANHÃO

Os exemplares, disponibilizados para esta investigação, datam dos últimos anos do século XX e da primeira década do século XXI. No entanto, esta pesquisa não pretende analisar de forma cronológica todas as temáticas abordadas em cada edição, mas alinhar algumas questões essenciais para o entendimento da história do Colunão.

A doação do acervo do Colunão, de posse da família do jornalista, para o Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), aconteceu pouco depois do falecimento de Walter Rodrigues, cujo ensejo motivou esta autoria, juntamente com uma equipe de docentes e discentes daquela IES, a empreender um projeto de pesquisa, o qual obteve, por intermédio de edital universal, em 2019, um financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão – FAPEMA. O objetivo mais concreto desta investigação é revisitar o Colunão em uma pesquisa documental, ou seja: executar o manejo dos exemplares ainda disponíveis da publicação, os quais foram doados à UFMA. Após uma triagem inicial, operou-se a digitalização do acervo para uma futura hospedagem no *site* da Universidade Federal do Maranhão. Trata-se de uma transladação do ambiente impresso para as possibilidades multidimensionais do universo digital.

Pretende-se, com efeito, lançar luz sobre a história do Colunão (uma espécie de tabloide variando do tamanho A3 ao A4), no sentido de destacar seu papel crítico. Deseja-se até mesmo alertar os possíveis limites dessa capacidade de emitir juízo num momento de inflexão do poder hegemônico há décadas, no panorama político maranhense, ao mesmo tempo em que lideranças emergentes começaram a ter visibilidade local e nacional, algo de certa forma capturado pelo viés da crítica analítica de Walter Rodrigues. Trata-se, portanto, de um exercício crítico do jornalismo.

José **FERREIRA JUNIOR**  
Lucilinda Ribeiro **TEIXEIRA**  
Mary Aurea **EVERTON**

A ancoragem teórica desta investigação tem como referência as abordagens da história cultural (Gombrich, 1994; Barbosa, 2007; Barbosa, Ribeiro, 2007; Ricoeur, 2007; Chartier, 2009), no sentido de ela ser uma espécie de matriz para as demais histórias: política, econômica, demográfica etc. Com efeito, tem-se no horizonte o conceito de memória que não omite a existência do esquecimento, podendo-se falar até de uma “história cultural da memória e do esquecimento” (Ricoeur, 2007, p. 400).

Na chave vinculada ao esquecimento e à lembrança, encontra-se no repertório temático do Colunão em que há vazão a temas cuja ênfase é a promoção da cidadania: direitos humanos, serviços públicos, ecologia etc.

A perspectiva que se abre, presumivelmente, é aquela direcionada para uma leitura na qual se possa ampliar os horizontes do olhar, cuja compreensão asseveraram Marialva Barbosa e Ana Paula Goulart Ribeiro:

Fazer uma história que envolva os meios de comunicação não é apenas informar ou analisar o que esses meios publicavam; não é somente discorrer sobre as estratégias discursivas dessa imprensa; não é também se limitar a analisar os grandes nomes e os grandes feitos dos homens de imprensa. É dar conta de um processo comunicacional que envolve sempre o que foi produzido, quem produziu, por que produziu, para quem produziu. Como eram essas mensagens produzidas; como circulavam; que materialidade possuíam; que atores estavam envolvidos ao longo do processo. E, por último, a quem eram destinadas (Barbosa; Ribeiro, 2011, p. 26).

A empreitada deste artigo não abarcará todos esses pressupostos elencados pelas autoras acima citadas. Todavia, há forte intenção de compreender a complexidade envolvida no tema em tela, descartando-se simplificações inoportunas na tessitura do conhecimento. Trata-se de ir ao encontro do que Edgar Morin afirma sobre o caráter multidimensional e inseparável da expressão cognitiva: [... o conhecimento não poderia se reduzir a uma única noção, como informação, ou percepção, ou discriminação, ou ideia, ou teoria; antes se deve conceber nele vários

modos ou níveis, aos quais corresponde cada um destes termos] (Morin, 1987, p. 15).

Referenda-se Morin, de maneira explícita, em abordagem transversal neste texto. Demarca-se, inicialmente, o campo histórico do qual provêm ancoragens editoriais que sustentam política e ideologicamente caminhos a exemplo daqueles trilhados por Walter Rodrigues.

## **Motivo para novos olhares da imprensa**

Entende-se que experimentos profissionais, a exemplo da iniciativa de Walter Rodrigues, possuem um legado deixado por experiências anteriores como registra Bernardo Kucinski em sua obra *Jornalistas e revolucionários* (1991), na qual destaca o “modelo ético-político”, cuja categoria advém de Ana Maria Nethol, no texto intitulado “*Reflexiones Acerca de la Teoría y Accion Comunicativas de los Processos de Transición a la Democracia*”, para uma explicação sobre o fenômeno alternativo na imprensa em razão do período de ditaduras pela América Latina nos anos 1970.

A constelação de títulos das publicações alternativas da segunda metade do século XX está devidamente inventariado pela literatura acerca do tema, destacando-se o trabalho de Kucinski. Todavia, o fenômeno atingiu proporções ainda pouco exploradas, nas ambiências regionais e locais.

A propósito da trajetória profissional de Walter Rodrigues, há registros de sua passagem pela imprensa alternativa nos anos 1970, ainda em Belém do Pará, antes de sua vinda para São Luís. Participou dos jornais *Bandeira 3*, ao lado de Lúcio Flávio Pinto, no posto de editor, e também do *Resistência*, cujo editor era Luiz Maklouf Carvalho, expoentes indubitavelmente da mídia alternativa em terras paraenses.

José **FERREIRA JUNIOR**  
Lucilinda Ribeiro **TEIXEIRA**  
Mary Aurea **EVERTON**

O Colunão, de certo modo, atualizou esse legado do “modelo ético-político”, incluindo até mesmo uma tentativa de migração para a mídia digital nos anos 2000.

Ressalte-se que tal modelização ética não exclui, de modo peremptório, arranjos políticos nos quais há clara intenção de viabilizar comercialmente a produção e a circulação do veículo alternativo. Esse campo de disputa, para a concretização do produto editorial fora de padrões rotineiros, é o cenário em que se desenrola a produção de sentidos manifestada pelo Colunão.

Tem-se, sem incrementos de “carregar nas tintas”, uma expressão opinativa inclusiva da pesquisa jornalística, com fontes credíveis, independentemente de alianças momentâneas e da posição ideológica do editor do periódico, algo que vai ao encontro do que Ana Regina Rego e Maria Isabel Amphilo apontam com precisão cirúrgica: “todo o discurso jornalístico é, por natureza, um discurso opinativo, mas não necessariamente um gênero de opinião” (Rego; Amphilo, 2010, p. 95). Essas autoras, certamente, inspiram-se em enunciados clássicos da história do jornalismo, a exemplo de José Marques de Melo (2003).

Um registro exemplificador desse processo é o fato de o Colunão ter poucos anúncios publicitários, porém efetivamente publicá-los, algo que o difere de publicações congêneres e contemporâneas. É o caso emblemático do *Jornal Pessoal*, do jornalista Lúcio Flávio de Belém do Pará, cuja convivência com Walter Rodrigues era datada dos anos 1970, como já foi mencionado acima. O periódico paraense sobrevivia da venda em bancas de jornal e revista, incluindo aquelas situadas em Shopping Centers, dividindo o espaço disponível com os chamados “jornalões” de circulação local e nacional. Cena semelhante a essa não aconteceu com o

## WALTER RODRIGUES: AS CONTRIBUIÇÕES DO COLUNÃO PARA O JORNALISMO ALTERNATIVO E CRÍTICO NO MARANHÃO

Colunão, sobretudo em razão de travas impeditivas, politicamente inconfessas, e explicitamente colocadas pelas empresas de distribuição de produtos jornalísticos em São Luís do Maranhão.

No caso da experiência de publicação alternativa maranhense, houve durante algum tempo anúncios da TV Cidade de Coroatá, palco naquela ocasião do protagonismo político do ex-deputado estadual Ricardo Murad, liderança historicamente vinculada ao ex-presidente da República, e à época senador pelo Amapá, José Sarney. Murad por alguns anos liderou uma dissidência no chamado sarneísmo, posicionamento modificado a partir de 2003, quando o ex-deputado retorna ao agrupamento do principal líder político maranhense no século XX. Tratou-se, em dedução facilmente articulável, de uma aliança tática, em ocasião oportuna e pontual, entre o jornalista Walter Rodrigues e o político em postura momentânea de dissidência ao mandonismo, uma espécie de oposição circunstancial ao grupo então hegemônico na política estadual.

Outro anunciante do Colunão foi a então deputada estadual Helena Barros Heluy (PT-MA), figura de destaque no cenário da sociedade civil maranhense, tanto na instância de promotora de justiça quanto no âmbito da liderança cristã/católica. Em atuação parlamentar, a deputada tinha ampla sintonia com as causas vinculadas aos direitos civis, defendidas enfaticamente por Walter Rodrigues.

Lúcio Flávio sumariza a questão do financiamento e a roteirização de um possível legado das experiências de jornalismo alternativo à mídia empresa em postura panorâmica. Em testemunho colhido recentemente de modo remoto, via *e-mail*, o jornalista paraense do *Jornal Pessoal* (descontinuado) enfatiza num exercício de paralelismo entre a publicação editada no Pará e a congênere produzida no Maranhão:

Em primeiro lugar, por serem publicações de um homem só, jornalistas independentes em busca do máximo de fatos para chegar à verdade. Uma diferença fundamental estava no fato de o JP sempre ter sido uma publicação autônoma, indo para a venda avulsa. Isso causava despesas para a sua manutenção,

José **FERREIRA JUNIOR**  
Lucilinda Ribeiro **TEIXEIRA**  
Mary Aurea **EVERTON**

sobretudo por uma característica fundamental e, acho, inédita: não aceitava publicidade, embora ela seja a principal fonte de receita de uma empresa jornalística.

Até começar o JP, em 1987, sempre mantive um pé na imprensa alternativa e outro na grande imprensa, que financiava minhas constantes viagens pela Amazônia, me assegurando acesso a fontes e acontecimentos que a imprensa alternativa não me podia dar. E eu usava essa estrutura para fornecer matérias aos alternativos sem esse custo. Isso também influenciou o Walter. Ele participou do *Bandeira 3*, jornal alternativo que criei em Belém, em janeiro de 1975. O jornal, que era semanal, em formato tabloide, com 24 páginas, tinha uma estrutura razoável, por isso precisava de publicidade. Como não a conseguimos volume necessário, durou apenas sete números.

Em ambos os casos, a publicação era escrita por jornalistas profissionais já com experiência suficiente para fazer uma publicação independente e de credibilidade. Jornalistas capazes de responder por tudo que escreviam, inclusive em juízo, exercendo sempre função crítica na relação com o poder. Sem vinculação política nem dependência de qualquer instituição, sem um “mecenas”, o que limitaria a liberdade e autonomia. E com a possibilidade de ir aos fatos importantes para se informar diretamente o que acontecia. Ou seja: não ficar preso a um gabinete nem considerar a internet a fonte única – e frequentemente a principal. A fonte que define o jornalismo de verdade (e da verdade) está nas ruas, que é onde também está a verdade, não por acaso (Lúcio Flávio, 2023).

À parte a problematização acerca da verdade factual jornalística (algo, às vezes, próximo a certo pendor positivista), em cuja estruturação argumentativa há aspectos, fundamentalmente, pouco atinentes ao escopo deste texto, fica patente que Lúcio Flávio (este profissional de imprensa subscreve-se apenas com os prenomes) se refere à importância do jornalista estar em contato com a rua, com as fontes, com a ambientação social na qual está envolvido. Pode-se traduzir a inquietação do jornalista do Pará para as circunstâncias de análise já temporalmente inseridas no século XXI. Afonso de Albuquerque (2010) aponta para um problema advindo desde a fase da assim chamada, por ele, modernização autoritária do jornalismo brasileiro. Trata-se do fato de que, no bojo do

## WALTER RODRIGUES: AS CONTRIBUIÇÕES DO COLUNÃO PARA O JORNALISMO ALTERNATIVO E CRÍTICO NO MARANHÃO

processo de introdução de novas práticas profissionais nos anos 1950 e 1960, as empresas jornalísticas valorizaram mais o trabalho do copidesque, em detrimento da importância operacional do repórter que tem intuitivamente o “faro” para notícia, algo presente até hoje na atividade das redações nos Estados Unidos da América, país do qual emanou os ditames para “modernização” pela qual passou o jornalismo brasileiro na segunda metade do século XX.

Infere-se que a prática jornalística de Lúcio Flávio e de Walter Rodrigues estava diametralmente oposta a esse jornalista de gabinete (algunha que lembra, inevitavelmente, a formulação de escritor Oswald de Andrade acerca dos “poetas de gabinete”, pouco afeitos à vida hodierna).

A militância profissional dos dois jornalistas em tela reafirma o compromisso e a postura do repórter com o “cheiro da rua”, sem diminuir a preocupação com a argumentação arguta e, às vezes, até provocativa, com os poderes político, econômico e empresariais, reinantes em determinados espaços temporais.

Pode-se afirmar com segurança que Lucio Flávio e Walter Rodrigues são jornalistas de “pernas fortes”, como bem aludiu Afonso de Albuquerque (2010), quando se refere aos estudos de Douglass Cater acerca das práticas profissionais nos Estados Unidos da América, mesmo após o processo de modernização de seus órgãos de imprensa.

### **O Colunão: um alternativo no ocaso do modelo impresso**

Na exaustiva investigação da qual resultou a obra *Jornalista e revolucionários* (1991), Bernardo Kucinski, em anexo informativo, lista e classifica as publicações datadas da época dos anos da ditadura, extensivos aquelas que sobreviveram até a chegada da Nova República. O Colunão é posterior a esse período, e nas suas circunstâncias temporais

José **FERREIRA JUNIOR**  
Lucilinda Ribeiro **TEIXEIRA**  
Mary Aurea **EVERTON**

já se anunciava o entardecer do modelo impresso, algo que se reafirma, mesmo que até certo ponto resista, até os dias atuais.

Em uma mirada transversal sobre a publicação, nota-se que o aspecto mais efetivo de laço forte entre as duas temporalidades é o cenário político hostil. No caso do Maranhão, já inserido no período democrático pós-constituição de 1988. O enfretamento ao poder local de aspectos oligárquicos constitui-se em matéria para estudos em história e ciências políticas no âmbito acadêmico local, desde os anos 1970 (Caldeira, 1978) atingindo inquietações intelectuais já nestes anos 2000 (Costa, 2006).

O Colunão, portanto, é uma das muitas formas de manifestação de resistência ao “mandonismo”, noção de comportamento político investigada por José Caldeira acerca da conjuntura política local, ainda nos tempos do regime militar.

Algo que se pode destacar, no embate com forças políticas locais, era o cuidado do jornalista Walter Rodrigues de se pautar por fontes credíveis, incluindo-se aí o Diário Oficial, faceta que por si só já justifica revisitar o trabalho de jornalismo investigativo, mas também informativo e opinativo, da publicação com viés alternativo.

O Colunão contribuiu, em sua época, para a disseminação de informações sobre o Estado do Maranhão em diversos aspectos, especialmente acerca de assuntos que, muitas vezes, eram silenciados para a população tanto da capital quanto do interior.

O protagonismo de Walter Rodrigues extrapolou as fronteiras locais. Há registros disso. O jornalista Lúcio Flávio, editor por muitos anos do *Jornal Pessoal* (Belém - PA), em matéria escrita ao *site* do Observatório

## WALTER RODRIGUES: AS CONTRIBUIÇÕES DO COLUNÃO PARA O JORNALISMO ALTERNATIVO E CRÍTICO NO MARANHÃO

de Imprensa (2010), alude, quando do falecimento do editor do Colunão, que o profissional deixou sua marca na história da imprensa brasileira.

No dia 18 de maio morreu, em São Luís, aos 61 anos, um dos maiores jornalistas paraenses. Tão grande – e tão raro – que sua competência transbordou da terra natal para o Estado vizinho. A vida de Walter Rodrigues se dividiu ao meio entre o Pará e o Maranhão. Atuou com a mesma competência de um lado e do outro da divisa, em torno da qual costumam ser cultivadas diferenças, desentendimentos e incompreensões mútuas.

Walter foi o paraense que mais bem se ajustou ao novo cenário, com o qual passou a ter tal intimidade que se tornou referência necessária. Ninguém entenderá o Maranhão contemporâneo sem passar pelos seus textos. O Pará que passou ficou em algumas das matérias que Walter criou, quando pelo lado de cá gorjeava, com seu texto limpo, sua ironia fina e seu sarcasmo cortante, arrasador. Merecia um final mais à altura dos seus méritos e do que produziu, patrimônio que se valorizará na medida do tempo, pelo simples fato de não ter substituto. O lugar que Walter Rodrigues ocupou – e, de certa forma, criou para si – era único. Ficou vago.

Embora fossem de pura iconoclastia algumas das características da sua personalidade, Walter não foi um dado aleatório no jornalismo. Ele deixaria sua marca e faria o que fez em qualquer lugar e em qualquer época porque não lhe faltavam qualidades absolutamente pessoais e intransferíveis. Mas sua presença mais forte no jornalismo se explica por determinado contexto, que começou a se delinear em 1973, na redação de *O Estado de S. Paulo*. (Lúcio Flávio, 2010).

Além disso, Lúcio Flávio pontua que uma das singularidades de Walter Rodrigues é que ele possuía uma compreensão dos processos políticos, visto que conhecia os poderosos da época pelo nome, por contato pessoal, por histórias íntimas etc.

Em outra edição do Observatório da Imprensa (2006), no texto intitulado “*Quando sai o jornalista, o jornal vira quitanda*”, Lúcio Flávio relata sobre o fim da parceria, na distribuição do semanário, entre Walter Rodrigues e o *Jornal Pequeno* (diário da imprensa popular maranhense no qual a publicação em tela foi encartada por quase dez anos); e, posteriormente, a criação do blog Colunão.

José **FERREIRA JUNIOR**  
Lucilinda Ribeiro **TEIXEIRA**  
Mary Aurea **EVERTON**

Walter perdeu o privilegiado contato que tinha todos os domingos com os leitores do *Jornal Pequeno*, mas mantém sua produção acessível através de um *blog*. Já planeja voltar à forma pioneira, como a do *Jornal Pessoal*, realmente independente (embora pesadamente sacrificante), porque deixou muitos órfãos na leitura da imprensa convencional. Os muitos que, sem seu maná dominical, abandonaram o jornal que o serviam e estão à cata de novo contato com a verdade (Lúcio Flávio, 2006).

Ainda sobre o rompimento, o jornalista e blogueiro maranhense Ed Wilson Araújo (2005) analisou, no ambiente da blogosfera local, com título “*Sem o Colunão, JP desequilibra*” o rompimento com o *Jornal Pequeno*, motivado por divergências editoriais em razão de Walter Rodrigues seguir uma linha de independência e de denúncias.

Em 25 anos de jornalismo no Maranhão, Walter Rodrigues acumulou méritos e também desafetos, fruto do trabalho de investigação que denunciou delegados torturadores, esquemas de corrupção, crime organizado, nepotismo no Judiciário e um rol de irregularidades no sarnéisimo ou nos diversos espectros da oposição. Recentemente, enfrentou quase solitário uma posição contrária aos interesses da Companhia Vale do Rio Doce na instalação do polo siderúrgico na ilha de São Luís e, por fim, criticou o projeto expansionista da Alumar em frontal desrespeito aos direitos trabalhistas (Araújo, 2005).

Em 2006, por força da crise para a distribuição do jornal, Walter Rodrigues envia aos seus leitores, por correio eletrônico, um comunicado sobre o atraso da reestreaia do Colunão, ainda no formato impresso, iniciativa severamente boicotada por agentes do poder local.

## WALTER RODRIGUES: AS CONTRIBUIÇÕES DO COLUNÃO PARA O JORNALISMO ALTERNATIVO E CRÍTICO NO MARANHÃO

**De:** Walter Rodrigues  
**Para:** Undisclosed-Recipient  
**Data:** 22/04/2006 17:06  
**Assunto:** NOTÍCIA DO COLUNÃO – URGENTE (Detalhes só na segunda ou depois)

### NOTÍCIA DO COLUNÃO

22.4.2006

Prezados leitores e amigos

Está pronto o nº. 1 do Colunão nova fase, agora independente tanto na linha editorial quanto na circulação, já que deixa de ser encarte de outro jornal, como ocorria até novembro do ano passado, para arriscar-se em orgulhoso vôo solo.

Está pronto na redação, na edição e na diagramação das matérias, e deveria circular neste domingo. Infelizmente, isso não vai acontecer. Problemas com a gráfica, alheios à minha vontade e capacidade de agir.

Estou tomando as providências necessárias para imprimir o semanário nesta segunda-feira, de modo a oferecê-lo aos assinantes e demais leitores ainda na segunda à noite, o mais tardar na madrugada ou amanhecer de terça. Se for preciso, roda-se o Colunão em Fortaleza ou Terezina ou Belém. É apenas um obstáculo a mais.

Admito a frustração do atraso imprevisto, mas isso não me abate nem me agacha.

Grato pela atenção e pelo apoio.

Até breve,

**Walter Rodrigues**  
**Editor**

Mesmo com dificuldades, até mesmo para circular, o Colunão tinha um fio condutor: o senso crítico, com ancoragem no temário sobre os direitos humanos, as questões ecológicas, os meandros da política nacional/local; e, sobretudo, a potencialidade do jornalismo investigativo. O Colunão abria espaços também para a reflexão acerca do papel da imprensa, ressaltando de modo claro a atuação do profissional de mídia. Embora não rotineiro, esse aspecto salta aos olhos em algumas edições do Colunão.

José FERREIRA JUNIOR  
Lucilinda Ribeiro TEIXEIRA  
Mary Aurea EVERTON

## Análise crítica do papel da mídia a partir do *Jornal Pequeno*



*Um jornal é um campo de batalha* - Das intuições de Bogéa ao bem-vindo exagero de Millôr Fernandes.

Figura 1: Colunão - 3 jun. 2001.

É imperioso ressaltar, por exemplo, que, antes do rompimento com a publicação da família Bogéa, Walter Rodrigues homenageou os 50 anos do *Jornal Pequeno*, sobremaneira a figura de seu fundador, o jornalista Ribamar Bogéa, mentor da linha editorial do periódico. O texto, datado de 3 de junho de 2001, foi publicado na primeira página do Colunão. No artigo, ele reforça que a publicação resistiu durante cinco décadas, “com montanhas de erros e acertos”, mas sempre a favor da liberdade de imprensa e do direito de criticar e denunciar. Encerra a argumentação,

## WALTER RODRIGUES: AS CONTRIBUIÇÕES DO COLUNÃO PARA O JORNALISMO ALTERNATIVO E CRÍTICO NO MARANHÃO

parafraseando o humorista e escritor, Millôr Fernandes, ao dizer que “imprensa é oposição, o resto é armazém de secos e molhados” (uma alusão do jornalista carioca aos estabelecimentos comerciais precursores dos atuais supermercados), abordando mais uma vez a relevância do jornalismo enquanto órgão alinhado à apuração dos fatos.

### À guisa de um parêntese ilustrativo

É notório que a liberdade de imprensa, tão defendida por Walter Rodrigues, ainda é hoje um campo de batalha e de produção de sentidos.

Outra faceta da estrutura argumentativa de Rodrigues é não ter um posicionamento subalterno quando se coloca a relação entre a mídia dos grandes centros urbanos do país e os órgãos de imprensa regionais, associado a um senso crítico afiado, exposto no mesmo espaço em que homenageou Bogéa e o seu JP, sobre a realidade do diário do qual era parceiro.

*O Jornal Pequeno não é menos independente que a Folha [de S. Paulo] e nem há ninguém, que lhe faça o papel de ACM [Antônio Carlos Magalhães, então senador pela Bahia] ou Sarney, apesar de suas ostensivas simpatias por Fernando Henrique, Roberto Rocha, Jackson Lago, José Vieira, Manoel Ribeiro e mais dois ou três – sem querer igualá-los entre si ou com a dupla do diário dos Frias, que pelo menos alguns deles não merecem. Tampouco tem ombudsman. E que função haveria para o ombudsman num jornal que tem tantos donos quanto empregados fixos e registrados e nada que se pareça com um estatuto ou manual de redação, de modo que às vezes ninguém tem certeza do certo ou se o erro está errado mesmo?*

Essa lucidez e esse discernimento foram decisivos para o rompimento da parceria com o *Jornal Pequeno*, alguns anos depois desse texto ter sido publicado, reafirmando-se a trajetória de continuidade e de descontinuidade que marcam a vida de veículos alternativos de imprensa.

José **FERREIRA JUNIOR**  
Lucilinda Ribeiro **TEIXEIRA**  
Mary Aurea **EVERTON**

## Considerações Finais

Diante do exposto, este texto reafirma a importância do jornalismo impresso autoral, pelo menos até o início deste século. As interpretações e opiniões singulares do trabalho jornalístico de Walter Rodrigues, por meio do Colunão, perenizam o “modelo ético-político” da imprensa alternativa latino-americana.

Ao analisar a trajetória do jornalista Walter Rodrigues, fica evidente a credibilidade que ele possuía junto à população maranhense, posto que após sua saída do *Jornal Pequeno*, ocorreu uma migração dos leitores para um *blog* (já descontinuado) articulado com parceiros e colegas de profissão. Ou seja, há um elo que liga as pontas de uma linha do tempo, num cenário nacional, que vem da imprensa alternativa de resistência à ditadura militar aos percalços da mídia desarmônica às oligarquias regionais no final do século XX e alvorecer do século XXI.

A iniciativa de Rodrigues, em uma época na qual os governantes constroem monopólios nos meios de comunicação (ainda no suporte impresso, mas sobretudo na mídia digital), comprova a relevância do temário do qual se reportava o Colunão, subsidiando debates, na atualidade, acerca de momentos históricos no Maranhão. Trata-se, contudo, de apenas um ramo da árvore que abriga diversas manifestações do fenômeno alternativo (ou com expressão explícita de alguma liberdade editorial) na historiografia da mídia brasileira.

## Referências

ALBUQUERQUE, A. de. **A modernização autoritária do jornalismo brasileiro.** 2010. Disponível:<http://revistaalceu-acervo.com.pucrio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?from%5Finfo%5Findex=9&inoid=372&sid=32>. Acesso em: 27 out. 2023.

ARAÚJO, E. W. **Ainda o desencarte do Colunão.** 2005. Disponível em: <https://zemaribeiro.wordpress.com/2005/11/17/ainda-o-desencarte-do-colunao/> Acesso em: 9 jun. 2021.

BARBOSA, M. **História cultural da imprensa:** Brasil – 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BARBOSA, M.; RIBEIRO, A. P. G. **Comunicação e história:** partilhas teóricas. Florianópolis: Insular, 2011.

BARBOSA, M.; RIBEIRO, A. P. G. **Memória, relatos autobiográficos e identidade institucional.** 2007. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/737/744>. Acesso em: 28 out. 2023.

CALDEIRA, J. de R. C. Estabilidade social e a crise política: o caso Maranhão. **Revista Brasileira de Estudos Políticos**, Belo Horizonte, n. 46, 1978.

CHARTIER, R. **A história ou a leitura do tempo.** Trad. Cristina Antunes. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

COSTA, W. C. da. **Sob o signo da morte:** o poder oligárquico Victorino a Sarney. São Luís: Edufma, 2006.

COSTA, W. C. da. O salto do canguru: ditadura militar e reestruturação oligárquica no Maranhão pós-1964. **Ciências Humanas em Revista (UFMA)**, São Luís, v. 2, n.1, p. 183-191, 2004.

GOMBRICH, E. H. **Por uma história cultural.** Trad. Maria Carvalho. Lisboa: Gradiva, 1994.

KUCINSKI, B. **Jornalistas e revolucionários:** nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo: Scritta, 1991.

José **FERREIRA JUNIOR**  
Lucilinda Ribeiro **TEIXEIRA**  
Mary Aurea **EVERTON**

LÚCIO FLÁVIO. **Quando sai o jornalista, o jornal vira quitanda.** 2006. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitos/quando-sai-o-jornalista-o-jornal-vira-quitanda/> Acesso em: 9 jun. 2021.

LÚCIO FLÁVIO. **Jornalista de dois mundos desavindos.** 2010. Disponível: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/armazem-literario/jornalista-de-dois-mundos-desavindos/> Acesso em: 9 jun. 2021.

LÚCIO FLÁVIO. **Walter Rodrigues objeto de pesquisa acadêmica na UFMA.** Mensagem recebida em 16 jun. 2023.

MELO, J. M. de. **Jornalismo opinativo.** 3. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MORIN, E. **O método III: o conhecimento do conhecimento.** Lisboa: Publicações Europa-América, 1987.

REGO, A. R.; AMPHILO, M. I. Gêneros opinativos. In: MELO, J. M. de; ASSIS, F. de. **Gêneros jornalísticos no Brasil.** São Bernardo do Campo: UESP, 2010.

RIBEIRO, Z. **O Colunão reestrea hoje, no mais tardar na terça-feira.** 2006. Disponível em: <https://zemaribeiro.wordpress.com/2006/04/24/o-colunao-reestrea-hoje-no-mais-tardar-terca-feira/>. Acesso em: 16 jun. 2021.

RICOEUR, P. **A memória, a história, o esquecimento.** Campinas, SP: Unicamp, 2007.

SANTOS, M. **“Colunão do WR” foi veiculado durante muitos anos no Jornal Pequeno.** 2010. Disponível em: <http://jornalpequeno.blog.br/manoelsantos/2010/05/20/colunao-do-wr-foi-veiculado-durante-muitos/>. Acesso em 27 fev. 2019.



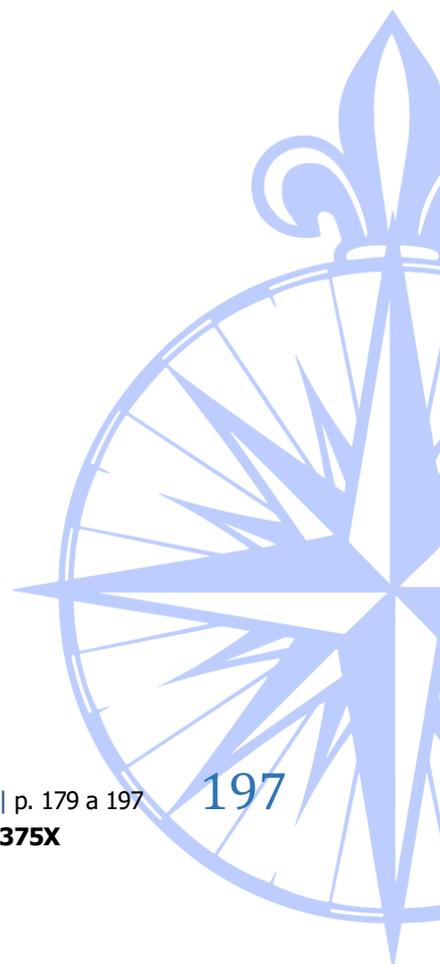
**WALTER RODRIGUES: AS CONTRIBUIÇÕES DO COLUNÃO PARA O JORNALISMO  
ALTERNATIVO E CRÍTICO NO MARANHÃO**

João Pessoa – Brasil | **ANO 10 VOL.10 N.2** | JUL./DEZ. 2023 | p. 179 a 197

Revista Latino-americana de Jornalismo | ISSN **2359-375X**

Programa de Pós-Graduação em Jornalismo – UFPB

**ÂNCORA**



197

# CULTURA ORAL E MULHERES NEGRAS NO PODCAST “NIA”

## BLACK WOMEN AND ORAL CULTURE IN THE “NIA” PODCAST

Paulo Fernando de Carvalho LOPES<sup>1</sup>

Márcia Gomes da SILVA<sup>2</sup>

Universidade Federal do Piauí | Brasil

### Resumo

O presente artigo busca discutir os sentidos materializados pela cultura oral negra *online* no *podcast* Nia, produzido por Ana Be, mulher negra da zona leste de São Paulo. O referido *podcast* surgiu em 2017 e possui 43 episódios publicados no *Spotify*, nos quais a *podcaster* entrelaça referências negras para discutir sobre música e vivência de mulheres negras. Este texto entende *podcasting*, como prática cultural, Viana (2022) e Bonini (2022) e o relaciona com a cultura oral negra, Martins (2021) e seus desdobramentos em espaços digitais, Lu e Steele (2019). Para isto, é feito um estudo de caso usando como ferramenta metodológica a Análise Audioestrutural do Podcast (AAP) proposta por Pinheiro, Mustafá e Silva (2021) para identificar como as características estruturais presentes no *podcast* estão se encruzilhando com as narrativas referentes às pautas coletivas de mulheres negras no referido *podcast*. Concluímos que o *podcast* Nia, a partir da compreensão de cultura oral negra *online*, apresenta ainda aspectos de resistência frente às pautas de branquitude construídas na grande mídia.

### Palavras-chave

Mulheres negras; Nia; Oralidade; *Podcasting*.

### Abstract

This article discuss the meanings materialized by black oral culture online in the Nia podcast, produced by Ana Be, a black woman from the east side of São Paulo. The podcast was created in 2017 and has 43 episodes published on Spotify, in which the podcaster interweaves black references to discuss music and the experiences of black women. This article understands podcasting, as a cultural practice, Viana (2022) and Bonini (2022) and relates it to black oral culture, Martins (2021) and its developments in digital spaces, Lu and Steele (2019). For this, a case study is carried out using the Podcast Audiostructural Analysis (AAP) proposed by Pinheiro, Mustafá e Silva (2021) as a methodological tool to identify how the structural characteristics present in the podcast are intersecting with the narratives referring to the collective agendas of black women in the aforementioned podcast. We conclude that the Nia podcast, based on the understanding of black oral culture online, also presents aspects of resistance in the face of whiteness agendas constructed in the mainstream media.

### Keywords

Black women; Nia; Orality; *Podcasting*.

RECEBIDO EM 06 DE NOVEMBRO DE 2023

ACEITO EM 30 DE DEZEMBRO DE 2023

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ. Professor Titular na Universidade Federal do Piauí na graduação e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Coordenador do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Discursos (JORDIS). Contato: pafecalo@ufpi.edu.br.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí, na linha de pesquisa Processos e Práticas em Jornalismo. Membro do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Discursos (JORDIS). Contato: maarciagomessilva@gmail.com

## Introdução

Partindo da compreensão que *podcasting* é uma prática cultural (Viana, 2022, Bonini, 2022), o presente artigo busca discutir o perfil, a estrutura e os sentidos que a cultura oral negra *online* coloca em circulação na podosfera a partir do *podcast* Nia<sup>3</sup>. Este *podcast* é uma produção independente criado por Ana Be<sup>4</sup>, mulher negra da zona leste de São Paulo. O *podcast* estreou em 2017 e está presente na plataforma *Spotify* com 43 episódios publicados.

Os 21 primeiros episódios marcam o que podemos chamar de uma primeira fase onde a *podcaster* entrelaça referências negras para discutir música e vivência de mulheres negras. Atualmente, se for feita uma busca Nia pode-se identificar um hiato de três anos sem atualização na plataforma de *streaming Spotify*. Entretanto, pudemos verificar que durante a pandemia e o isolamento social, precisamente em abril de 2020, um *post* marcou a migração do *podcast* para a rede social *Instagram*<sup>5</sup>, marcando sua segunda fase. Lá a *podcaster* não só divulga o *podcast* e bastidores como abre um canal de diálogo com os seguidores. Os 22 episódios seguintes fazem parte de uma série chamada “Diáspora 22”, demarcando a terceira fase do *podcast*. O “Diáspora 22” propõe-se a ser um projeto audiovisual cujo objetivo é dialogar com os artistas periféricos que fazem música preta a partir das construções afetivas familiares, instaurando assim uma terceira fase do trabalho da artista ligado ao *podcast*. A quarta fase do *podcast* começou em abril deste ano com novo nome: Rádio Nia<sup>6</sup>.

<sup>3</sup> Disponível em: Nia | Podcast on Spotify. Acesso em: 17 ago. 2022.

<sup>4</sup> Disponível em: Comunicação Sobre Música Negra. Conheça: Ana BE e o podcast NIA | Potência Cultural. Acesso em: 17 ago. 2022.

<sup>5</sup> Disponível em : <https://www.instagram.com/podcastnia/>. Acesso em: 15 out. 2023.

<sup>6</sup> Disponível em: [Rádio Nia](https://www.instagram.com/podcastnia/). Acesso em: 15 out. 2023.

Paulo Fernando de Carvalho **LOPES**

Márcia Gomes da **SILVA**

O foco do presente estudo recai nos episódios que centralizam textualidades orais sobre música e vivência de mulheres negras, a partir de uma escuta atenta ainda num nível exploratório dos 21 primeiros episódios. Definimos como amostra 3 episódios para serem analisados: episódio 1, no qual a *podcaster* apresenta a proposta de seu programa e discute sobre representatividade negra; episódio 4, sobre estereótipos racistas e sexistas e o episódio 7 sobre empoderamento e mulheres negras no *Hip Hop* e *R&B*. O critério de escolha se deu por considerar que os episódios selecionados possuem como tema central a vivência de mulheres negras enquanto grupo social nos quais a *podcaster* traça conexões com referências de outras mulheres negras, sejam teóricas e/ou artistas da palavra e da sonoridade.

O artigo possui como objetivos identificar características presentes nestes três episódios do *podcast* Nia, como eixo estrutural, duração, identidade sonora e visual, associação, destacar narrativas referentes às pautas coletivas de mulheres negras e cultura oral negra *online*. Para alcançar nossos objetivos nessa encruzilhada, fundamentamos nosso arcabouço teórico em Viana (2022), Bonini (2022), Martins (2021), Lu e Steele (2019) e Barner (2021).

Propomos como técnica de pesquisa do *podcast* Nia a Análise Audioestrutural do Podcast (AAP). Segundo Pinheiro, Mustafá e Silva (2021) e Silva (2022) esta é uma proposta metodológica que mescla aspectos quantitativos e qualitativos para compreender a dinâmica das características estruturais e das narrativas referentes às pautas de mulheres negras.

Este artigo justifica-se ao propor uma investigação no campo da comunicação sobre a podosfera negra. Este movimento ainda é novo no âmbito brasileiro. Buscamos refletir como as questões de cultura oral estão sendo instrumentalizadas em *podcasts* negros, assim como pontuar

os conteúdos referentes às pautas coletivas de mulheres negras. À vista disso, iniciamos este trabalho com uma contextualização teórica sobre *podcasting* e cultura oral negra *online*, em seguida apresentamos a metodologia utilizada na construção do trabalho, e por fim, discutimos e analisamos referidos objetos de estudo.

## **Cultura oral negra: manifestações tradicionais e desdobramentos *online***

Gonzalez (2020) aponta que a mulher negra em situação de escravizada, a mucama<sup>7</sup>, desempenhava tarefas na casa-grande que perpassavam os cuidados internos com a casa e as crianças de seus senhores, além do cuidado com os próprios filhos e seus companheiros. Essas mulheres negras que através de uma “resistência passiva” foram responsáveis por disseminar através da oralidade um português embebido de influências e marcas linguísticas de culturas africanas diversas, o pretuguês, “marca de africanização do português falado no Brasil” (Gonzalez, 2020, p. 128). A passividade apontada por Gonzalez (2020) se refere a uma forma de resistência pela integração de mulheres negras escravizadas e uma suposta harmonia inerente às relações entre essas e seus senhores. Segundo a autora,

na medida em que ela passa, ao aleitar as crianças e ao falar o seu português (com todo um acento quimbundo, de ambundo, enfim, das línguas africanas), é ela que vai passar pro brasileiro, de um modo geral, esse tipo de pronúncia, um modo de ser, de sentir e de pensar (Gonzalez, 2020, p.290).

---

<sup>7</sup> Gonzalez (2020) apresenta a nomenclatura “mucama” baseada em Décio Freitas, no livro *Palmares: a guerra dos escravos* (1978), atribuída às mulheres negras escravizadas que trabalhavam no interior da casa-grande, distinguindo-se do papel de escravizada de eito, outra nomenclatura baseada em Freitas (1978) para designar o labor de mulheres negras escravizadas nas lavouras.

Paulo Fernando de Carvalho **LOPES**

Márcia Gomes da **SILVA**

Dessa maneira, a autora afirma que a oralidade negra fundamentalmente operacionalizada por mulheres negras através de tais práticas discursivas assentaram a base cultural e linguística presente no Brasil.

Similar a isso, Lu e Steele (2019) também argumentam que a oralidade foi uma forma de resistência entre as pessoas negras desde o período escravocrata, entretanto, diferentemente das práticas mais estudadas, como revoltas e embates diretos com seus opressores, a oralidade foi uma forma de resistência mais duradoura, principalmente no contexto cotidiano, essa longevidade se baseia no desinteresse e invalidação dos saberes provindos da oralidade por parte do grupo dominante.

As culturas negras trazidas pelos povos do continente africano confluíram através da oralidade com os demais modos e costumes do nosso país em diversos âmbitos. De acordo com Martins (2021)

Com nossos ancestrais vieram as suas divindades, seus modos singulares e diversos de visão de mundo, sua alteridade linguística, artística, étnica, técnica, religiosa, cultural, suas diferentes formas de organização social e de simbolização do real. As culturas negras que matizaram os territórios americanos, em sua formulação e modus constitutivos, evidenciam o cruzamento das tradições e memórias orais africanas com todos os outros códigos e sistemas simbólicos, escritos e/ou orais, com que se confrontaram (Martins, 2021, p.24).

Mesmo com o acesso a determinados materiais e novas tecnologias, a oralidade continua sendo um meio para disseminação de conhecimento e compartilhamento de experiências entre comunidades negras, ocupando novos espaços e se utilizando de outros equipamentos ao mesmo tempo que resgata antigos costumes.

Tais práticas constituem a cultura oral negra que pode ser entendida, de acordo com Lu e Steele (2019), como o conjunto de práticas que centraliza o conhecimento por meio da oralidade, sendo uma

estratégia de resistência adotada por pessoas negras nas diásporas africanas.

Nesse sentido, as autoras destacam características que marcam as práticas contemporâneas da cultural oral negra com uso das tecnologias comunicacionais, que por sua vez também estão presentes em suas manifestações tradicionais. A primeira característica baseia-se na formulação de práticas discursivas que escapam à detecção do grupo dominante por meio do desenvolvimento de um tipo de comunicação própria. É necessário que haja uma compreensão prévia da cultura negra para seu entendimento completo. Outro aspecto está relacionado à criação de contranarrativas em que a celebração das vidas negras é construída como uma maneira de subverter as tentativas do grupo dominante de moldar narrativas de padecimento das comunidades negras.

Dessa maneira, direcionamos nosso foco para o *podcasting* como mídia híbrida (Bonini, 2022) e prática cultural (Viana, 2022) propícia para a disseminação de elementos da oralidade negra na construção de narrativas sonoras. A seguir, veremos como o universo do *podcasting* se relaciona com a cultura oral negra que perpassa contemporaneamente pelas tecnologias comunicacionais.

## ***Podcasting e oralidade negra***

Bonini (2022) acentua que *podcasting* é ao mesmo tempo uma tecnologia e uma forma cultural híbrida, visto que apreendeu formas e linguagens não apenas do rádio, mas também do teatro, da literatura, do jornalismo *online*, do *design*, etc., consequentemente como um meio híbrido tem suas especificidades e autonomia. Para o autor, produtores e ouvintes moldaram as formas culturais do *podcasting* atentando para uma visão que destaca as formas como a sociedade pode mudar a mídia designando papéis sociais específicos.

Paulo Fernando de Carvalho **LOPES**

Márcia Gomes da **SILVA**

É também nesse sentido amplo que Viana (2022) define *podcasting* como “uma prática cultural e comercial que envolve os processos de produção, transmissão, circulação e consumo de *podcast*, sendo este último o produto resultante dessa prática” (Viana, 2022, p. 29), tal conceituação dialoga com o pressuposto de Bonini (2022), ambos designam o *podcasting* como prática cultural, dessa forma sua compreensão prioriza as dinâmicas sociais, que incluem a relação entre produtores, ouvintes e mercado como fundamentais para seu entendimento.

À vista disso, o *podcasting* como prática cultural, no sentido defendido por Viana (2022), constitui-se em espaços que vozes múltiplas, inclusive vozes de grupos historicamente oprimidos, elaboram sentidos e identidades através da produção de conteúdo sonoro, frente à falta de representatividade, invisibilidade de suas pautas e objetificação como Outro, comumente reproduzidas pela grande mídia.

Os elementos sonoros são aspectos de interesse na análise, mas a oralidade de mulheres negras e a cultura oral negra presentes nos episódios são, também, importantes para compreensão das práticas de resistência em *podcasts* negros porque a cultura oral negra, enquanto um conjunto de práticas, concentra o conhecimento através da oralidade.

Centralizamos o *podcasting* e suas características como aptas a instrumentalização da cultura oral negra *online* devido aos seus aspectos de acessibilidade técnica, autonomia na produção de conteúdo e variedade de formatos, diferentemente de outras mídias, o *podcasting* oferece aos produtores a liberdade de criar características e normas distintas, proporcionando um meio vantajoso para grupos sociais marginalizados pela grande mídia (Barner, 2021).

Nesse contexto, Barner (2021) define como *podcasts* negros aqueles em que os *podcasters* são declaradamente negros e/ou tratam intencionalmente de questões de interesse do grupo em seus respectivos programas. Tratando de *podcasts* estadunidenses produzidos por mulheres negras e *queer*, a autora aponta o uso de referências culturais negras, como o uso de vernáculos.

De acordo com Barner (2021) as vírgulas explicativas usadas para “fornecer mais contexto ou explicação de um conceito que o ouvinte pode não entender” (Barner, 2021, p.46)<sup>8</sup> não são operacionalizadas neste contexto. Dessa maneira, a ausência de explicações de determinados conceitos e expressões configura-se como ato de recusa em educar grupos sociais que não seu público alvo. Nesse caso, em análise, da mesma forma que as produtoras, o público que elas procuram atender são mulheres negras e *queer*.

Esta abordagem evidencia a forma como o *podcasting* é operacionalizado pela comunidade negra, criando diálogos com ouvintes que pertencem ao mesmo grupo social e/ou possuem um conhecimento prévio sobre determinados conteúdos, termos e nomenclaturas, remontando os atos de resistência cotidianos de seus antepassados, baseadas na cultura oral negra.

Cavalcante (2021) é pioneira ao mostrar o protagonismo de mulheres negras na podosfera. A autora faz um levantamento de *podcasts* produzidos por mulheres negras no Brasil e seleciona para análise os *podcasts Afetos e Kilombas*. Mesmo sem ter como foco central a cultura oral negra, muito dela está presente nos *podcasts* analisados. De acordo com a autora, o *podcast* é uma mídia utilizada pelas mulheres negras enquanto grupo marginalizado para debater e partilhar suas vivências e experiências que não encontram espaço na mídia tradicional. Em termos

---

<sup>8</sup> No original: “The function of the explanatory comma is to provide further context or explanation of a concept that the listener may not understand” (Barner, 2021, p. 46).

Paulo Fernando de Carvalho **LOPES**

Márcia Gomes da **SILVA**

nacionais, o que chama atenção é ser um tema que precisou atravessar o oceano Atlântico para academicamente ser aceito e terminou se tornando a primeira pesquisa no país com esta temática.

Passemos agora para a interpretação das minúcias do *podcast* Nia, por meio da esquematização metodológica da Análise Audioestrutural do Podcast (AAP) de forma a identificar elementos da cultural oral negra no referido *podcast*.

## Metodologia

Para apreender as principais características do objeto de estudo, como perfil do *podcast*, estrutura, análise sonora e descritiva, de acordo com a Análise Audioestrutural do Podcast (AAP) é preciso observar três níveis: a identificação do *podcast*, dedicado à coleta de dados referente ao *podcast* de forma mais geral; a estrutura do *podcast* que prioriza as características específicas de cada episódio do *podcast* e o conteúdo do *podcast* que sugere análises para interpretação do conteúdo dos dois níveis anteriores.

Segundo a AAP, no primeiro nível, traçar o perfil do *podcast* é um primeiro passo para compreender os demais elementos. Desta forma, são levantados dados relativos ao ano, apresentação, estrutura, tipo, periodicidade, duração, espaço de circulação, expansão, participação, *design* do programa e associação. O segundo nível está relacionado ao tema e às pautas abordadas nos episódios. O foco é a relação entre as temáticas e as fontes acionadas. Por fim, ouvimos o conteúdo de cada um dos episódios escolhidos. É feita uma contextualização que permita identificar os pontos-chaves que relacionam estrutura, tema abordado, fontes e as inter-relações sociais. A contextualização é fundamental para a

identificação no *podcast* Nia das questões levantadas ao longo deste artigo.

Quanto às estruturas, nos episódios 1, 4 e 7 consideramos as categorias de título, temática central, identificação do *podcast*, duração e data de postagem. Referente às análises do conteúdo apresentados nos episódios, utilizamos a escuta atenta dos episódios e para contextualização do material, utilizamos o referencial teórico Lu e Steele (2019), Collins (2019) e Hooks (2019).

Nos próximos tópicos veremos como os aspectos da cultura oral negra *online* são operacionalizados no *podcast* Nia a partir da compreensão de *podcasting* como prática cultural (Viana, 2022) e forma cultural híbrida (Bonini, 2022), destacando suas principais características e em seguida avançaremos nas principais temáticas abordadas no episódio 1, 4 e 7 do referido *podcast*.

## **Nia e as pautas coletivas de mulheres negras**

Consideramos Nia como um *podcast* negro segundo definição de Barner (2021) que denomina *podcasts* negros como aqueles não só produzidos por pessoas negras, mas que, além disso, tratam em seus programas de questões fundamentais desse grupo social de forma intencional, e/ou que se identificam como *podcasts* negros.

Com relação ao perfil, Nia é um *podcast* independente apresentado por Ana Be, mulher negra da zona leste de São Paulo, os episódios tratam principalmente sobre música, audiovisual, vivência de artistas negros e/ou independentes, cultura periférica e problemáticas relacionadas às mulheres negras.

O referido *podcast* possui 43 episódios disponíveis no *Spotify* publicados entre 2017 e 2020, os 21 primeiros episódios publicados estão numerados do 1 ao 21, nos quais a *podcaster* entrelaça referências negras para discutir sobre música e vivência de mulheres negras, a duração

Paulo Fernando de Carvalho **LOPES**

Márcia Gomes da **SILVA**

desses episódios varia entre 9 a 18 minutos, os episódios que seguem, com exceção do episódio “Quem foi que disse que o velho é velho?”, fazem parte de uma série de episódios chamada “Diáspora 22”<sup>9</sup>, estes não ultrapassam 2 minutos de duração. O *design* de imagem de cada episódio varia entre colagens digitais, fotografias de acervo pessoal e fotografias de terceiros.

Dito isso, iremos apresentar as narrativas referentes às pautas coletivas de mulheres negras nos episódios 1, 4, e 7 do *podcast* Nia, partindo dos dados coletados referentes à estrutura dos episódios e aos seus conteúdos baseado na abordagem da APP (Pinheiro; Mustafá; Silva, 2021).

Através de uma escuta atenta, destacamos textualidades orais referentes a questões de representatividade, autodefinição, empoderamento e transgressão de estereótipos racistas e sexistas apresentadas no referido *podcast*, em seguida discutimos tais conceitos pela ótica das teóricas feministas negras.

Quanto a estrutura do episódio 1 do *podcast* Nia, ele possui 18 minutos de duração, a *podcaster* introduz o episódio com uma breve fala e a vinheta é tocada, em seguida as temáticas centrais, a representatividade e a questão dos exemplos são apresentadas após tratar das temáticas expondo uma infinidade de referências. O episódio é encerrado com um trecho da música “F.U.B.U.” da cantora norte-americana Solange. Essa estrutura (introdução, vinheta, temáticas centrais e trecho de música) se repete nos episódios que constituem a amostra deste trabalho, em alguns episódios a introdução é mais longa, e as músicas tocadas nos episódios variam.

---

<sup>9</sup> Essa série de episódios se desdobrou em um projeto audiovisual publicado no perfil do *Instagram* do *podcast*. Disponível em: <[https://www.instagram.com/p/CB\\_XKnMH2U8/](https://www.instagram.com/p/CB_XKnMH2U8/)> . Acesso em: 17 ago. 2022.

No episódio 1, a *podcaster* se concentra em discutir sobre representatividade e a questão dos exemplos, expondo seus anseios para o desenvolvimento do programa e apresentando referências negras e/ou de artistas independentes dentro do cenário da música e do audiovisual. Esse episódio foi escolhido para análise por considerar que, comumente, nos episódios pilotos dos *podcasts* as *podcasters* apresentam a proposta do programa, e é isso que ocorre no Nia.

Ao evidenciar a questão da representatividade, Ana Be aponta para relevância dos exemplos: seja aqueles presentes na internet - os artistas com muita visibilidade -, seja os exemplos da vida cotidiana. Nesse último contexto, a *podcaster* destaca a cultura periférica trazendo como referência a poesia marginal, os *slams*<sup>10</sup> e o *Hip Hop*. É de atentar-se que tais referências estão ligadas a palavra e/ou a sonoridade.

Ainda sobre a questão da representatividade e sua ligação com os exemplos, a *podcaster* explica: “*Quando a gente se enxerga num lugar, a gente se sente representado, a gente se espelha e talvez essa seja a grande busca dos nossos exemplos*”. A temática central também é evidenciada enquanto pauta coletiva de mulheres negras quando a *podcaster* alude o exemplo da atriz Whoopi Goldberg que decidiu trabalhar artisticamente quando se viu representada através de uma personagem negra no cinema, e ainda quando pontua a propagação das mensagens positivas presentes nas canções dos duos musicais *Ibeyi* e *Oshun*.

Bell Hooks (2019) argumenta sobre a forma como negros e negras são representados na mídia enfatizando que o campo da representação ainda é um lugar de luta, a reprodução de estereótipos racistas e sexistas na mídia constrói um tipo de relação na qual a não identificação produz, o que Hooks (2019) define como olhar opositor, isto é, espaços de agência

---

<sup>10</sup> Manifestação performática de poesia falada que centraliza a oralidade com teor político de livre expressão. Disponível em: <http://www.letras.ufmg.br/literafro/resenhas/poesia/1242-querem-nos-calar-prefacio-por-conceicao-evaristo>. Acesso em: 17 fev. 2024.

Paulo Fernando de Carvalho **LOPES**

Márcia Gomes da **SILVA**

criados por esse grupo social que interpretam criticamente a representação de raça e constroem modelos diversos trazendo à tona a complexificação de sujeitos negros antes vistos como objetos.

A questão dos exemplos abordada no *podcast* sugere o que Collins (2019) trata como consciência coletiva de mulheres negras, no sentido de considerar que esses atos individuais de resistência protagonizados por mulheres negras produzem representatividade, uma vez que o lugar social que essas ocupam proporcionam determinadas experiências e posições comuns.

Outro ponto abordado nesse episódio são as mensagens positivas presentes nas canções dos duos *Ibeyi* e *Oshun*, Lu e Steele (2019), que trabalham com a ideia de "*joy is resistance*". Elas focalizam as reinvenções da oralidade negra, nas quais as narrativas que transgridem as expressões da dor coletiva de mulheres negras são também consideradas narrativas de resistência presentes desde a formação das diásporas africanas.

O episódio 4 segue o modelo do episódio piloto, com 12 minutos de duração, uma introdução mais longa, vinheta e em seguida a *podcaster* estende-se nas temáticas da transgressão dos estereótipos de mulheres negras e sobre autodefinição, o episódio é encerrado com um trecho da música "*Me*" do duo estadunidense *Oshun*.

Neste episódio, a *podcaster* pontua de forma mais consistente a centralização das mulheres negras como temática central do episódio, quando diz: "*eu vou tentar me ater a exemplos de mulheres negras, mulheres confiantes, mulheres seguras, mulheres felizes de ser quem são mulheres expoentes (...)*" e ainda quando expressa "*eu gosto de falar e repetir, mulher negra, pra afirmar a condição e existências de ser isso e de presenciar, experienciar tudo que vem junto com essa condição.*" Ao pontuar essa centralização, a *podcaster* marca, assim como no episódio 1, o lugar no qual suas referências partem, se colocando enquanto uma

mulher negra, com exemplos de mulheres negras, e também direcionando seu conteúdo a outras mulheres negras de forma intencional.

Ao trazer a questão da hiperssexualização e exotização de mulheres negras, a *podcaster* enfatiza a transgressão desses estereótipos dentro da indústria da música, nas quais as artistas negras Grace Jones e Princess Nokia, ao reivindicarem sua ancestralidade, constroem novos modelos de identificação.

Segundo Collins (2019), os estereótipos racistas e sexistas de hiperssexualização e exotização de mulheres negras são superadas a partir do processo de autodefinição, ou seja, “a busca de uma voz própria para expressar um ponto de vista coletivo e autodefinido de mulheres negras” (Collins, 2019, p.183), na construção de novos modelos de identificação.

Ainda no episódio 4, Ana Be menciona “*todas essas mulheres pelas quais eu passei falando, tem um papel fundamental na definição da identidade de ser o que se é, de ser uma mulher negra, de ser definida como uma bruxa, de quebrar padrões de estabelecer, rupturas e novos paralelos (...)*”. Tal perspectiva dialoga com o pensamento de Collins (2019) sobre as negociações identitárias de mulheres negras visto as contradições de imagens internas e a objetificação como Outro, onde a autodefinição num nível coletivo estabelece novos parâmetros de identificação.

O episódio 7 possui 12 minutos de duração e a estrutura segue com uma introdução, vinheta e a abordagem dos temas centrais, que nesse caso são empoderamento e mulheres negras no *Hip Hop* e no *R&B*, o episódio encerra com um trecho da canção *Feeling Good* de Nina Simone. Nesse episódio, a *podcaster* destaca os trabalhos das cantoras SZA e seu álbum *Ctrl* e Mr. Lauryn Hill com o álbum intitulado *The Miseducation of Lauryn Hill*, tais trajetórias de mulheres são colocadas de maneira

Paulo Fernando de Carvalho **LOPES**

Márcia Gomes da **SILVA**

semelhante aos episódios citados anteriormente, como exemplos a serem seguidos por outras mulheres negras.

Como já mencionado acima, a cultura oral negra emerge em espaços digitais e estão sendo operacionalizados por agentes negros através das tecnologias comunicacionais baseados em antigas tradições da oralidade. Baseado em Lu e Steele (2019) ouvimos e constatamos que os episódios 1, 4 e 7 do *podcast* Nia apresentam algumas dessas estratégias de resistência.

Destacamos a questão da construção de narrativas que pressupõem a necessidade de uma compreensão prévia de elementos da cultura negra para seu entendimento completo ao tratar de conceitos como ancestralidade e aspectos da cultura periférica e marginal negra, além disso a *podcaster* traça narrativas com vários nomes da música e do audiovisual que também estão inseridas nesse contexto cultural.

Outro ponto de destaque é o aspecto convidativo ao conhecimento dessa cultura, por exemplo, quando a *podcaster* sugere aos seus ouvintes buscarem as referências trazidas nos episódios, como ocorre no episódio 7, quando Ana Be diz: "*you can pause my podcast now and go listen Bag Lady*", se referindo a canção de Erykah Badu mencionada no episódio, que servia de base para compreensão de um assunto tratado no episódio.

Mais uma estratégia é a criação de contranarrativas, nas quais a celebração de vidas negras é central nos referidos episódios, nos *podcasts* analisados onde o foco das narrativas recai em exemplos que transgridem as narrativas de violência e escassez dos povos negros, exaltando seu caráter de potência e resistência frente às opressões.

## Considerações Finais

Na construção deste artigo, buscamos identificar aspectos do *podcasting*, aliados à compreensão de cultura oral negra para compreensão das maneiras nas quais o *podcast* Nia se estrutura, traçando seu perfil e pontuando suas principais características. Buscamos também identificar as narrativas referentes às pautas coletivas de mulheres negras que estão presentes nos episódios do referido *podcast*.

Dessa forma, observamos que as narrativas pautadas no *podcast* Nia contribuem com temáticas referentes à cultura negra que priorizam trajetórias de mulheres negras. Ele operacionaliza conceitos importantes que fazem parte do escopo teórico feminista negro. A discussão sobre autodefinição, empoderamento e transgressão de estereótipos, no *podcast* Nia produzem resistência frente às pautas produzidas pela grande mídia que quase sempre não tocam nestas questões.

Notamos, a partir da compreensão de cultura oral negra *online*, que o *podcast* se utiliza de algumas estratégias na construção de narrativas nas quais grupos negros são protagonistas, como forma de reivindicar pautas coletivas, na criação de contranarrativas dada a subordinação tratada na mídia tradicional, e ainda na elaboração de práticas discursivas que ficam fora da percepção do grupo dominante, uma vez que pressupõem um conhecimento prévio da cultura negra para seu entendimento. O *podcast* na sua forma e estrutura inova quando traz na sua proposta elementos pertencentes à cultura oral negra.

A oralidade negra desempenhou um papel central na disseminação das culturas africanas em suas diásporas. Tais práticas continuam a existir dentro do âmbito tradicional, estando presente nas religiões de matriz africana e seus *itans*, nas ladainhas da capoeira, nos cantos de força dos vissungos. Todas essas possuem o ponto comum dos significados estarem

Paulo Fernando de Carvalho **LOPES**

Márcia Gomes da **SILVA**

imbuídos de aportes culturais afro-brasileiros. Pudemos observar que o *podcast* procura trazer esta tradição como modo elemento constituidor da sua estrutura e forma.

Buscamos contribuir com os estudos sobre podosfera negra, sobretudo no âmbito brasileiro, que ainda conta com poucos textos com esta temática, ao trabalharmos com um *podcast* produzido por uma mulher negra que trata de questões sociais apresentando múltiplas referências do âmbito da música e do audiovisual. Entretanto, ainda são necessárias pesquisas mais aprofundadas em relação a mulheres negras nos *podcasts* e cultura oral *online*. Elas precisam mostrar as características, as especificidades e a importância dessas relações a fim de contribuir com significativas mudanças sociais.

## Referências

BARNER, Briana Nicole. **The Last Place They Thought Of: Black Podcasts and the Performance of Marginalization**. Dissertation. University of Texas, Austin. 175p. 2021.

BONINI, Tiziano. Prefácio. In: SANTOS, Sílvio, MIRANDA, João (coord.). **O podcast e as novas dinâmicas dos conteúdos sonoros no ambiente digital**. Imprensa da Universidade de Coimbra, 2022.

CAVALCANTE, Aldenora. **Enegrecendo a pauta: mulheres negras, afeto e resistência na podosfera brasileira**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade do Porto, Portugal, f.177. 2021.

COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. São Paulo: Boitempo, 2019.

GONZALEZ, Lélia. **Por um feminismo afro-latino-americano: ensaios, intervenções e diálogos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

HOOKS, Bell. **Olhares negros: raça e representação.** São Paulo: Elefante, 2019.

LU, Jessica H; STEELE, Catherine Knight. 'Joy is resistance': cross-platform resilience and (re) invention of Black oral culture online. **Information, Communication & Society**, 2019.

MARTINS, Leda Maria. **Afrografias da memória.** Belo Horizonte: Mazza Edições; Perspectiva, 2021.

PINHEIRO, Roseane Arcanjo; MUSTAFÁ, Izani Pibernat; SILVA, Gessiela Nascimento da. Análise Audioestrutural do Podcast: uma proposta metodológica para formatos sonoros. **Âncora - Revista Latino-americana de Jornalismo**, v. 8, p. 158-166, 2021. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora/article/view/60148/35082>>. Acesso em: 16 nov. 2022.

SILVA, Gessiela Nascimento da. **As fontes no podcast Mamilos: uma proposta de análise audioestrutural.** Dissertação (Programa de Pós-graduação em Comunicação –Mestrado Profissional/PPGCOM) - Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, f.135. 2022.

VIANA, Luana. Podcasting e a nova ecologia de mídia. In: SANTOS, Sílvio, MIRANDA, João (coord.). **O podcast e as novas dinâmicas dos conteúdos sonoros no ambiente digital.** Imprensa da Universidade de Coimbra, 2022.

